ISSN 2079-0767

ВЕСТНИК

НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА «ХПИ»

26'2011

Харьков

ISSN 2079-0767

ВЕСТНИК
НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕХНИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА «ХПИ»

Сборник научных трудов

Тематический выпуск

26'2011

«Технический прогресс и эффективность производства»

Издание основано Национальным техническим университетом «Харьковский политехнический институт» в 2001 году.

Государственное издание
Свидетельство Госкомитета по информационной политике Украины
КВ № 5256 от 2 июля 2001 года

КООРДИНАЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Председатель
Л.Л. Товажнянский, д-р техн. наук, проф.

Зам. председателя
А.П. Марченко, д-р техн. наук, проф.
Е.И. Сокол, д-р техн. наук, проф.

Секретарь координационного совета
К.А. Горбунов, к-д. техн. наук

Е.Е. Александров, д-р техн. наук, проф.
Л.М. Бесов, д-р ист. наук, проф.
А.В. Бойко, д-р техн. наук, проф.
Ф.Ф. Гладкий, д-р техн. наук, проф.
М.Д. Годлевский, д-р техн. наук, проф.
А.И. Грабченко, д-р техн. наук, проф.
В.Г. Данько, д-р техн. наук, проф.
В.Д. Дмитриенко, д-р техн. наук, проф.
И.Ф. Домнин, д-р техн. наук, проф.
В.В. Епифанов, канд. техн. наук, проф.
Ю.И. Зайцев, канд. техн. наук, проф.
П.А. Качанов, д-р техн. наук, проф.
В.Б. Клепиков, д-р техн. наук, проф.
С.И. Кондрашов, д-р техн. наук, проф.
В.М. Кошельник, д-р техн. наук, проф.
В.И. Кравченко, д-р техн. наук, проф.
Г.В. Лисачук, д-р техн. наук, проф.
В.С. Лупиков, д-р техн. наук, проф.
О.К. Морачовский, д-р техн. наук, проф.
В.И. Николаенко, канд. ист. наук, проф.
П.Г. Перерва, д-р экон. наук, проф.
В.А. Пуляев, д-р техн. наук, проф.
М.И. Рыщенко, д-р техн. наук, проф.
В.Б. Самородов, д-р техн. наук, проф.
Г.М. Сучков, д-р техн. наук, проф.
Ю.В. Тимофеев, д-р техн. наук, проф.
Н.А. Ткачук, д-р техн. наук, проф.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Ответственный редактор
П.Г. Перерва, д-р экон. наук, проф.
Н.И. Погорелов, к-д. экон. наук, проф.

Ответственный секретарь:
А.А. Круглов

С.И. Архиереев, д-р экон. наук, проф.
В.А. Мищенко, д-р экон. наук, проф.
А.И. Яковлев, д-р экон. наук, проф.
В.Н. Тимофеев, д-р экон. наук, проф.
В.Я. Заруба, д-р экон. наук, проф.
Л.Н. Ивин, д-р техн. наук, проф.
П.А. Орлов, д-р экон. наук, проф.
В.Г. Герасимчук, д-р экон. наук, проф.
О.Е. Кузьмин, д-р экон. наук, проф.
В.Н. Гончаров, д-р экон. наук, проф.

АДРЕС РЕДКОЛЛЕГИИ:
61002, Харьков, ул. Фрунзе, 21,
НТУ«ХПИ».
Кафедра «Организация производства и управление персоналом»,
Тел. (057) 707-62-53
707-65-07

Харьков 2011

ISSN 2079-0767

Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут”. Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ „ХПІ”. - 2011. - № 26. - 216 с.

У збірнику розглядаються питання розвитку та удосконалення економічних досліджень, рішення завдань оптимізації основних напрямків економічної діяльності за умов ринкових відносин, а також проблеми державного регулювання виробничо-підприємницьких процесів.

Для викладачів, наукових працівників, спеціалістів, аспірантів та студентів економічних спеціальностей.

В сборнике рассматриваются вопросы развития и совершенствования экономических исследований, решения задач оптимизации основных направлений экономической деятельности в условиях рыночных отношений, а также проблем государственного регулирования производственно-предпринимательских процессов.

Для преподавателей, научных работников, специалистов, аспирантов и студентов экономических специальностей.

Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ»
протокол № 4 від 20.05.2011 р.

© Національний технічний університет «ХПІ», 2011

УДК 330.837

Л.М. ЯВОРСЬКАЯ, к.э.н., доц., ХНАДУ, Харьков
А.В. ВОРОБЬЕВА, студ., ХНАДУ, Харьков

ПОСЛЕДСТВИЯ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА ДЛЯ УКРАИНЫ

В статье рассматривают социально-экономические последствия мирового финансового кризиса 2006-2008 гг. для экономики Украины

The article deals with socio-economic impact of the global financial crisis, 2006-2008 for Ukraine's economy

Ключевые слова: финансовый кризис, депрессия, спад, рецессия,

Введение. Мировой финансовый кризис, его развитие и распространение, спровоцировало для украинской экономики целый ряд негативные последствия, которые охватили как финансовый, так и реальный сектор. В 2007 году США охватил ипотечный кризис, в 2008 – страны Балтии и Казахстан. Цены на недвижимость в Штатах, Литве, Латвии и Казахстане на протяжении последних 3-5 лет росли огромными темпами – в среднем по 15-20% за год. При этом стоимость ипотечных кредитов была невысокой – от 3,5% годовых. Население начало массово использовать заемный капитал для спекуляций на рынке недвижимости. Спекулянтов привлекали дешевые кредиты, они покупали жилье и, дождавшись подорожания квартир, продавали их и возвращали банкам займы. Однако в 2006-2007 годах рост цен на недвижимость замедлился, а американские банки были вынуждены повысить кредитные ставки. Это произошло как в следствии борьбы ФРС США с инфляцией, как и в результате роста количества проблемных ссуд. Летом 2007 года все банки Центрально-Восточной Европы повысили процентные ставки, тем самым сдерживая инфляцию и замедляя темпы экономического роста. Ожидается, что уровень среднего экономического роста в странах Центрально-Восточной Европы снизится до 4,3% в 2009 году вместо 5,4%, прогнозированных в 2008 году, а в Украине даже оптимистично настроенные эксперты прогнозируют снижение роста ВВП в 2011 году до уровня 6%, а в 2012-до 5,5% [1,с.14-16].

Причины и последствия глобального кризиса 2008 - 2010г. было тщательно исследовано как в зарубежной, так и в отечественной литературе. Среди наиболее фундаментальных трудов можно выделить статьи и обзоры О. Бланшара, Ф. Мишкина, В. Рейнхарта. Влияние событий кризиса на хозяйственную систему Украины рассмотрено Буковинским С., Унковской Т., Яременко О., а также Шинкарук Л., Шелудько Н. и другими авторами. Несмотря на это, исследованию основ системных противоречий в мировой финансовой системе уделяется относительно мало внимания.

Постановка задачи. Целью статьи является анализ социально-экономических последствий мирового финансового кризиса 2006-2008 гг. для экономики Украины.

Методология. Научная объективность исследования обеспечена использованием комплекса специальных и общенаучных методов исследования, среди которых: метод институционального анализа, диалектический, формально-логический, системно-структурный и историко-сравнительный методы, статистический анализ.

Замедление темпов экономического роста развитых стран на рубеже двух столетий предопределило высвобождение огромных объемов капитала из сферы реальной экономики и их преимущественное использование на фондовом рынке, а впоследствии на рынке недвижимости. Отрыв финансового сектора от производственного огромен: согласно оценкам экспертов Института экономики РАН, на финансовые операции, связанные с материальным производством, приходится только 2–3 %, то есть 97 % ликвидности обслуживают финансовый сектор. Противоречия накапливались, и раньше или позже они должны были «взорваться», что и произошло.

Результаты исследования. Толчком к кризису послужил крах ипотечной системы США. За несколько лет, начиная с 2005г. огромное количество банков, фондов, компаний-кредиторов обанкротились или понесли колоссальные убытки и прекратили выдавать нестандартные кредиты, так как у них оказались долги по невыплаченным кредитам. Акции компаний подешевели наполовину. В 2007 г. за счет роста невозвратов рынок недвижимости пошел вниз, банки стали терять деньги, что привело к кризису глобальной финансовой системы, который, по мнению С. Ю. Глазьева имеет три составляющие. Это, во-первых саморазрушение «пирамиды» долговых обязательств США. Во-вторых, — «виртуализация» финансовых операций, провоцирующая дальнейший отрыв финансового рынка от реального сектора экономики. В-третьих, — процесс обесценения финансового капитала в условиях структурного кризиса экономик ведущих стран, связанного с исчерпанием возможностей экономического роста на основе доминирующего технологического уклада.

Таким образом, ключевая проблема связана не только с нехваткой ликвидности и с кризисом долгов, сколько с отсутствием источника экономического роста США, а тем самым — и мировой экономики в целом. Даже оздоровление финансовой сферы «цитадели капитализма» не смягчит кризис перепроизводства продукции глобальных монополий и не обеспечит создания экономических двигателей, альтернативных разрушенным. Отсюда следует: выход мировой экономики из сегодняшнего кризиса будет в любом случае сопряжен с ее втягиванием в длительную полосу тяжелой депрессии.

Международные инвесторы начали массово выводить деньги из стран, которые развиваются, в том числе и из Украины, что подкосило и так нестабильный курс национальной валюты [2].

Так, развитие финансового кризиса вызвало кризис реального производства, который охватил все сферы. На внешнем рынке в октябре цены на продукцию металлургического комплекса и спроса на неё сократились на 19,8%, в ГМК сокращение

составило 35%, в перерабатывающей и химической промышленности – до 20%; в энергетике же, в условиях снижения энергопотребления в химии и металлургии, план по выработке электроэнергии на АЭС Украины на 2008 год уменьшен на 2,9%- с 92,6 млрд. кВтч до 89,92 млрд.кВтч. [3]. Что касается транспорта, то аналитики ING Bank Ukraine прогнозируют снижение в 2011 году, потому что на долю стали и сырья для сталелитейного производства приходится около 15-20% грузоперевозок, а эти грузы могут в наступающем году сократиться до минимума.

Финансовые аналитики считают, что Украине уже не угрожает кредитный кризис, но и бурного подъема они не обещают. По разным оценкам, средний процент невозврата по потребительским кредитам уже достигает 15% (около 15 млрд. грн.) [2]. До 2012 года этот показатель может возрастить до 18%. В некоторых банках, которые интенсивно развивают потребительское кредитование, доля проблемных займов уже достигает 30% общего объема кредитов.

Также вероятно сокращение количества участников фондового рынка – инвесткомпаний и компаний по управлению активами. Инвестиционная привлекательность украинского рынка связи и телекоммуникаций снизилась, а сама динамика явно отрицательная.

В пищевой промышленности, по оценкам зарубежных экспертов, мировой финансовый кризис вызвал рост спроса на шоколад. Ведущая шоколадная компания США Hershey в третьем квартале текущего года увеличила продажи на 6,4%а уже сегодня эксперты прогнозируют повышение цен на какао-бобы на 20-22% в ближайшее время. Подводя итог, следует отметить, что наибольшую устойчивость к кризису проявят отрасли, спрос на продукцию которых слабоэластичен к изменению стоимости кредитов – пищевая промышленность, продовольственное оборудование и сопутствующие услуги, а также телекоммуникационный и информационный сектор [3].

Вывод. Существует огромная потребность в международной координации мер по противодействию рискам и разрастанию кризиса. Отдельные страны проводят разную политику и придерживаются разных подходов к преодолению кризиса. Сейчас основные усилия ведущих стран направлены на выработку решений, основанных на едином понимании природы кризиса и путей его преодоления. Такая позиция отвечает и интересам Украины, заинтересованной в создании ясной сбалансированной международной финансовой системы с прозрачными регулирующими механизмами. При условии стабилизации положения в финансовом секторе, предотвращения резкого усиления торгового (и финансового) протекционизма, координации действий правительства и недопущения глубокого спада в большой группе стран мировую рецессию можно удержать в «разумных пределах». Во время кризиса оптимизируются затраты и структура бизнеса, ищутся и находятся инновационные решения. Кризис — это не только проблемы, но и ступенька для развития.

Таким образом, можно отметить, что мировой финансовый кризис выявил многие глубоко заложенные противоречия украинской экономической системы и выну-

дил предпринимать реальные действия для их преодоления, строить экономические отношения между участниками на новых принципах и основах.

Список литературы: 1. *Литвинов К.* Ипотечные банкротства в США добрались до надежных заемщиков // Бизнес. -№ 43(822), – 2010.- С 62-64. **2.** *Говорнюк* М. Україні не загрожує іпотечна криза. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.kontrakty.com.ua **3.** *Клепач А.* Украина в рецессии – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.vedomosti.ru/newspaper/article/172193/ 4. *Подсветова Т. В.* Особенности современного финансово-экономического кризиса // *Электронный журнал «Знание. Понимание. Умение»*. — 2009. — № 8 – Экономика и право.

Подано до редакції 18.03.2011

УДК 631.15.33

О.В.ПОПАДИНЕЦЬ, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків,
О.І. КОЛОТЮК, ас. НТУ «ХПІ», Харків,

ІННОВАЦІЙНИЙ ПРОРИВ: МОЖЛИВОСТІ ДЛЯ УКРАЇНИ

В статті проаналізовано сутність інноваційного прориву на прикладі розвинутих країн та його можливості для сучасної України

The article analyzes the nature of innovative breakthrough in the example of developed countries and its possible in today's Ukraine

Ключові слова: інноваційний прорив, нанотехнології, інтелектуальний потенціал, високотехнологічні розробки

Вступ. Побудова інноваційної економіки будь – якою країною неможлива лише за рахунок еволюційного розвитку; обов’язковою передумовою високотехнологічної економіки виступає інноваційний прорив. Це підтверджує досвід всіх країн, що здійснили перехід від традиційного суспільства до суспільства високих технологій – США, Японія, Фінляндія, Індія, Ірландія, Китай та ін.

Сьогодні, попри відносну новизну проблеми інноваційного розвитку, ряд вітчизняних і зарубіжних авторів розробляють нові моделі інноваційного процесу. Серед них необхідно виділити роботи таких вчених, як: О. Амоша, Л. Безчасного, Д. Бекаттіні, М. Долішнього, Р. Кемегні, Ф. Кука, О. Лалко, О. Одарича, Д. Хоувеллса, В. Чижова та ін.

Постановка завдання. Метою статті є визначення сутності інноваційного прориву на прикладі розвинутих країн та можливості його для сучасної України

Методологія. Аналіз ситуації в Україні свідчить, що, попри високий інтелектуальний потенціал у прикладній та фундаментальній науці, показники темпів та якості інноваційних процесів в національній економіці залишаються надзвичайно низькими. Так, домінуючими в Україні є ресурсномісткі низькотехнологічні галузі, а високотехнологічні напрямки створюють лише близько 3-5% загального продукту. Найпрогресивніші наукомісткі галузі, такі як нанотехнології, оптоелектроніка, біотехнології, геноміка, фотоніка, КАЛС - технології, в Україні майже відсутні – менше 0,1%

ВВП. Відповідно даним Держкомстату, інноваціями займаються близько 11% промислових підприємств.

Фінансування високотехнологічних напрямків є вкрай низьким, інвестиції не спрямовуються до інноваційної сфери. Щорічно скорочується освоєння нових видів техніки – за 10 років майже у 12 разів. Протягом 15 років кількість зайнятих в високотехнологічній сфері в Україні – скоротилась втричі. Тільки за останні роки з ВНЗ пішло більш 5000 чоловік професорсько–викладацького складу, у тому числі більш 400 докторів наук.

Результати дослідження. Серед чинників негативної ситуацію в сфері інновацій, слід відзначити:

• по-перше, відсутність єдиної державної підтримки розвитку інноваційних процесів. Незважаючи на прийняту Стратегію інноваційного розвитку України, перехід до інноваційної економіки не відбувся, оскільки реальні кроки не мали системного характеру;

• по –друге, відсутньою є дієва законодавча база, так відповідні нормативно-правові акти, щодо наукової і науково-технічної діяльності та відносини інтелектуальної власності, є недосконалими та неузгодженими. Занизькими є темпи розгляду та затвердження нових нормативних актів. Необхідним вважається створення Науково-технічного та інноваційного Кодексу України (НТІКУ), який має сформувати єдину правову системи законодавчого забезпечення наукової та науково-технологічної діяльності, органічно пов'язати між собою різні структурні елементи та встановити правові основи їх взаємодії;

• по – третє, недостатнім і неефективним є рівень фінансування освіти та науки та інноваційного бізнесу;

• по – четверте, гальмує інноваційний розвиток країни несприятливе інституційне середовище – відсутність дієвої інноваційної інфраструктури, труднощі фінансового та кредитного забезпечення впровадження науково-технічних розробок; несформованість механізмів стимулювання інвестиційних процесів у сфері високих технологій;

• по- п'яте, відсутній якісний попит на високотехнологічні розробки, що спричинено неспроможністю вітчизняних виробників фінансувати та впроваджувати відповідні наукові дослідження. Через відсутність комерціалізації продукту не відбувається взаємовигідне співробітництво між освітою, наукою та реальним сектором. Це викликає необхідність пошуку цільової аудиторії на Заході.

Представлені дані свідчать, що технічний рівень більшості виробництв України відстає від рівня західних країн як мінімум на 50 років. Не зважаючи на те, що Україна є сьогодні державою з достатньо високим інтелектуальним потенціалом, з традиціями у галузі прикладної та фундаментальної науки, показники стану інноваційних процесів в економіці Україні залишаються надзвичайно низькими; науково – технічні розробки та їх впровадження є сьогодні однією з найбільш нерегульованих сфер суспільного життя. Так, чисельність виконавців наукових та науково – технічних робот

в Україні за роки її незалежності скоротилась з 313 тис. в 1990 г. до 105 тис., тобто на дві третини. Спричиняє таке неефективне використання інтелектуальних ресурсів не тільки недостатній рівень фінансування, але і відсутність єдиної продуманої державної підтримки розвитку інноваційних процесів. Однак, завдяки накопиченим інтелектуальним здібностям, великій кількості спеціалістів з найвищім рівнем кваліфікації, молода, але швидко зростаюча галузь інформаційних технологій має величезний потенціал і демонструє дуже бурхливий розвиток. Так, українська галузь інформаційних технологій збільшила за останні роки обсяг експорту продуктів та послуг на 40% і сягнула близько 70 млн. дол. Експортерами є майже 300 вітчизняних компаній, з яких 60% були засновані протягом останніх п'яти років. До того, потенційно Україна є достатньо конкурентоспроможною на ринку ПЗ: за кількістю сертифікованих програмістів (23 тис.) вона має 7-ме місце у світі. Однак, сьогодні на світовому ринку практично відсутні програмні продукти українських фахівців, оскільки цей ринок є дуже специфічним, вимагає значного фінансування, відповідного маркетингового супроводу, активного та якісного попиту та перекладу програм для різних країн.

За умови збереження існуючої ситуації, з кожним роком Україною консервується і посилюється технологічне відставання від провідних країн світу, блокуються можливості формування стійкого економічного зростання на основі використання інновацій.

Практика більшості країн свідчить, що здійснення високотехнологічного прориву і формування інноваційної економіки може базуватись на таких чинниках:

1. Активній та всебічній підтримці державою, спеціальними та регіональними органами влади новостворених інноваційно-орієнтованих структур. Наприклад, в КНР дев'ять найбільших технологічних університетів отримують від держави підвищене фінансування для створення технопарків та центрів технічного розвитку.

2. Розробці альтернативи витоку висококваліфікованих фахівців з країни, оскільки високий рівень еміграції унеможливлює побудову високотехнологічної економіки. Так, чинником інноваційного успіху Ірландії є використання наявних молодих та висококваліфікованих кадрів. Загальна кількість компаній, що працює у високотехнологічних галузях складає 1300, має 25 млрд. дол.,річного обсяг увиробництва та 2 млрд.дол обсягу експорту. Із десяти найбільших світових виробників ПЗ, сім мають філії чи дочірні фірми в Ірландії.

3. Заохочення прямого співробітництва з закордонними науково-дослідними установами. Так, великий успіх мають спільні китайсько–українські науково–технологічні парки, перші з яких були створені у 2000 р. у провінції Шаньдун та у 2001 р. у місті Цзинань. До роботи у цих установах залучені НТУ «КПІ», Херсонський університет та Харківський інститут шовківництва.

4. Залучення іноземних інвестицій для стимулювання розвитку сфери надризикованого венчурного бізнесу. Не випадково Силіконова долина живе за формулою - високий ризик - високі технології - високий рівень життя, яка стала гаслом для всіх країн з розвиненою економікою. Бурхливе зростання нових галузей, таких як

персональні комп'ютери і біотехнологія, виявилися можливим в основному при участі венчурних інвестицій. Саме за допомогою венчурного капіталу на базі малих інноваційних компаній утворились відомі фірми – провідні виробники комп'ютерів та ПЗ. З першого венчурного фонду Силіконової долини взагалі інвестовано було усього 3 млн. дол, а інвестори отримали майже дев'яносто.

5. Сприяння активному розвитку і функціонуванню малого бізнесу, що є мобільнішим, більшою мірою спроможний на оперативну розробку й впровадження нововведень у виробництво. Наприклад невеликі підприємства Силіконової Долини, розвиваючи нові технології, потягнули за собою інші, забезпечуючи їх провідними розробками у різноманітних галузях.

6. Сприяння тяжінню елементів інноваційної інфраструктури до великих наукових та освітянських центрів. Ефективність такої політики доведена досвідом китайських технологічних парків, що розташовуються не біля індустріальних зон, а поруч з великими науковими та дослідними центрами; є добре інтегрованими в економіку міста чи району.

8 Сприянні залученню внутрішніх та іноземних інвестицій до науково – технічної сфери шляхом створення сприятливого податного клімату. Так, для іноземних інвесторів технопаркам Китаю надаються численні податкові та митні пільги, що дозволяє: отримувати від 50 до 100% прибутку, мати знижену ставку податку на прибуток; визнання будь-якого розміру іноземного капіталу; вільний переказ коштів та прибутків за кордон; звільнення від оподаткування в разі реінвестування прибутків; великий строк дії угод з іноземними партнерами тощо.

Проведений аналіз свідчить, що науково-технічні розробки та їх впровадження залишається в Україні однією з найбільш нерегульованих сфер суспільного життя, відповідно, здійснення інноваційного прориву вимагає широкого комплексу заходів з боку держави, які мають передбачати наступні напрямки: розробку і прийняття відповідного нормативно – правове забезпечення, створення сприятливого інституційного середовища, підтримку елементів інноваційної системи (технопарки, технополіси, інфопорти, бізнес – інкубатори, «бізнес – янголи»), розробку та впровадження фінансового, кредитного, податкового, митного та інформаційного механізмів забезпечення розвитку інноваційних напрямків економіки.

Список літератури: **1.** *Хименко О.* Україна інноваційна: реалія чи обрій? //Зовнішньоекономічний кур'єр, 2006. №1-2, http://www.lcci.com.ua/zekimg/zek_1-2_06.pdf. **2.** *Коноваленко М.К., Коваль Р.А.* Регіональні аспекти активізації інноваційної діяльності в Україні. / Актуальні проблеми державного управління. Збірник наукових праць №1 (27). – Харків.: ХарРІ НАДУ.- 2006. – С.353-360. **3.** *Безязичний В., Мамонова В.* Формування стратегії соціально – економічного розвитку регіону / Актуальні проблеми державного управління. Збірник наукових праць №1 (6). – Харків, 2000. – С.108-117. **4.** *Кульчицький І., Засядли К., Клепка М.* Формування сприятливих умов для розвитку інноваційних підприємств України / Зовнішньоекономічний кур'єр 1-2 '06, http://www.lcci.com.ua/zekimg/zek_1-2_06.pdf **5.** Економіка знань та її перспективи для України. К., 2004. – 163с.

Подано до редакції 18.03.2011

УДК: 005:338.28:658.512.4

В.А. САДОВСЬКИЙ, к.е.н, проф., НТУ «ХПІ», Харків
П.В. НОТОВСЬКИЙ, ас., НТУ «ХПІ», Харків

ІНСТРУМЕНТАРІЙ ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ НА БАЗІ МЕТОДІВ НЕЧІТКОЇ ЛОГІКИ

В статті розглянуті методичні засади врахування ступеня ризику при оцінці ефективності інвестицій за допомогою показників дисконтування та апарату нечіткої логіки. Автори пропонують враховувати ризик інвестицій за допомогою введення нечітко логічних множників при визначені показників ефективності інвестицій. У статі також розглянуто запропонований авторами методичний підхід порівняння декількох інвестицій, показники яких задані нечіткологічними числами.

The article considers methodical approaches of risk consideration in assessing of effectiveness of investments with discounting parameters and apparatus of fuzzy logic. The authors propose to consider the risk of investments through the introduction of fuzzy logic factors in determining investment performance indicators. The article examined a methodical approach proposed by the authors compare several investment figures wthich are defined by fuzzy logic numbers.

Ключові слова: Інвестиції, ризики інвестицій, чистий-приведений дохід, оцінка ризику інвестицій, ефективність інвестицій.

Вступ

Формування інвестиційної моделі підприємства – складна процедура, що потребує використання надійних методів відбору та оцінки ефективності (зокрема, порівняльної оцінки) окремих інвестицій, урахування можливих ризиків.

Існує багато методик проведення кількісного та якісного аналізу ризикованості та ефективності інвестицій. В останні 10 років активно розвиваються аналітичні системи нового типу. Але основою більшості кількісних підходів оцінки ефективності в економічній теорії прийнята система показників:

- чистий приведений прибуток (*NPV*);
- внутрішня ставка прибутковості (*IRR*);
- період окупності (*DPP*);
- індекс прибутковості (PI). [11]

Основою усіх цих показників є формула чистого приведеного прибутку (*NPV*) при постановці її у граничні чи протилежні умови, а також використовують дисконтування як апарат урахування фактора часу та альтернативності витрат. До розглянутого набору показників часто додають індекс рентабельності [3, с73].

Методологія

Теоретичною і методологічною основою дослідження є положення сучасної економічної теорії, наукові праці провідних вітчизняних і зарубіжних учених стосовно розвитку інвестиційної діяльності, методів аналізу та оцінки інвестиційних ризиків.

У процесі дослідження використано діалектичний метод наукового пізнання та

загальнонаукові методи пізнання: методи системного аналізу, теоретичного узагальнення, методи нечіткої логіки (для побудови моделі оцінки ризиків та їх урахування при плануванні інвестиційної діяльності).

Постановка задачі

Якщо розглянути формулу *NPV*, то можна зробити висновок, що величина одержуваного в майбутньому результату, і величина потенційних майбутніх витрат, і тривалість терміну дії інвестицій, і майбутня ставка дисконтування є величинами які відомі, з огляду на статистичні методи, з так званою довірчою вірогідністю, яка ніяк може дорівнювати 100%. У загальному випадку *NPV* є функцією багатьох змінних $(x_j, j = 1, ..., m)$, більшість з яких можна трактувати як випадкову (нечітку) величину, тому і функція цих змінних *(NPV)* є випадковою (або нечіткою) величиною, тобто

$$NPV = f(x_1, ..., x_m, t). \quad (1)$$

Розраховуючи *NPV* відповідно до (1.1), необхідно враховувати, що змінні та параметри $x_j, j = 1, ..., m$ є випадковими величинами.

З'являється так звана «невизначеність», яку необхідно враховувати в розрахунках, інакше просто можна одержати неправильне рішення.

Результати

Економічна література, як правило, не дає визначення поняття «невизначеність» через велику абстрактність цього поняття. На наш погляд, поняття невизначеність та ризик нерозривно зв’язані між собою, але також мають достатньо істотну різницю. Невизначеність неможливо повністю виключити, особливо при плануванні та прогнозуванні.

У більш загальному розумінні можна дати таке визначення поняттю невизначеність – недостатність відомостей про умови, в яких протікатиме економічна діяльність, низька міра передбачення цих умов. Невизначеність пов'язана з ризиком планування, ухвалення рішень, здійснення дій на всіх рівнях економічної системи [14].

Загально прийняті два основні підходи до визначення поняття ризику:

- класичний, представниками якого є Дж. Мілль [1], Сеніор Н.У. [5], Райзберг Б.А.[15], Бланк І.О. [3, с.244], Воропаєв Ю.Н.[6], Фільчагіна І. [16], Чумаченко Н.Г.[18], Гробовой П.Г., Петрова С.Н., Полтавцев С.І. [8], Чалий А.Д., Прилуцький В.А. [17]. Представники цього підходу розглядають ризик як можливість виникнення у процесі реалізації інвестицій несприятливих обставин, які можуть зумовити зниження його розрахункового ефекту;
- неокласичний підхід, засновники Маршалл А. та Пігу А.[12], представниками є Бочкан Т., Мессен Д.[4], Баканов М.І., Чернов В.А. [2], Гітман Л. Дж., Джонк М. Д. [7, с.230], Костін Ю.Д., Кузьменко С.В., [10]. Ризик вони розглядають як можливість відхилення величини фактичного інвестиційного доходу (або конкретного умовно-грошового потоку) від величини очікуваного; чим мінливіше і ширше шкала коливань можливих доходів (потоків), тим вище ризик, і навпаки.

На нашу думку більш обґрунтованим є неокласичний підхід до визначення ризику, хоч і наслідки ризику найчастіше виявляються у вигляді фінансових втрат. Ризик втрат – це альтернатива одержання додаткового доходу.

Проблемою методичних підходів врахування економічних ризиків нам уявляється той факт, що якими б різноманітними і численними не були чинники ризику конкретних інвестицій (наприклад, стрибок цін на сировину, збільшення термінів будівництва нового цеху, порушення технології виробництва, поява на ринку серйозного конкурента, втрата групи ключових фахівців, зміна політичного режиму, погодні катаклізми і ін.), всі вони зрештою виявляються лише в двох аспектах:

- фактичні позитивні умовно-грошові потоки (грошові потоки, доходи) виявляться менше очікуваних;
- фактичні негативні умовно-грошові потоки (грошові потоки, витрати) виявляться більше очікуваних (за абсолютною величиною).

Таке трактування настільки складного і багатогранного поняття, як ризик, акцентує увагу на суті питання. Ризик — це не абстрактна «невизначеність» або «вірогідність невдачі».

Проблема врахування невизначеності і ризику виникає в інвестиційних розрахунках при визначенні ефективності інвестицій, коли інвестор змушений визначити для себе, на який ризик він готовий піти, щоб одержати бажаний результат. При цьому рішення цієї двокритеріальної задачі ускладнюється тим, що толерантність інвесторів до ризику індивідуальна.

Традиційно для оцінювання інтервалів змін випадкових величин, вироблення гіпотез щодо законів їх розподілу, а також урахування та оцінювання кореляційних зв'язків між цими змінними використовується статистична інформація, експертні оцінки, методи імітаційного моделювання, а також аналогові методи. При використанні статистичних і аналітичних методів спеціалісти стикаються з тим фактом, що ринкова невизначеність не має статистичної природи [13, с.45]. Використання ж аналогових методів не дає потрібної чіткості отриманих даних, а при аналізі унікальних інноваційних проектів взагалі стає неможливим.

Для того, щоб досліджувати імовірну зміну ефективності інвестицій, необхідно належним чином описати існуючу інвестиційну невизначеність у частині майбутнього фінансового стану проекту, як у частині виторгу, так і в частині перспективних витрат.

На думку авторів, при оцінці ефективності інвестицій найбільш прийнятним є використання показників дисконтування та методології нечіткої математики.

Вперше модель інвестицій як руху грошових коштів, де показниками виступають нечітко-лінгвістичні змінні, запропонував Баклі Дж. [20]. Надалі цю ідею узагальнювали й розвивали багато авторів, у тому числі Кофман А. і Хіл Алуха Х. [9], Кухта Д. [25], Севастьянов П. і Димова Л. [23], Чен С. [21], Чу Ч. і Парк Ч. [22], Лаї Я. й Чинг-Лаї Х.[26], Лянг П. і Сонг Ф.[27], Сміт Д. [28], Караман С., Руан Д., Тольга Е. [24] та ін.

Основою використання нечіткої моделі визначення показників ефективності інвестицій є подання і показників, і вхідних параметрів у вигляді нечітко-лінгвістичних

змінних. Досягнення такого найбільш оптимального результату може бути отримано при корегуванні статистично або аналітично отриманих вхідних даних на величину ризику коливання цього параметра, яка задана нечіткою змінною.

Тобто для визначення *NPV* пропонується використовувати загальновідому формулу, але при визначенні складових перемножити їх статистично чи аналітично отримані величини на коефіцієнт ризику їх відхилення від очікуваних величин, який би задавався нечітко-лінгвістичною змінною у вигляді трикутних нечітких чисел [13, с.71].

$$NPV' = -I'_{t0} + \sum_{t=1}^{N'} \frac{CF'_t}{(1+r')^{t-1}}, \qquad (2)$$

де інтервальні потоки коштів визначаються за формулою

$$CF'_t = ПР'_t + A'_t, \; t = 1, \ldots, N', \qquad (3)$$

де $ПР'_t$ – скорегований валовий прибуток за *t*-й інтервал планування;

A'_t – скореговані амортизаційні відрахування;

I'_{t0} – скореговані дисконтовані інвестиційні витрати;

r' – скорегована ставка дисконтування.

для $t = 0, NPV_0 = -I'_0, \; I'_0$ – початкові інвестиції.

Якщо інвестиційні витрати проводяться протягом декількох нормативних інтервалів, то вони визначаються за 4.

$$I'_{t0} = \sum_{t=1}^{N'} \frac{I'_t}{(1+r')^{t-1}}, \qquad (4)$$

де I'_t – скореговані дисконтовані інвестиційні витрати за *t*-й інтервал планування.

При цьому моделюють вираз такого вигляду: параметр *A'* приблизно дорівнює $\bar{a}$ та однозначно знаходиться у діапазоні [$a_{\max}$, $a_{\min}$].

Корегування параметра при цьому визначається за формулою

$$A' = A \times k_A, \qquad (5)$$

де *A* – параметр, визначений з допомогою статистичних чи аналітичних методів;

k_A – коефіцієнт корегування параметра *A* на величину ризику, заданий у вигляді нечіткої величини, що характеризує можливість ризику змінення параметра *A*.

$$k_A = [k_{A\min}, \bar{k}_A, k_{A\max}]. \qquad (6)$$

Використовуючи правила операцій над позитивними нечіткими числами [19, с25], можна записати значення для скорегованого *NPV'*, приведеного до трикутної форми:

$$NPV' = [NPV_{\max}, NPV_{av}, NPV_{\min}], \qquad (7)$$

де $NPV_{\min}$ – нижня границя;

$NPV_{\max}$ – верхня границя;

NPV_{av} – найбільш можливе значення *NPV'*.

Значення параметрів чистого приведеного доходу, вираженого нечітким числом, визначаються за (8)-(10).

$$NPV_{\min} = -I_{to\max} + \sum_{1}^{N_{\min}} \frac{CF_{\min t}}{(1+r_{\max})^{t-1}}, \quad (8)$$

$$NPV_{av} = -I_{toav} + \sum_{1}^{\overline{N}} \frac{\overline{CF}_{avt}}{(1+\overline{r})^{t-1}}, \quad (9)$$

$$NPV_{\max} = -I_{to\min} + \sum_{1}^{N_{\max}} \frac{CF_{\max t}}{(1+r_{\min})^{t-1}}. \quad (10)$$

При цьому скорегований чистий приведений дохід буде характеризуватися функцією приналежності

$$\mu(NPV') \Leftarrow \begin{cases} 0, NPV_{\min i} \le NPV' \\ \dfrac{NPV' - NPV_{\min}}{NPV_{av} - NPV_{\min}}; NPV_{\min} < NPV' \le NPV_{av} \\ \dfrac{NPV_{\max} - NPV'}{NPV_{\max} - NPV_{av}}; NPV_{av} < NPV' < NPV_{\max} \\ 0; NPV' \ge NPV_{\max} \end{cases} \quad (11)$$

і матиме графічне відображення, показане на рис. 1.

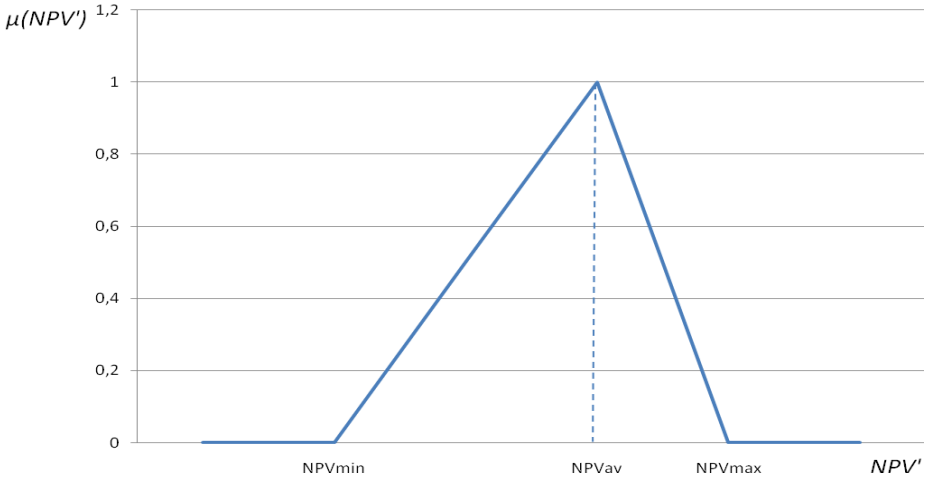

Рис. 1. Функція приналежності трикутного числа

Отже, *NPV'* приймає вигляд функції, залежної від ступеня ризику, однак при такому вигляді запису цього параметра виникає проблема порівняння декількох *NPV'* при прийнятті рішення щодо вибору інвестицій для реалізації. Проте напрямок рішення цього питання можна знайти у роботі Недосєкіна О.О., трансформувавши метод порівняння відносно критерію [13, с.75-85]. Якщо зобразити функції приналежності NPV'_1 та NPV'_2, то графічно їх можна зобразити таким чином (рис. 2).

При цьому критерієм оцінки інвестицій є показник стійкості бізнес-плану.

$$\lambda \to \max, \quad (12)$$

де

$$\lambda = \frac{NPV_{av}}{\Delta}, \quad (13)$$

де Δ – розкид.

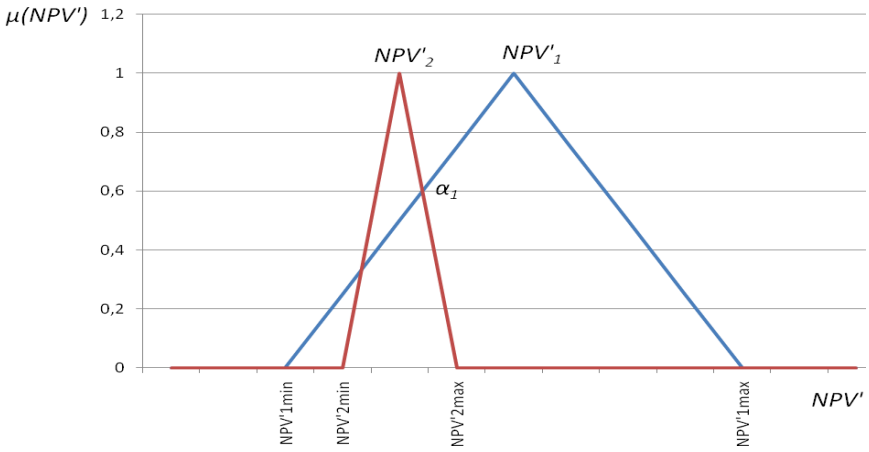

Рис. 2. Графік співвідношення функцій приналежності двох трикутних чисел

Якщо число симетричне, то

$$\Delta = NPV_{av} - NPV_{\min} = NPV_{\max} - NPV_{av}. \quad (14)$$

Якщо ж число не симетричне відносно NPV_{av}, то, керуючись положенням, що значення *NPV'* по праву та ліву сторону відносно NPV_{av} рівно можливі,

$$\Delta = \frac{(NPV_{av} - NPV_{\min}) + (NPV_{\max} - NPV_{av})}{2}. \quad (15)$$

Висновки

Отже, використовуючи розглянутий інструмент оцінки інвестицій, можна ефективно та просто врахувати дію ризику на загальну ефективність інвестицій. При цьому дуже важливо визначити нечітко-лінгвістичні коефіцієнти корегування складових *NPV* на ступінь ризику з максимальною достовірністю. При визначенні нечітко-лінгвістичних коефіцієнтів корегування чистого приведеного доходу важливу роль відіграють критерії оцінки ризику та загальний підхід до їх визначення.

Список литератури: **1.** *Абчук В.А.* Теория риска. - Л.: Судостроение, 1983. - 148 с. **2.** *Баканов М.И.* Анализ коммерческого риска /*Баканов М.И., Чернов В.А.* // Бух. учет. -1993.-№ 10. -С. 9-15 **3.** *Бланк И.А.* Инвестиционный менеджмент. / *И.А. Бланк.* – К. : «ИТЕМ» ЛТД, 1995. – 448с. ISBN 5-7707-6904-1 **4.** *Бочкан Т.* Хозяйственный риск и методы его измерения / Пер. с венг. / *Т.Бочкан, Д.Мессен, Д.Мико и др.* - М.: Экономика, 1979. - 224 с **5.** *Буханова С.М.* Предпринимательские риски: Учеб. Пособие/*Буханова С.М., Краснов М.Н.* - Белгород: Изд-во БелГТАСМ. - 78 с. **6.** *Воропаев Ю.Н.* Риски, присущие бизнесу// Бух.учет. - 1995. - № 4. - С. 29-30. **7.** *Гитман Л. Дж.* Основы инвестирования. / *Л.Дж. Гитман, М.Д. Джонк* : пер. с англ. – М. : Дело, 1997. – 467 с. ISBN 5-7749-0011-8 **8.** *Гробовой П.Г.* Риски в современном бизнесе / *П.Г. Гробовой, С.Н. Петрова, С.И. Полтавцев и др.* - М.: Аланс, 1994. - 237 с. ISBN 5-87115-009-8 **9.** *Кофман А.* Введение теории нечетких множеств в управлении предприятиями. / *А. Кофман, Х. Хил Алуха.* - Минск : Высшая школа, 1992. – 178 с. **10.** *Кузьменко С.В.* Управление экономическими рисками в корпоративном секторе электроэнергетики. [Монография] / *С.В. Кузьменко, Ю.Д. Костин.* – Харьков : ИПП Контраст, 2005. – 248 с. - ISBN 966-96447-7-1 **11.** *Липсиц И.В.* Инвестиционный проект. / *И.В. Липсиц, В.В. Коссов.* – М. : «БЕК», 1996. – 304 с. **12.** *Маршалл А.* Принципы экономической науки / Пер. с англ.: - М.: Прогресс, 1993.-594с. ISBN: 5-01-004203-7 **13.** *Недосекін О.О.* Методологічні основи моделювання фінансової діяльності з використанням нечітко-множинних описань: Дис. док. екон. наук: 08.00.13 / Санкт-Петербург 2003 с.302 **14.** *Райзберг Б.А.* Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр./*Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.* - М.: ИНФРА-М, 1999. 479 с. ISBN 5-86225-758-6 **15.** *Райзберг Б.А.* Предпринимательство и риск. - М.: Знание, 1992. - 64 с. ISBN 5-07-002383-7 **16.** *Фильчагина И.* Мы возьмем на себя ваши риски// Бизнес для всех. - 1996,-№9.-С. 13 **17.** *Хулей Г.* Маркетинговая стратегия и конкурентное

позиционирование [Текст] : учебное пособие / *Грэм Хулей, Джон Сондерс, Найджел Пирси.* - Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2005. - 800 с. ISBN 966-8644-16-6 **18.** *Чумаченко Н.Г.* Статистико-математические методы анализа в управлении производством США. - М.: Статистика, 1979. - 154 с. **19.** *Штовба С. Д.* Проектирование нечетких систем средствами MATLAB. - М.: Горячая линия - Телеком, 2007. – 288с., ISBN 5-93517-359-X **20.** *Buckley, J.* Solving fuzzy equations in economics and finance // personal Internet homepage : http://www.math.uab.edu/buckley/ **21**. *Chen S.* An empirical examination of capital budgeting techniques: impact of investment types and firm characteristics // Eng. Economist, 40 (2), 1995 **22.** *Chiu Ch.-Yu, Park Ch. S.* Fuzzy cash flow analysis using present worth criterion // Eng. Economist, 39 (2), 1994 **23.** *Dimova L., Sevastjanov P., Sevastianov D.* Fuzzy Capital Budgeting: Investment Project Valuation and Optimization // Chenstohova Tech. Univercity Proceedings, 2001 . – Also on site: http://sedok.narod.ru/s_files/poland/DimSevSev2003.doc **24.** *Kahraman C., Ruan D., Tolga E.*. Capital budgeting techniques using discountedfuzzy versus probabilistic cash fows // Information Sciences, 142, 2002 **25.** *Kuchta D.* Fuzzy Capital Budgeting // Fuzzy Sets and Systems, 111, 2000 **26.** *Lai Y.-J., Ching – Lai H.* Possibilistic Linear Programming for Managing Interest Rate Risk // Fuzzy Sets & Systems, 54, 1993 **27.** *Liang P., Song F.* Computer-Aided Risk Evaluation System for Capital Investment // Omega 22, 4, 1994 **28.***Smith D.J.* Incorporating Risk into Capital Budgeting Decisions Using Simulation // Management Decision, 32 (9), 1994

Подано до редакції 18.03.2011

УДК 330.1:339.9

М.М. ГАЛУТОВА, аспірант, Харківська державна академія культури, Харків

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В РОЗВИТКУ ФІНАНСОВИХ ІНСТИТУТІВ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

Розглянуто сутність, протиріччя та обмеження державного регулювання фінансового ринку в умовах ринкової трансформації

The essence, contradiction and limitation of state regulation of the financial market under market transformation is considered

Ключові слова: фінансовий ринок, фінансові інститути, ринкова трансформація, державне регулювання.

Вступ. Проблематика дослідження економічної ролі держави на різних етапах розвитку економіки не завжди пригортала увагу вчених. Як відомо, класична модель ринкової економіки взагалі не передбачає прямого державного втручання в економічний розвиток, залишаючи державі методи побічного впливу, головним чином, через встановлення формальних норм і правил здійснення господарської діяльності. Але починаючи з Великої депресії 1929-1933 рр., завдяки теорії Дж. Кейнса, держава стає активним економічним суб'єктом, показником чого є частка ВВП, що перерозподіляється через державний бюджет. Історичний досвід показує, що вплив держави на розвиток економіки має явно виражену циклічність: періоди посилення державного втручання змінюються періодами його послаблення, або лібералізації.

Але світова фінансова криза 2008-2009 рр. показала також, що ризики виникнення криз криються не тільки у ринкових механізмах, але й у механізмах державного регулювання економіки, включаючи регулювання фінансового ринку. На інституційну

природу останньої фінансової кризи, обумовлену низькою якістю та неефективністю саме державних інститутів (як у цілому, так і окремих гілок влади, включаючи монетарну) вказує значна кількість дослідників [див.: 1-4, 6, 11, 12, 17, 19-24 28, 34-38]. У країнах ринкової трансформації особливо відзначається значення високоефективної судової влади [див.: 26, 30, 32, 33].

Постановка завдання. Тривалий час вважалось, що зв'язок економічних та політичних інститутів вичерпується тезою «ринкова економіка вимагає політичної демократії та є неможливою поза останньою». Але реальний досвід як ринкової трансформації, так і інших типів сучасної економічної еволюції спростовує цей спрощений та певною мірою вульгаризований підхід. З одного боку, запровадження демократичних інститутів може супроводжуватись і нерідко супроводжується зниженням темпів економічного зростання та падінням життєвого рівня людей, а з іншого боку, авторитарні політичні режими можуть створити необхідні умови для економічного зростання та зниження рівня бідності в країні.

Ринкова трансформація має ту особливість, що вона відбувається в умовах відходу від авторитарної моделі політичного устрою та демократизації суспільно-економічного життя. При цьому практично в усіх країнах, що здійснюють ринкові перетворення, економічні реформи спочатку приводять до падіння життєвого рівня та зростання бідності і соціально-економічної нерівності. Це, у свою чергу, здатне привести до відторгнення демократії, яку населення може почати сприймати як джерело погіршення їхнього соціально-економічного становища, і тим самим законсервувати ситуацію незавершеності ринкових перетворень з одночасною консервацією незрілої політичної системи з нерозвиненими демократичними інститутами, включаючи інститути громадянського суспільства. Ця інституційна пастка спрацювала в Україні.

Отже, досліджуючи роль держави у розвитку фінансових інститутів в умовах ринкової трансформації, неможливо обмежитись розкриттям суто економічної діяльності держави, а треба брати до уваги незавершеність становлення самого інституту держави, оскільки ця незавершеність та незрілість політичних інститутів суттєво (головним чином негативно) впливає і на розвиток фінансових інститутів.

Наше завдання в цьому плані полягає у систематизації поглядів щодо механізмів державного впливу на розвиток фінансових інститутів та його ефективності як в розвинених економіках, так і в економіках, що розвиваються. При цьому слід, перш за все, враховувати результати досліджень інституційної економічної теорії, а саме такого її напряму, як конституційна політекономія, засади якої були розроблені Дж. Б'юкененом та розвинуті його послідовниками [див.: 7, 10, 13, 25]. Це випливає з того, що одним з головних напрямів впливу держави на інституційну динаміку фінансових ринків є нормотворення, тобто розробка та прийняття законодавчими органами нормативно-правової бази розвитку фінансових інститутів, а також сприяння розвитку довіри до інститутів фінансового ринку, підірваної останньою фінансовою кризою.

Методологія. Інституційні аспекти цих проблем розроблені поки що недостатньо. Це пов'язано з тим, що саме розуміння змісту інституційної ролі держави на фі-

нансовому ринку перебуває досі у стані осмислення. Між тим, з'ясування цього питання дозволяє комплексно розкрити вплив формальних інститутів на розвиток фінансового ринку. Визнаючи, що регулювання фінансового ринку здійснюється, перш за все, за допомогою формальних норм, тобто правил, встановлених державою, не можна обмежитись цим аналізом, оскільки, по-перше, далі треба аналізувати якість цих норм, а по-друге, розкривати механізм державного контролю за їх дотриманням, включаючи санкції за їх порушення. Якщо ж обмежитись тільки розкриттям змісту відповідних правил, то це, в кращому випадку, дозволить намалювати лише нормативне, ідеальне (якщо не ідеалістичне) бачення фінансового ринку розробниками цих правил. Зазначимо, що аналіз якості норм та механізму їх застосування також не може вважатись завершеним, з огляду на існування неформальних інститутів, але це вже зовсім інша проблема. Інакше кажучи, комплексний аналіз формальних інститутів є необхідною, а розкриття їх взаємодії з неформальними інститутами – достатньою умовою належного аналізу інституційного середовища фінансового ринку.

Таким чином, саме методологія інституційного аналізу є найбільш прийнятною для дослідження ролі держави у розвитку фінансових інститутів в умовах ринкової трансформації

Результати дослідження. Характеризуючи роль держави на фінансовому ринку, неможливо обійти питання щодо ролі держави в економічній системі взагалі, оскільки правильне розуміння загальних засад взаємозв'язку держави і ринку дозволяє краще розуміти особливості його реалізації на фінансовому ринку. До цього часу у науковій літературі панує підхід, що ринковий механізм не передбачає державного втручання, а саме це втручання виникає як реакція на «провали» ринку з метою нейтралізувати їхні негативні наслідки. За такого підходу дуже важко теоретично пояснити наступні «провали» держави, які супроводжують ринкову економіку розвинених країн навіть в умовах існування розгалуженої системи державного регулювання.

Особливо це можна віднести саме до фінансового ринку, який був сильніше усього уражений останньою світовою фінансовою кризою за умов існування такої розгалуженої системи. І хоча значний масив сучасної наукової літератури присвячений виведенню держави з-під критики за розгортання цієї кризи на підставі того, що криза, мовляв, розгорнулась внаслідок дерегуляції і провина за неї цілком лежить на ринку, а не на державі, це не знімає з порядку денного з'ясування того, що «провали» держави, дійсно, існують, а головне, залишає без адекватної відповіді питання, а що тепер треба робити, коли «провали» ринку» наклались на «провали» держави. Само собою напрошується питання про пошук «третьої сили», яка б мала здатність виправляти ці провали.

Розглядаючи можливості теорії суспільного вибору для вирішення проблем, що виникають при дослідженні «провалів держави», зазначимо, що пошуки шляхів подолання її недосконалостей призвели до появи теорії змови (конспірології), базою для виникнення якої стала теорія еліт. Ця теорія у сьогоднішніх умовах є широко розповсюдженою, хоча і вона не позбавлена серйозних вад [див.: 18]. Показово, що одним з

її розробників був відомий вчений В.Парето, який залишив слід не тільки в економічній теорії, але й в соціології. Раціональний момент в теорії еліт полягає, на нашу думку, в тому, що вона враховує реальну можливість відокремлення діяльності політичних еліт від потреб суспільства, що, у свою чергу, несе ризики відриву діяльності держави від суспільних потреб та її переродження в механізм збагачення еліт за рахунок усього суспільства і прагнення еліт до консервації такого стану на невизначений строк. Таке розуміння добре «вкладається» у дію принципу Парето-ефективності, відповідно до якого суспільний добробут сягає максимуму, а розподіл ресурсів стає оптимальним, якщо будь-яка зміна цього розподілу погіршує становище хоча б одного суб'єкта економічної системи. Якщо еліти не дотримуються цього принципу, то потенційна загроза переродження держави може стати і стає реальністю, про що свідчить досвід сучасної української держави.

З цих же позицій слід оцінювати і конспірологічні теорії (теорії змов). Як відомо, їх суть полягає у трактуванні суспільно значущих подій як результату змови певних соціальних груп, що має на меті корисливі мотиви. Попри зовнішню привабливість, яка ґрунтується на простому поясненні складних соціально-економічних явищ, ця теорія, на нашу думку, страждає на дуже значну ваду – її висновки майже неможливо верифікувати методами сучасного економічного аналізу, і практично вона цілком будується на припущеннях. Між тим, само по собі якесь суспільне явище – чи має воно місце в економіці, політиці або в іншій сфері суспільного життя – є результатом складної взаємодії багатьох учасників і характеризується складним поєднанням закономірних та випадкових моментів. Спроби пояснити логіку суспільного розвитку виключно змовами занадто спрощують завдання пошуку причинно-наслідкових зв'язків і далеко не завжди здатні дати задовільні наукові результати при аналізі фінансових інститутів.

Прикладом може бути все та ж світова фінансова криза 2008-2009 рр. Навряд чи можна пояснити її якимись змовами провідних гравців фінансового ринку, оскільки саме провідні гравці цього ринку у США стали першими жертвами цієї кризи. В той же час, послідовно застосовуючи підходи теорії еліт, не можна повністю відкидати можливість існування певних неформальних домовленостей впливових соціальних груп, спрямованих на створення тих чи інших ситуацій в економіці, пов'язаних із штучним загостренням соціально-економічної ситуації в певних країнах чи на певних ринках, яке має на меті отримання цими групами відповідних економічних або політичних дивідендів.

Прикладів таких ситуацій можна навести чимало – як для світових фінансових ринків, так і для національної економіки. Наприклад, Дж. Сорос свого часу заробив свої багатства шляхом цілеспрямованої спекулятивної атаки на англійський фунт стерлінгів. Так само відомо, що восени 2008 р. падіння курсу гривні було спровоковано діями колишнього керівництва Національного банку України, яке у змові з провідними олігархічними банками непрозоро розподілили багатомільярдне рефінансування комерційних банків, яке замість того, щоб піти на фінансове оздоровлення цих банків,

було спрямоване на валютний ринок, а отримані таким чином валютні кошти були розкрадені.

Але слід також зазначити і те, що подібний сценарій розвитку ситуації на фінансовому ринку України не був фатальним. Сама по собі можлива змова змогла реалізуватись виключно тому, що мала відповідне інституційне підкріплення у вигляді недосконалого нормативного порядку звільнення керівництва НБУ. Відповідно до законодавства, право ініціювання звільнення Голови НБУ належало і належить виключно до компетенції Президента України, тобто можливості суспільного контролю за діяльністю керівництва центрального банку країни є вкрай обмеженими і залежать практично повністю від моральних якостей вищої посадової особи країни, які як показує досвід країн з перехідною економікою, на жаль, не завжди відповідають суспільним інтересам (що буде розглянуто пізніше).

З цього випливає, що вищезазначені теорії можуть мати певну користь при дослідженні впливу держави на фінансові інститути, але при цьому слід враховувати багато інших моментів та чинників, які справляють не менший вплив на динаміку фінансового ринку, аніж змови та діяльність державної бюрократії. Серед них важливу роль відіграє механізм комплементарності інститутів. Під комплементарністю зазвичай розуміють ситуацію, коли інститути створюють правила та стимули для поведінки, які не суперечать одне іншому, а доповнюють одне іншого. Забезпечення інституційної комплементарності в процесі розвитку інституційного середовища фінансового ринку має виключно велике значення. При цьому комплементарність має реалізовуватись за кількома напрямами, зокрема, наступними:

- збалансований розвиток інституційно-організаційної структури фінансового ринку, його нормативно-правового регулювання, неформальних правил поведінки учасників та належний рівень фінансового мислення економічних суб'єктів;
- взаємна відповідність та узгодженість законодавчого процесу, державного контролю за дотриманням правил та норм здійснення діяльності на фінансовому ринку та адекватність і незворотність застосування санкцій за порушення цих норм;
- висока ефективність діяльності державної бюрократії та мінімізація корупційних ризиків;
- правильний розподіл регуляторних функцій стосовно фінансового ринку між різними державними органами;
- оптимальне поєднання національних та наднаціональних регуляторних механізмів.

Зазвичай дослідники обмежують свою наукову активність розглядом якогось одного з цих напрямів або навіть його окремих складових. Між тим місія держави на фінансовому ринку полягає саме в забезпеченні його розвитку відповідно до його функцій в інтересах усього суспільства, а це можливо лише у випадку одночасного підтримання взаємоузгодженого розвитку усієї інституційної системи фінансового ринку. Безумовно, інституційне середовище фінансового ринку, як і будь-яка інша інституційна система, має властивість забезпечити взаємозаміщення інститутів, на що звер-

тають увагу деякі автори в останніх дослідженнях інституційної динаміки фінансового сектору економіки [див.: 14]. Але цю властивість не слід переоцінювати. В усякому разі, можливість взаємозаміщення фінансових інститутів, на нашу думку, є реальною тільки для інститутів зі схожими (подібними) функціями.

Наприклад, якщо на кредитному ринку в силу якихось причин відбувається погіршення доступу до банківських кредитів або умов тримання банківських депозитів, то потреба у кредитуванні певних сфер економічної активності може, за інших рівних умов, викликати прискорене зростання сегменту кредитних спілок або ломбардів, що фактично відбувалось в Україні наприкінці 2009 – початку 2010 рр.

Так само, потреба у довгостроковому фінансуванні інвестиційних проектів може задовольнятись або на ринку банківських кредитів, або на фондовому ринку через емісію цінних паперів. При цьому, за інших рівних умов, фондовий ринок є менш витратним механізмом залучення фінансових ресурсів порівняно із банківськими кредитами.

Крім того, функції, пов'язані із загальним регулюванням і наглядом за фінансовим ринком, можуть виконувати як сама держава, так і саморегулівні організації учасників фінансового ринку, і саме тому загальносвітовою тенденцією останніх десятиріч є розширення прав саморегулівних організацій, у тому числі шляхом передачі їм від держави окремих регуляторних повноважень.

Іншим актуальним прикладом можливостей взаємозаміщення фінансових інститутів може бути багатоваріантність комбінацій державних регуляторних органів, що здійснюють нагляд за фінансовими ринками. Незважаючи на принципову єдність як функцій різних національних фінансових ринків,так і функцій державного нагляду за цими ринками, кількість таких органів в різних країнах є різною, хоча найбільш типовою є ситуація, коли банківську систему очолює центральний банк, а фондовий ринок – відповідний інший державний орган. В Україні державний нагляд за банківською системою здійснює Національний банк України, за фондовим ринком – Державна комісія з цінних паперів та фондового ринку, за іншими фінансовими посередниками – Державна комісія з регулювання ринків фінансових послуг. Крім того, загальний нагляд за усіма фінансовими посередниками здійснює Держфінмоніторинг. При цьому державний контроль за деякими фінансовими посередниками можуть здійснювати декілька органів. Наприклад, структури, що здійснюють діяльність з недержавного пенсійного забезпечення, перебувають під наглядом як ДКЦПФР, так і Держфінпослуг; комерційні банки при здійсненні власне банківської діяльності підпадають під контроль НБУ, а при виконанні функцій, пов'язаних з активністю на фондовому ринку – ДКЦПФР.

Але таке взаємозаміщення має свої межі. Наприклад, за загальними принципами державного регулювання будь-якої економічної активності, воно має здійснюватись за основі прийняття відповідних законів. Саме це забезпечує сталість та стабільність усього механізму державного регулювання та певною мірою убезпечує його від корупційного лобіювання приватних інтересів. Органи державної виконавчої влади, відпо-

відно до принципу розподілу повноважень між гілками влади (законодавча, виконавча, судова), мають лише виконувати відповідні приписи законодавства. Якщо ж вони починають конструювати нові правові норми, то це створює небезпеку корупційного переродження системи державного регулювання під потреби найбільш впливових груп учасників фінансового ринку на шкоду як іншим учасникам, так і суспільним інтересам в цілому.

Так само на фінансовому ринку має бути забезпечений комплементарний розвиток державних інститутів, що здійснюють регуляторні функції по відношенню до окремих сегментів фінансового ринку. Загальновідомим є те, що фіскальна політика – це прерогатива уряду, а монетарна – центрального банку країни. Але це загальне положення має реалізовуватись через створення складної інституційної підсистеми, що забезпечує реальність такого розподілу. Наприклад, для належного виконання центральним банком своїх функцій щодо проведення монетарної політики необхідно реальне забезпечення його незалежності. Така незалежність передбачає, окрім усього іншого, обмеження впливу виконавчої влади на процедуру призначення керівника центрального банку.

Отже, взаємозаміщення інститутів, в тому числі фінансових, в принципі, є можливим, але воно не повинно бути альтернативою їх комплементарності, тобто виходити за межі, за якими починається пригнічення одних інститутів іншими, і сталість та взаємоузгоджений розвиток інституційної системи починає руйнуватись, негативно впливаючи на можливості економічного зростання.

З цього випливають відповідні практичні висновки. Швидке введення демократії в авторитарних країнах зі слабким правопорядком може спричинити багато негативних економічних і соціальних наслідків. Демократизація, тобто перехід від автократії до демократії, так само як і ринкові реформи, повинна бути поступовою і здійснюватись паралельно (одночасно) зі зміцненням правопорядку. Демократія, тобто участь широких мас у процесі прийняття рішень, розвиток громадянського суспільства - це важливі самоцінні ідеали розвитку, але вони можуть бути легко скомпрометовані, якщо їх реалізація призводить до послаблення інститутів, уповільнення економічного зростання, збільшення соціальної нерівності та злочинності. В.Полтерович та В.Попов [28] наводять приклад Китаю, для якого ці питання є вкрай актуальними та досвід якого нібито підтверджує логіку цих авторів., оскільки Китай, який, як і В'єтнам, на відміну від усіх інших постсоціалістичних країн, не зазнав трансформаційного спаду при проведенні ринкових реформ.

Але при цьому вони визнають, що перед Китаєм наразі постала проблема демократизації суспільно-економічного та політичного життя. В цій країні вже поступово впроваджуються виборні механізми та передбачається широка демократизація, що актуалізує принципове питання: якою має бути швидкість і послідовність демократичних реформ, щоб їх негативні наслідки виявилися мінімальними.

Як можна зрозуміти логіку авторів, вони виступають проти «впровадження демократії за будь-яку ціну», посилаючись на те, що системи пріоритетів та життєвих

цінностей в країнах з різними рівнями розвитку є різними. Усі люди цінують не тільки матеріальне благополуччя, але й соціальну рівність і справедливість, безпеку, чистоту навколишнього середовища, можливість дожити до глибокої старості і багато іншого, але відносна (порівняльна) цінність цих показників благополуччя є неоднаковою. Відповідь на питання, на що витратити додатковий мільярд доларів у державному бюджеті, який несподівано з'явився - на захист тварин, зниження дитячої смертності або на боротьбу зі злочинністю, буде в Україні одна, у Мексиці – інша, а к США – третя, так само як і відповідь на питання щодо відносної цінності демократії.

Але очевидним є те, що в бідній країні з низькою тривалістю життя і високою злочинністю виборці, швидше за все, підтримають програму прискорення економічного зростання, скорочення смертності та наведення порядку, навіть якщо це і пов'язано з обмеженнями демократії, що підтверджується численними прикладами країн, що розвиваються.

Звичайно, демократизація є не тільки метою, але й способом, що допомагає досягти інших цілей розвитку, таких, як тривалість життя, соціальна рівність, низька злочинність. Але це все є досяжним в ході демократизації лише за однієї неодмінної умови - при сталому правопорядку та забезпеченні усіх інших прав і свобод особистості, а не тільки демократичних. На жаль, у країнах зі слабким правопорядком (а таких серед країн, що розвиваються - абсолютна більшість, до якої входить і Україна) демократизація, як це не неприємно, супроводжується посиленням корупції, зниженням ефективності державних інститутів, збільшенням тіньової економіки, погіршенням якості макроекономічної політики (високі бюджетні дефіцити і інфляція) і, як наслідок, зростанням злочинності і соціальної нерівності на тлі скорочення тривалості життя [див.: 8].

Розглядаючи можливості та обмеження сучасної системи державного регулювання фінансового ринку в процесі ринкової трансформації економіки, слід врахувати ще одну особливість розвитку сучасних економічних систем – його нелінійність. Врахування нелінійного характеру соціально-економічної динаміки базується на використанні методологічного потенціалу природничих наук, зокрема, на теорії самоорганізованої критичності [див.: 5, 15, 16, 27, 29, 31]. Наслідком посилення нелінійного характеру економічної динаміки, включаючи динаміку фінансових ринків, є зростання ризиків несподіваних та неочікуваних фінансових криз, які потребують адекватного реагування органів, що здійснюють регуляторну політику на фінансовому ринку. Посилення не лінійності веде до послаблення потенціалу ієрархічних управлінських механізмів та вимагає їх ефективного доповнення мережевими механізмами. Конкретним засобом забезпеченні оптимального сполучення вертикальних та горизонтальних комунікаційних взаємодій на фінансових ринках є розвиток самоорганізації, яке, окрім власного потенціалу пом’якшення ризиків глобалізації фінансових ринків та негативного потенціалу рефлексивності поведінки їхніх учасників, стимулює зміни самого механізму державного регулювання.

Висновки. Проведене дослідження дозволяє зробити висновок, що в умовах ри-

нкової трансформації існує обернена залежність між рівнем комплементарності та можливостями взаємозаміщення фінансових інститутів, а саме, недостатня комплементарність, яка є результатом інституційної невпорядкованості, створює об'єктивні передумови перерозподілу функцій між різними групами інститутів, що дозволяє частково долати інституційні обмеження для ринкової трансформації, але при цьому створює загрозу стабільності та сталості інституційної системи. Крім того, на основі застосування методології самоорганізованої критичності ми вважаємо, що пріоритетними напрямами приведення системи державного регулювання національного фінансового ринку у відповідність до сталого стану постійної невизначеності та ризиків швидких катастрофічних потрясінь глобальної фінансової системи мають бути: скорочення часу на модифікацію діючих формальних норм у разі виникнення потреби у їх зміні під тиском зовнішніх обставин та законодавче закріплення обов'язку державного регулятора робити це у разі необхідності, а також запровадження відповідальності відповідних посадових осіб за несвоєчасне реагування на виникаючі проблеми для забезпечення сталого розвитку системи; законодавче закріплення необхідності координації регуляторної політики усіма державними регуляторами, включаючи особливості такої координації у кризові періоди; подальша дерегуляція фінансового ринку шляхом передачі частини регуляторних повноважень саморегулівним організаціям одночасно із запровадженням більш гнучкої системи членства в них професійних учасників фінансового ринку.

Список літератури: **1.** *Андрюшин С., Кузнецова В.* Приоритеты денежно-кредитной политики центральных банков в новых условиях // Вопросы экономики.- 2011.- № 6.- С. 57-70. **2.** *Анурин В. Ф., Садулина А. М.* Бюрократия: взгляды "извне" и "изнутри" // Социологические исследования.- 2010.- № 2.- С. 29-38. **3.** *Афанасьев М.* Качество государства – главная проблема России // Prognosis.- 2008.- № 13.- С. 220-232. **4.** *Афанасьева О.* Прозрачность и подотчетность власти. Канадский урок //Мировая экономика и междунар. отношения.- 2010.- № 10.- С. 108-118. **5.** *Бак П., Чем К.* Самоорганизованная критичность [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://katastrofa.h12.ru/krit.htm. **6.** *Балакришнан Г.* Роль насилия в истории [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.newleftreview.org/?getpdf=NLR28102&pdflang=ru. **7.** *Баренбойм П. Д., Гаджиев Г. А., Лафитский В. И., Мау В. А.* Конституционная экономика. Учебник.- М.: Юстицинформ, 2006.- 528 с. **8.** *Березюк О.* Україною керують методами східної деспотії [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://gazeta.ua/articles/berezjuk-oleg/_ukrajinoyu-keruyut-metodami-shidnoji-despotiji/396247. **9.** *Бернстайн П.* Фундаментальные идеи финансового мира. Эволюция. – М.: Альпина, 2009. – 256 с. **10.** *Бреннан Дж., Бьюкенен Дж.* Причина правил. Конституционная политическая экономия.- М.: Экономическая школа, 2009.- 272 с. **11.** *Голдстоун Дж.* Россия и Китай должны отказаться от устаревших экономических моделей [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://2010.gpf-yaroslavl.ru/layout/set/print/viewpoint/Dzhek-Goldstoun-Rossiya-i-Kitaj-dolzhny-otkazat-sya-ot-ustarevshih-ekonomicheskih-modelej. **12.** *Государство.* Научные тетради Института Восточной Европы. Выпуск III. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.prognosis.ru/science_papers/Science_III.pdf. **13.** *Данилов С.Ю.* Конституционная экономика в зарубежных странах .- М.: Государственный университет - Высшая школа экономики (ГУ ВШЭ), 2008.- 145 с. **14.** *Інституційні* чинники розвитку фінансового сектору економіки в умовах ринкової трансформації: монографія / кол. авторів; за заг. ред. д-ра екон. наук, проф. В. М. Соболєва. – К. : УБС НБУ, 2010.- 350 с. **15.** *Малинецкий Г.Г., Курдюмов С.П.* Нелинейная динамика и проблемы прогноза Вестник Российской Академии наук.- 2001.- том 71.- № 3.- с. 210-232. **16.** *Манн С.* Реакция на хаос [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://rusprostranstvo.com/massmedia/view/432. **17.** *Международная конвергенция* измерения капитала и стандартов капитала: Уточненные рамочные подходы. Июнь 2004 .- Базель, 2004.- 266 с. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.cbr.ru/today/pk/Basel.pdf. **18.** *Найт П.* Культура заговора.- М.: Ультракультура 2.0, 2010.-

432 с. **19.** *Норгаард О.* Економічні інституції та демократична реформа. Порівняльний аналіз посткомуністичних країн / Пер. з англ. М.Козуба та А.Галушки.- К.: Ніка-Центр, 2007.- 424 с. **20.** *Олейник А.* Административные реформы в контексте властных отношений М.: Российская политическая энциклопедия, 2008.- 368 с. **21.** *Олейник А.* Власть и рынок. Система социально-экономического господства в России "нулевых" годов.- М.: Российская политическая энциклопедия, 2011.- 440 с. **22.** *Олейник А.* Политэкономия власти: подходы к анализу отношений между государством и бизнесом в России // Вопросы экономики.- 2011.- № 5.- С. 19-33. **23.** *Олсон М.* Власть и Процветание: перерастая коммунистические и капиталистические диктатуры / М. Олсон; пер. с англ. - Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2007. - 175 с. **24.** *Ореховский П.* Зрелость социальных институтов и специфика оснований теории общественного выбора // Вопросы экономики.- 2011.- № 5.- С. 75-88. **25.** *Очерки* конституционной экономики. Редактор Г. А. Гаджиев.- М.: Юстицинформ, 2009.- 280 с. **26.** *Пастухов В. Б.* Просвещенный авторитаризм и независимость суда (Возрождение консервативной утопии) // Общественные науки и современность. – 2010. –№ 2. – С. 14–31. **27.** *Петерс Э.* Хаос и порядок на рынках капитала.- М.: Мир, 2000.- 333 с. **28.** *Полтерович В., Попов В.* Демократия, качество институтов и экономический рост // Prognosis.- 2006.- № 3 (7).- С. 116-132. **29.** *Пригожин И.* Конец определенности. Время, хаос и новые законы природы.- Ижевск: НИЦ «регулярная и хаотическая динамика», 2000.- 208 с. **30.** *Римский В. Л.* Социальные аспекты взаимодействий граждан и предпринимателей с российскими судами // Общественные науки и современность. – 2010. – № 2. – С. 40–56. **31.** *Самоорганизованная критичность* в Конгрессе США [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://chaos.in.ua/news/samoorganizovannaya-kritichnost-v-kongresse-ssha. **32.** *Сатаров Г. А.* Судебная власть: фрагмент диагноза // Общественные науки и современность. – 2010. – № 2. – С. 32–39. **33.** *Сатаров Г. А.* Экспертная оценка российской судебной власти // Общественные науки и современность. – 2009. – № 6. – С. 117–124). **34.** *Сатаров Г.* Пролегомены к последней модернизации в России // Вопросы экономики.- 2011.- № 5.- С. 4-18. **35.** *Фукуяма Ф.* Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию: Пер. с англ. / М.: ООО «Издательство АСТ»: ЗАО НПП «Ермак», 2004. — 730 с. **36.** *Шаститко А.* Экономические аспекты верховенства права: стоимость услуг гарантов и ошибки правоприменения //Вопросы экономики.- 2011.- № 3.- С. 88-103. **37.** *Яковлев А. А.* Государственный капитализм, коррупция и эффективность госаппарата // Общественные науки и современность – 2010.- № 4.- С. 18-25. **38.** *Яновский К. Э., Жаворонков С. В., Шульгин С. Г.* Возникает ли окно возможностей у холопов при драке панов?// Общественные науки и современность. – 2011.- № 2.- С. 77-86.

Подано до редакції 22.03.2011

УДК 330.01: 339.9

Н.П. ТКАЧОВА, аспірант НТУ «ХПІ», Харків

СУЧАСНИЙ СТАН РИНКОВИХ ПРОБЛЕМ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ УКРАЇНСЬКОЇ ЕКОНОМІКИ

В статті аналізується стан конкурентоспроможності України за різними міжнародними рейтингами. Розглянуто основні шляхи підвищення конкурентної позиції України.

In the article the competitiveness position of Ukraine in different international rating is analyzed. The main ways of increasing of competitive position of country in present circumstances is overviewed.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентні переваги економіки, рейтинг конкурентоспроможності, конкурентні позиції, ефективність розвитку

Вступ. За останні 20 років в нашій країні не відбувалося істотної модернізації національного виробництва. Навпаки, в структурі національного продукту збільшувалася питома вага технологічних виробництв нижчого ступеня. По розрахункам

провідних економістів тільки за період з 1992 по 1998 рр. частка п'ятого (найбільш прогресивного на той момент) технологічного укладу скоротилася в машинобудуванні України з 21% до 14% [2, 6, 7]. Нинішні наміри керівництва України здійснити модернізацію економіки нашої країни поки не знайшли достатнього практичного впровадження. Тому дослідження та аналіз конкурентних переваг української економіки є нагальною задачею сьогодення.

Постановка завдання. Актуальність дослідження національної конкурентоспроможності в умовах глобалізації очевидна для України. Останнім часом, по суті, вичерпався потенціал зростання національної економіки на ресурсній основі. Потрібні кардинальні зміни у виборі пріоритетів національного економічного розвитку в глобальній конкуренції, а для цього важливим є усвідомлення змісту і структури такої фундаментальної економічної категорії, як конкурентоспроможність країни.

Аналіз останніх досліджень. Значний вклад у дослідженні конкурентоспроможності зробили зарубіжні економісти: І.Ансофф, М.Портер, Ж.-Ж.Ламбен, Ф.Котлер, Х.Мінцберг, Д.Дей, М.Мак-Дональд, Р.Фатхутдінов, Г.Азоев та ін. Однак їх наукові розробки не враховують в достатній мірі особливості українського ринку. Питанням стратегічного управління і планування, розробки маркетингових стратегій з урахуванням специфіки трансформаційної економіки присвячені праці вітчизняних науковців – Ю.Іванова, П.Перерви, Н.Куденко, А.Наливайка, О.Кузьміна, І.Швець, О.Маслак, С.Ілляшенко, О.Іванової, П.Орлова та ін. Незважаючи на значні досягнення в теорії і практиці дослідження конкурентоспроможності країни, на нашу думку, потребують подальшого дослідження теоретико-методологічні засади феномена конкурентоспроможності країни в глобальному середовищі.

Метою даної статті є дослідження конкурентоспроможності України, на основі порівняльного аналізу існуючих рейтингів конкурентоспроможності країн світу, а також визначення основних заходів для підвищення конкурентних позицій української економіки на світовому ринку в умовах глобалізації.

Результати дослідження. З точки зору дослідження конкурентних переваг української економіки надзвичайно цікавим є аналіз рейтингу конкурентоспроможності України та ряду інших країн здійснено за матеріалами Звіту конкурентоспроможності 2010/2011, підготовленого Всесвітнім економічним форумом. Ця організація почала розраховувати глобальний рейтинг конкурентоспроможності країн у 1979 році. Україна була включена до рейтингу в 1997 році. У Звіті досліджується конкурентоспроможність країн на основі Глобального індексу конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index - GCI). Для визначення GCI використовуються загальнодоступні статистичні дані та результати опитування керівників компаній у країнах, охоплених дослідженням, за 12 групами складових показників (субіндекси), а саме: державні та суспільні установи; інфраструктура; макроекономічна стабільність; охорона здоров’я та початкова освіта; середня, вища та професійна освіта; ефективність товарного ринку; ефективність ринку праці;рівень розвитку фінансового ринку; технологічна готовність; розмір ринку; удосконалення бізнесу; інновації [3, 4, 10, 11].

Глобальний індекс конкурентоспроможності GCI на 2/3 складається з оцінки, отриманої шляхом опитування респондентів, на 1/3 – зі статистичних даних. Зважаючи на складність проведення оцінок та охоплення значного числа сфер життєдіяльності суспільства, при його визначенні аналізувалися дані, наявні на момент оцінки, при розрахунку GCI 2010/2011 дані використані за 2008-2009 роки. Число країн-учасниць по відношенню до попереднього періоду – 2009/2010, збільшено відповідно зі 133 до 139 країн (включено Молдову, Іран, Ліван та 3 африканські країни) [3, 4].

Загальний рейтинг очолила Швейцарія та Швеція. Сполучені Штати Америки, які тривалий час залишалися лідером рейтингу, посіли четверте місце. До десятки кращих (як і у Звіті 2009/2010) увійшли Сінгапур, Німеччина, Японія, Фінляндія, Нідерланди, Данія та Канада. За більшістю світових рейтингів Україна суттєво відстає від розвинутих країн світу. Порівняно з попереднім Звітом місце України у рейтингу погіршилося на 7 позицій – з 82 (серед 133 країн) до 89 місця (серед 139 країн). Місце нашої країни серед країн, з якими Україна має найбільш розвинуті економічні та бізнес-зв'язки, в динаміці за останні роки показано нами в табл.1.1 [3, 4, 10, 11].

Таблиця 1.1

Динаміка зміни GCI для України та її бізнес-партнерів (найкраще місце - 1)

Країни	Значення GCI та його зміна						
	2006-2007	2007-2008	2008-2009	2009-2010	2010-2011	Зміна рейтингу 2009-2010	Зміна рейтингу 2010-2011
Кількість країн-учасниць	*125*	*131*	*134*	*133*	*139*		
Значення GCI по країнам						Зміна GCI (до попереднього року)	
Швейцарія	4	2	2	1	1	1	0
США	6	1	1	2	4	-1	-2
Німеччина	8	5	7	7	5	0	2
Франція	18	18	16	16	15	0	1
Китай	54	34	30	29	27	1	2
Естонія	25	27	32	35	33	-3	2
Польща	48	51	53	46	39	7	7
Латвія	36	45	54	68	70	-14	-2
Росія	62	58	51	63	63	-12	0
Румунія	68	74	68	64	67	4	-3
Казахстан	56	61	66	67	72	-1	-5
Болгарія	72	79	76	76	71	0	5
Україна	**78**	**73**	**72**	**82**	**89**	**-10**	**-7**
Грузія	85	90	90	90	83	0	-3
Вірменія	81	89	90	97	98	-7	-1

Умовно, серед попереднього складу країн-учасниць GCI 2009/2010 Україна посіла 87 місце, тобто погіршила своє місце на 5 позицій. Серед країн СНГ позаду України залишились лише Грузія (93 місце) та Вірменія (98 місце).

Найбільш проблемним питанням стабільно залишається якість інституцій в Україні (115 місце у рейтингу). До чинників, що безпосередньо впливають на покращення інституційного середовища в Україні, належать, зокрема, етична поведінка компаній, захист прав власності, прозорість ухвалення рішень урядом, незалежність судової системи, ефективність використання державного бюджету, захист прав інтелектуальної власності, довіра суспільства до політи-

ків тощо. Неефективними та недостатньо розвиненими залишаються також ринок товарів та послуг (101 місце у рейтингу) і фінансовий ринок (85 місце), не зростає рівень технологічної готовності країни (93 місце), складною є ситуація з забезпечення макроекономічної стабільності (82 місце), що безпосередньо впливає на конкурентоспроможність українських компаній у глобальному просторі (81 місце). Україна має значний інноваційний потенціал (65 місце), пристойний рівень вищої освіти та професійної підготовки (53 місце). Це стає важливою конкурентною перевагою нашої держави, оскільки наявність високопрофесійних фахівців може гарантувати успіх у сучасному світі та стати передумовою формування конкурентоспроможного ринку, сприятиме інтеграційним процесам України.

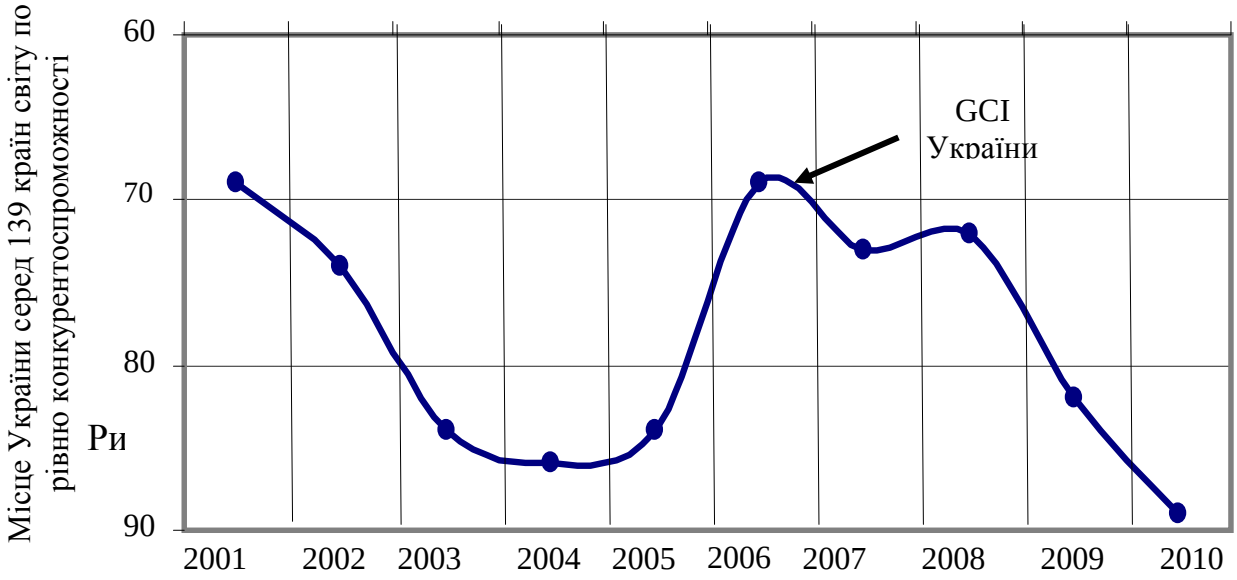

Рис.1.1 Динамка GCI України за розрахунками Всесвітнього економічного форуму [3].

Структура Глобального індексу конкурентоспроможності України GCI у звітах 2009/2010 – 2010/2011 представлена нами на рис.1.2.

Аналіз рейтингу України у GCI 2010/2011 за складовими (рис.1.2) показує, що Україна втратила свої позиції майже за всіма показниками. Покращення рейтингу відмічено лише за двома показниками: інфраструктура та охорона здоров'я і початкова освіта, які, як і у 2009/2010, залишились в сфері **потенційних загроз** для конкурентоспроможності країни. На покращення рейтингу зазначених показників позитивно вплинули відповідні конкурентні переваги: розширення ринку мобільного зв'язку, покращення якості загальної інфраструктури, насамперед, залізничної та зменшення показника дитячої смертності, а також забезпечення достатнього рівня якості початкової освіти [3].Найбільших втрат Україна зазнала за такими важливими складовими, що знаходяться в сфері **критичного відставання**, як: «Макроекономічна стабільність» (на 26 пунктів), «Рівень розвитку товарного ринку» (на 20 пунктів), «Рівень розвитку фінансового ринку» (на 13 пунктів), «Державні та суспільні установи» (на 14 пунктів).

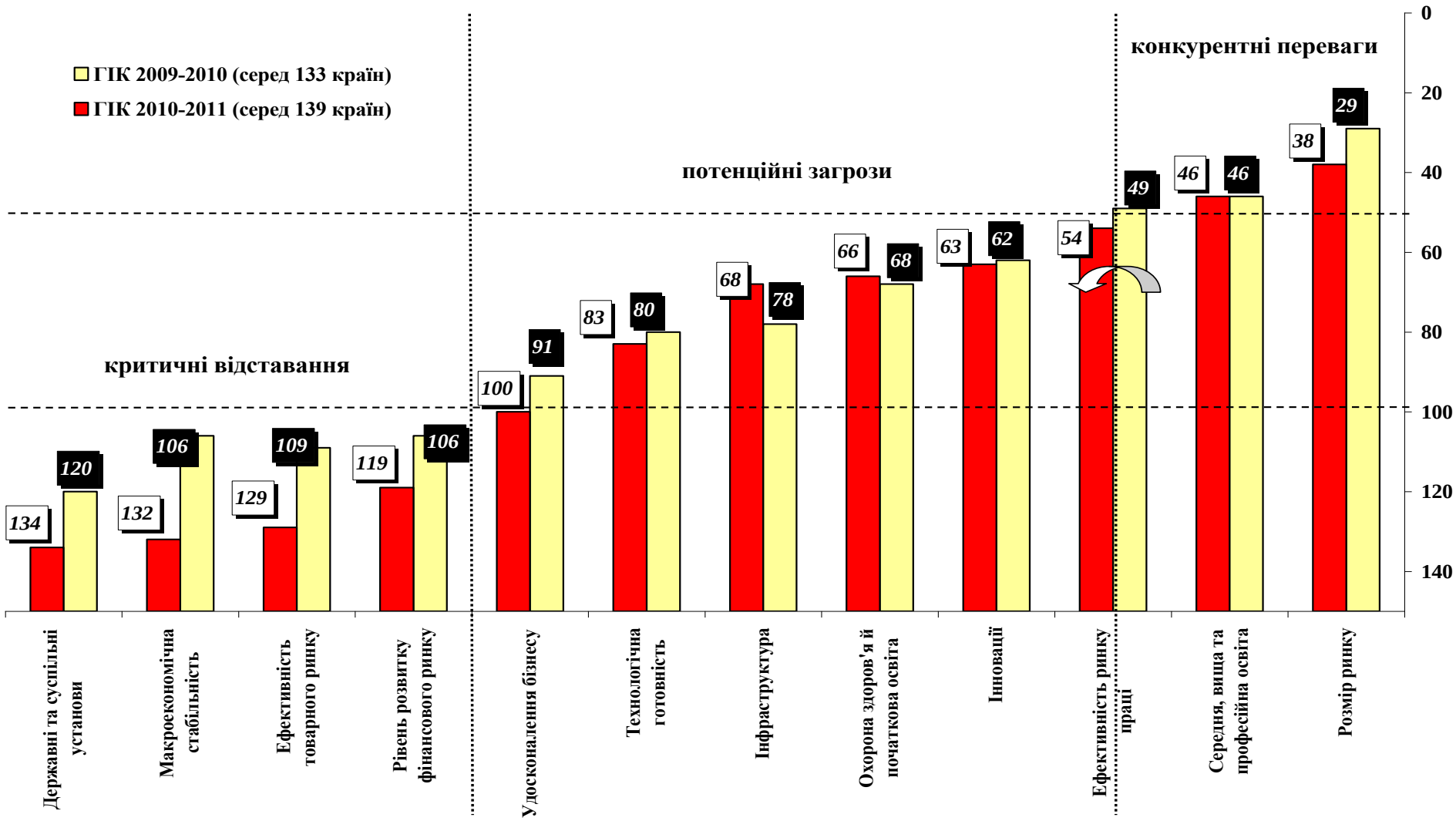

Рис.1.2. Структура Глобального індексу конкурентоспроможності України GCI у звітах 2009/2010 – 2010/2011 [3].

Слабкість інституційної бази в Україні зумовлює її відставання у Глобальному рейтингу конкурентоспроможності, тоді як забезпечення інституціональних основ ринкової економіки є передумовою реалізації конкурентних переваг країни на міжнародному ринку розподілу праці [3]. Внаслідок недосконалої інституційної бази Україні не вдалося адекватно і вчасно відреагувати на поширення світової фінансової кризи, у результаті чого вона втратила позиції у забезпеченні макроекономічної та фінансової стабільності. Найбільш критичного рівня досягли показники дефіциту державного бюджету та інфляції, що негативно вплинуло на оцінку кредитного рейтингу країни (99 місце) [3].

Зволікання вітчизняного фінансового ринку у подоланні наслідків кризи призвело до подальшого падіння його рейтингу, що характеризується недовірою до надійності банків (138 місце) та згортанням кредитної активності – доступність позик (130 місце). Реакцією на товарному ринку на процеси фінансової кризи стало згортання внутрішньої конкуренції і посилення монопольного домінування. Невирішення проблем регуляторної політики виступає додатковим фактором, що гальмує розвиток конкурентоздатного бізнес-середовища [3]. До сфери критичних відставань наблизився рейтинг показника «Удосконалення бізнесу», який знизився на 9 пунктів до 100 місця. Негативний вплив на його оцінку мала відсутність у компаній стратегічного бачення розвитку, побудованого на використанні прямих ринків зовнішньої дистрибуції, професійного маркетингу та співробітництва з науково-дослідною сферою. Показник «Ефективність ринку праці», втративши лише 5 пунктів, перетворився для України з конкурентних переваг у GCI 2009/2010 на **потенційну загрозу** через зниження оцінки респондентів рівня довіри професійному менеджменту, співпраці у відносинах робітник-роботодавець та рівня втечі «мізків». Такі низькі результати засвідчують нестачу робочих місць на ринку праці, низьку мотивацію легальної зайнятості і, як результат, проблему з адекватністю виконаної роботи. Водночас на досить високому рівні залишається індекс еластичності умов праці (31 бал, тоді як середній бал для Східної Європи та Центральної Азії – 29,2), при оцінці якого досліджується жорсткість регуляторних норм при наймі / звільненні робітників [3]. Утримати свої позиції в сегменті **конкурентних переваг** вдалося субіндексу «Розмір ринку», незважаючи на досить значне падіння (на 9 пунктів), та субіндексу «Середня, вища та професійна освіта», який залишився без змін. Визначальний вплив на формування рейтингу «Розмір ринку» мало скорочення розміру як внутрішнього ринку, у співвідношенні до ВВП (у паритеті купівельної спроможності), так і зовнішнього ринку на 18,6% та 15,2%, відповідно [3]. У сфері освіти конкурентними перевагами залишається охоплення населення середньою та вищою освітою, а також якість викладання математичних та прикладних наук. На загальний рівень освіти негативно вплинула низька якість шкіл професійного менеджменту та обмеженість дослідницьких та тренінгових центрів у регіонах [3].

Аналіз рейтингів окремих країн за індексом глобальної конкурентоспроможності свідчить, що найвищу позицію в них займають країни з економікою, яка базується на високих технологіях та інноваціях. Сучасна ж Україна майже втратила позиції технологічного лідера, яким була у ряді галузей в 70-80-роки минулого століття. Для того щоб не перетворитися на світову периферію, що виготовляє дешеву сировинну

продукцію, Україна повинна через 15-20 років забезпечити перехід до 6-го технологічного укладу. Сьогодні більшість наших виробництв відносяться до 3-го і 4-го технологічних укладів. Наприклад, основа нинішнього промислового і експортного потенціалу – металургія і хімія – представляють 3-й технологічний устрій. Розвиток шостого технологічного укладу несе за собою наноелектроніку, молекулярну і нанофотоніку, наногетерогенні системи, нанобіотехнології, наносистемну техніку. Тому дуже важливо розвивати нові наукоємні виробництва, такі як біотехнології, програмне забезпечення та ін. Ряд наукоємних галузей в яких наша країна має значні досягнення та потенціал необхідно зробити пріоритетними, для того щоб в майбутньому вони стали основою нової структури вітчизняної економіки. Україна посідає четверте місце у світі в ракетно-космічній сфері, надає 9 % загальносвітових послуг у цій сфері; шосте місце – серед виробників авіаційної техніки; четверте-п'яте – серед виробників авіаційних двигунів і газотурбінних установок, дев'яте-десяте – надчистих матеріалів для напівпровідників; шосте – серед експортерів озброєнь. Практично всі види монокристалів, які є основою інформаційних технологій, можуть вироблятися в Україні.

Наведені результати дослідження показує, що сучасна економічна ситуація в Україні кардинально не покращується. В період 2001-2010 рр. наша країна демонструвала високі темпи економічного зростання (за винятком світового кризового періоду), що дозволяло робити вельми оптимістичні прогнози відносно перспектив її розвитку. Чому ж тоді Україна виявилася в числі країн, які найбільш постраждали від наслідків глобальних економічних потрясінь? Для відповіді на це питання поважно чітко усвідомити невідповідність кількісних і якісних параметрів еволюції економічної системи. Щоб оцінити якість економічного зростання в Україні, на наш погляд, є доцільним використати показники проміжного споживання (*ПС*) і валової доданої вартості (*ВДВ*). Валова додана вартість характеризує кінцеву вартість продукції, виробленої в галузях економіки, і розраховується як різниця між валовим випуском (*ВВ*) і проміжним споживанням галузі (*ПС*):

$$ВДВ = ВВ - ПС.$$

Розмір проміжного споживання *ПС* відображає вартість товарів і послуг, використаних інституційними одиницями для виробничих потреб, і включає матеріальні (сировина, напівфабрикати, матеріали і комплектуючі, паливо і електроенергія, будматеріали, запчастини, тара і ін.) і нематеріальні (послуги транспорту, пошти, зв'язку, діяльності у сфері інформатизації, послуги освіти і ін.) витрати. Ефективним можна назвати такий розвиток економіки, коли *ВДС* зростає швидше, ніж *ПП* [6]. З цих посилань можна зробити висновок про те, що критерієм ефективності розвитку національної економіки (або певної її галузі) $E_{ек}$ є виконання вимог наступної нерівності:

$$E_{ек} = (ВДС_{t+1} - ВДС_t) / (ПС_{t+1} - ПС_t) = \Delta ВДС / \Delta ПС > 1.$$

Розрахунки конкретних значень $E_{ек}$ для реального сектору української економіки наведені нами в табл.1.1.

Таблиця 1.1

Якість економічного зростання в Україні*

Роки	Валовий випуск продукції, *ВВ*, млн.грн	Проміжне споживання, *ПС*, млн.грн	Валова додана вартість, *ВДВ*, млн. грн	$\Delta ПС = ПС_{t+1} - ПС_t$, млн. грн.	$\Delta ВДС = ВДС_{t+1} - ВДС_t$, млн. грн.	$Е_{ек} = (\Delta ВДС / \Delta ПС)$
2001	484220	280030	204190	-	-	-
2002	528624	302814	225810	22784	21620	**0,949**
2003	630831	363487	267344	60673	41534	**0,685**
2004	842055	496942	345113	133455	77769	**0,583**
2005	1048481	607029	441452	110087	96339	**0,875**
2006	1252209	708056	544153	101027	102701	**1,017**
2007	1650992	930261	720731	222205	176578	**0,795**
2008	2196052	1247996	948056	317735	227325	**0,715**
2009	1989508	1074788	914720	-173208	-33336	**(0,192)**
2010	2264230	1223465	1040765	148677	126045	**0,85**
2011						

**Розраховано по даним Державного комітету статистики України [1, 9]*

Як показують наші розрахунки, приведені в табл. 1, розвиток реального сектора економіки України в до кризовий період носив виключно екстенсивний характер, оскільки співвідношення приросту $\Delta ВДС$ до приросту $\Delta ПП$ у всі роки, окрім 2006 р., складало менше одиниці. Це означає, що не відбувалося інтенсифікації розвитку національної економіки, не знижувалася ресурсоємність виробництва. Все це суттєво відбивалося на розвитку промисловості в цілому та її окремих галузей, де за остання 8-10 років не спостерігається суттєвих змін в обсягах виробництва та використанні прогресивних методів організації виробництва.

Аналіз рейтингів окремих країн за індексом глобальної конкурентоспроможності свідчить, що найвищу позицію в них займають країни з економікою, яка базується на високих технологіях та інноваціях. Сучасна ж Україна майже втратила позиції технологічного лідера, яким була у ряді галузей в 70-80-роки минулого століття. Для того щоб не перетворитися на світову периферію, що виготовляє дешеву сировинну продукцію, Україна повинна через 15-20 років забезпечити перехід до 6-го технологічного укладу. Сьогодні більшість наших виробництв відносяться до 3-го і 4-го технологічних укладів [8]. Наприклад, основа нинішнього промислового і експортного потенціалу – металургія і хімія – представляють 3-й технологічний устрій. Розвиток шостого технологічного укладу несе за собою наноелектроніку, молекулярну і нанофотоніку, наногетерогенні системи, нанобіотехнології, наносистемну техніку. Тому дуже важливо розвивати нові наукоємні виробництва, такі як біотехнології, програмне забезпечення та ін. Ряд наукоємних галузей в яких наша країна має значні досягнення та потенціал необхідно зробити пріоритетними, для того щоб в майбутньому вони стали основою нової структури вітчизняної економіки. Україна посідає четверте місце у світі в ракетно-космічній сфері, надає 9 % за-

гальносвітових послуг у цій сфері; шосте місце – серед виробників авіаційної техніки; четверте-п'яте – серед виробників авіаційних двигунів і газотурбінних установок, дев'яте-десяте – надчистих матеріалів для напівпровідників; шосте – серед експортерів озброєнь. Практично всі види монокристалів, які є основою інформаційних технологій, можуть вироблятися в Україні [8].

Висновки. Формування і посилення конкурентних переваг відіграє значну роль у структурі конкурентоспроможності України. Однак, значна зношеність основних засобів, неповне завантаження виробничих потужностей, переважання в структурі імпорту машинотехнічної продукції і обладнання, що було у вжитку та машинотехнічної продукції, яка призначена для насичення побутових потреб споживачів, низький попит на українську продукцію на зовнішньому ринку - основні чинники, що гальмують розвиток конкурентоспроможності України. Однак, проведений нами аналіз показує, що економіка України має значний інноваційний потенціал, значні можливості до формування нових і посилення існуючих конкурентних переваг як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках, що дає велику надію на відродження нашої країни.

Список літератури: **1.**Державний комітет статистики. Доповідь «Про соціально-економічне становище України» [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/mp/dopovidx/arh_dop2011.html **2.** *Іванов Ю. Б.* Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток [Текст] : монографія / *Ю. Б. Іванов, П. А. Орлов, О. Ю. Іванова.* – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с. **3.** Конкурентоспроможність економіки України: місце України в основних світових рейтингах [Електронний ресурс] - Режим доступу : // http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/printable_article?art_id=151372 **4.** Конкурентоспроможність України: оцінка Всесвітнього економічного форуму 2010-2011 рр. [Електронний ресурс] : Аналітична записка. - Режим доступу : http://nbuportal.bank.gov.ua **5.** *Мартиненко В.В.* Конкурентоспроможність економки та економічна безпека України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://intkonf.org/martinenko-vv-konkurentospromozhnist-ekonomki-ta-ekonomichna-bezpeka-ukrayini/ **6.** *Патлатой А.Е.* Проблемы инновационного развития Украины в послекризисный период / *А.Е.Патлатой* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.icp-ua.com/ru/node/496 **7.** *Процюк Л. В.* Інвестиційна привабливість України/ *Л.В.Процюк, Ю.В.Герасименко* // http://www.rusnauka.com/2_KAND_2011/Economics/78493.doc.htm **8.** *Ряба О.І.* Конкурентоспроможність України та напрями її підвищення / О. І. Ряба, Н. М. Шумило//Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.- 2010.- № 2.- Т. 3.- С.44-47. **9.** Статистична інформація за 2008-2010 рр. [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державного комітету статистики України.—Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/ **10.** The Global Competitiveness Report 2008-2009 [Electronic source] / World Economic forum: *Michael E. Porter, Klaus Schwab.* — Geneva, 2008. — Access regime: http://www.weforum.org/pdf/GCR08/GCR08.pdf **11.**The Global Competitiveness Report 2010-2011 [Electronic source] / World Economic forum: Ed. *Klaus Schwab.* — Geneva, 2010. — Access regime: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

Подано до редакції 22.03.2011

УДК 658.316

Т.О. КОБЄЛЄВА, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

ЕЛЕКТРОТЕХНІЧНА ГАЛУЗЬ УКРАЇНИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Розглянуто основні тенденції в розвитку електротехнічної промисловості України, проведено аналіз основних показників її роботи.. Виявлено позитивні і негативні фактори, які суттєво впливають на результати роботи галузі.

Basic tendencies are considered in development of electrical engineering industry of Ukraine, the analysis of basic indexes of its work is conducted.. Found out positive and negative factors which substantially influence on job of industry performances.

Ключові слова: електротехнічна промисловість, динаміка показників роботи, електротехнічна продукція

Вступ. Вітчизняна електротехнічна промисловість - галузь машинобудування, підприємства якої виготовляють саму різноманітну продукцію, призначену для виробництва, перетворення, передачі й споживання електроенергії. На електротехнічних підприємствах виробляються силові генератори, електричні генератори та двигуни різних потужностей, перетворювачі й трансформатори, високовольтна та низьковольтна апаратура, електрозварювальне, електроосвітлювальне і електротермічне устаткування, кабельна продукція, електролампи і світлотехнічна арматура, електроізоляційні матеріали, електропобутові прилади, гальванічні елементи й акумулятори, електровози, електронавантажувачі та інша продукція. Це виробництво орієнтується переважно на кваліфіковані трудові ресурси. Тому його основні центри (Запоріжжя, Харків, Київ, Одеса, Донецьк, Бердянськ) розташовані на сході й у центрі країни. Продукція електротехнічної промисловості є базою для електрифікації всіх сфер народного господарства нашої країни, без неї неможлива автоматизація та механізація виробничих процесів. Вона є основою для розвитку і прискорення темпів науково-технічного прогресу. Тому питання дослідження та аналізу поточного стану справ в електротехнічній промисловості, виявлення існуючих проблем та напрацювання пропозицій по їх усуненню є надзвичайно актуальними.

Постановка завдання. В статті поставлено завдання провести аналіз поточного стану справ в електротехнічній промисловості України з метою виявлення важливих тенденцій, які впливають на результати її роботи.

Методологія. Методологічною основою дослідження, результати якого представлені в даній статті, являються наукові праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, нормативно-правова база роботи української промисловості, офіційна статистика державних установ і електротехнічних підприємств.

Визначення нерозв'язаних проблем. Більшість аналітичних наукових праць, присвячених аналізу українських галузей, в основному висвітлюють стан справ в машинобудуванні в цілому [1, 2, 4, 6, 8, 18]. Аналогічне положення і з офіційними сайтами Державного комітету статистики [13] та узагальнюючими статистичними виданнями [16, 17]. Слід визначити, що наявні поодинокі наукові публікації по ана-

лізу роботи електротехнічної промисловості нашої країни [5, 7, 9, 10, 11, 12, 14, 15, 20, 21] не в достатній мірі висвітлюють дійсний стан та перспективи розвитку цієї галузі. Крім того, матеріали наявних досліджень показників роботи електротехнічної промисловості мають деякі, на наш погляд, суттєві недоліки.

1. Як правило, дослідження проводяться по всій продукції електротехнічної галузі без розбивки їх на окремі підгалузі, що не дозволяє об'єктивно оцінювати різні напрямки виробничо-підприємницької діяльності в цій галузі. Наприклад, офіційна статистика України [13, 16, 17] наводить дані тільки по загальним показникам стосовно електротехнічної продукції, а по окремим її складовим, зокрема по асинхронним двигунам, така статистика не ведеться.

2. Економічне дослідження показників окремих електротехнічних виробів в переважній більшості зводяться до вузького кола показників. Найчастіше це обсяги виробництва та збуту. Наприклад, в дослідженнях, проведених М.Лєсніковою [10, 11], відсутні дані по експорту та імпорту електротехнічних виробів, економічні показники яких вона аналізує, відсутній прогноз динаміки їх виробництва, не аналізуються причини зменшення або збільшення окремих показників тощо. Практично ні в одній з існуючих публікацій не наводяться дані по місткості існуючого ринку окремих електротехнічних виробів, їх сегментації, що безумовно є найбільш важливими характеристиками любого товарного ринку. Надзвичайно важливим завданням (особливо по відношенню до електротехнічних виробів) є економічне обґрунтування вимог сучасності щодо створення енергозберігаючих товарів. Певним виключенням з цього правила є публікація В.М.Кобєлєва [5], яка в певній мірі комплексно розглядає основні напрями роботи електротехнічної галузі.

Результати дослідження. Номенклатура виробів електротехнічної промисловісті нашої країни надзвичайно широка і включає в сепбе понад 70 тисяч найменувань виробів самого різного призначення і напрямів використання. Споживачами продукції електротехнічної промисловісті є електроенергетика, машинобудування, транспорт, сільське господарство, комунально-житлове господарство, побут. Слід також зауважити, що електротехнічна промисловість – найбільш важлива база електрифікації України.

Електротехнічна промисловість виникла у 80-х рр. XIX ст., швидко розвивалась - в Німеччині і США. В Росії перші заводи по випуску електротехнічної продукції було організовано в кінці XIX ст. в Москві, Петербурзі та Ризі. В електротехнічній промисловості дореволюційної Росії переважав іноземний капітал. За роки Радянської влади було реконструйовано на новій технічній базі й значно розширено старі заводи електротехнічної промисловості, збудовано ряд нових потужних підприємств у Москві, Свердловську, Новосибірську, Харкові, Запоріжжі, Таллінні, Єревані, Ташкенті та інших містах. За виробництвом електротехнічної продукції колишній СРСР посідав 2-е місце в світі. На Україні перше підприємство електротехнічної промисловості (кабельний завод у Києві) – було створене в 1900 році, а в 1916 році засновано електромеханічний завод у Харкові. Однак як галузь промисловості електротехнічна промисловість в основному створена в радянський час. За роки довоєнних п'ятирічок старі підприємства було докорінно реконструйовано, збудовано нові. В післявоєнні

роки споруджено ряд великих підприємств галузі. Серед них: з-д «Електроважмаш»- у Харкові, Первомайський електромеханічний завод, Запорізький трансформаторний, завод світлотехнічного електроустаткування в Тернополі, Новокаховський електромашинобудівний, Слов'янський високовольтних ізоляторів, Рівненський високовольтної апаратури, Хмельницькі заводи по виробництву трансформаторів і підстанцій, запорізькі заводи по виготовленню електричних апаратів, високовольтної апаратури, кабельної продукції («Запоріжкабель») і завод «Перетворювач», Полтавський завод газорозрядних ламп, Нововолинський завод спеціального технологічного устаткування та інші. Всього на Україні в цей час діє понад 50 спеціалізованих підприємств електротехнічної промисловості. На базі провідних підприємств і науково-дослідних інститутів створено ряд виробничих і науково-виробничих об'єднань. За обсягом вироблюваної продукції електротехнічна промисловість України знаходиться на другому місці серед країн бувшого СРСР (після Російської федерації). Характерними рисами галузі є різноманітність номенклатури виробів та їхніх мас (від часток грама до 400-500 т, окремі види - до декількох тисяч тонн) [3].

Електротехнічна промисловість України займає чільне місце серед підгалузей машинобудування. Місце електротехнічної підгалузі в структурі вітчизняної промисловості і машинобудування можна розглядати в широкому і вузькому сенсі. В вузькому сенсі до електротехніки слід відносити тільки традиційно електротехнічні товари, виключаючи з них електронне та оптичне устаткування. Такий підхід може і буде більш точним з точки зору чистоти номенклатури електротехнічних виробів, але призведе до суттєвих складнощів при проведенні аналізу поточного стану та перспектив розвитку галузі, так як доступна офіційна статистика по такому напрямку відсутня. Виходячи з цього ми пропонуємо проводити аналіз електротехнічної галузі в широкому плані, тобто з урахуванням електронного та оптичного обладнання.

В табл.1 приведена динаміка обсягів реалізованої продукції по машинобудуванню та його базових галузях за період з 2001 по 2010 рр.

Таблиця 1

Місце електротехнічної промисловості в обсягах реалізованої продукції машинобудування за 2001-2010 роки, тис.грн.

Рік	Машинобудування в цілому	По базових галузям машинобудування		
		Виробництво машин та устаткування	Виробництво електротехнічної продукції	Виробництво транспортних засобів
2001	21523,1	10222,6	5647,9	5652,6
2002	24492,2	10292,2	6189,7	8010,3
2003	35133,1	13070,7	8352,2	13710,2
2004	53569,3	16988,5	16437,2	20143,6
2005	59668,1	20762,3	13530,5	25375,3
2006	68730,6	22423,2	15510,3	30797,1
2007	98339,9	30100,4	21216,5	47023,0
2008	121780,4	37271,5	25580,5	58928,4
2009	72240,7	28528,4	20242,8	25469,5
2010	101819,4	33846,7	23257,7	44715,0

З наведених даних видно, що електротехнічна промисловість органічно пов’язана з основними галузями машинобудування і динаміка її показників практич-

но повторює динаміку показників машинобудування в цілому, виробництва транспортних засобів або машин та устаткування. Електротехнічна промисловість України є однією з найважливіших галузей національного промислового комплексу. Тому проблеми, з якими зіткнулася економіка Україна в останні роки, не минули і електротехнічну промисловість. Відсутність ефективних важелів державного регулювання і підтримки з боку держави загострило ситуацію. Фінансові труднощі, залежність від імпортної сировини, низька інвестиційна активність сприяли різкого падіння обсягів виробництва в галузі в 2009 році.

Аналіз даних табл.1 показує, що з 2001 року в електротехнічній галузі спостерігалася стійка тенденція до росту обсягів реалізації продукції. Найбільші обсяги реалізації електротехнічних виробів приходяться на період 2004-2008 рр. Максимальний показник виробленої продукції – 25580,5 тис.грн. приходиться на 2008 рік, який був останній перед світовою фінансовою кризою. Криза наклала свій відбиток і на електротехнічну промисловість, обсяги реалізації якої в 2009 році зменшилися більше, ніж на 20 відсотків (до 20242,8 тис.грн.).

Електротехнічний комплекс є одним з найбільш постраждалих від економічної кризи. Через зменшення зовнішнього попиту відбулося зниження експорту електротехнічної продукції, зменшення обсягів виробництва та збільшення кількості готової продукції на складах, погіршення фінансових результатів. На електротехнічних підприємствах спостерігається збільшення кредиторської та дебіторської заборгованості. Значну роль в зниженні обсягів виробництва зіграло зменшення закордонних поставок сировини, матеріалів, енергоресурсів, напівфабрикатів та комплектуючих, входження на ринок більш дешевої та якісної імпортної продукції, втрата платоспроможних ринків збуту. За останні 5 років кількість збиткових підприємств промисловості перевищує 40% від загальної кількості збиткових підприємств України. Рентабельність виробництва становить близько 5%. Дані Держкомстату [13, 16, 17] свідчать, що частка збиткових підприємств машинобудівного комплексу дуже вагома. Негативні тенденції у розвитку машинобудування з кожним роком посилюються, про це свідчить офіційна статистика [13, 16, 17].

Проведений аналіз свідчить про те, що електротехнічна промисловість була менш вразлива до кризових явищ, ніж українське машинобудування в цілому. Як свідчать дані табл.2, питома вага електротехніки в машинобудування в передкризові роки коливалася на рівні 22 відсотків, а в кризовий 2009 рік вона збільшилася до 28 % . Цей факт не заперечує впливу кризи на рівень виробництва та збуту електротехнічної продукції (табл.1), але рівень його спаду в електротехніці був менший, чим в машинобудуванні в цілому.

Але, як це видно з даних табл.1, вже в 2010 році обсяги реалізації збільшилися практично на 10 відсотків, що свідчить про те. Що електротехнічна промисловість почала успішно відновляти втрачені в період світової фінансової кризи позиції.

Дослідження стану та перспектив розвитку вітчизняної електротехнічної промисловості дозволило виявити та проаналізувати ряд важливих складових. Найбільш важливе місце серед них займає динаміка економічних показників розвитку елект-

ротехнічної промисловості, структура її підгалузей та основна номенклатура продукції, що випускається (табл.1).

Таблиця 2

Частка електротехнічної продукції в загальному обсязі реалізованої машинобудівної продукції, %% [13, 16, 17]

Галузі	Рік									
	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Машинобудування	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Електротехнічна промисловість	26,2	25,3	23,8	30,7	22,7	22,6	21,6	21,0	28,0	22,8

Підприємства електротехнічної промисловості можуть бути згруповані по двох напрямам. В рамках першого напрямку - по виду продукції - пропонується виділити чотири групи (сегменти) підприємств:

1. Електротехнічне машинобудування та устаткування виробляє електродвигуни, електрогенератори, трансформатори, конденсатори.

2. Кабельна промисловість – кабелі, проводи сильного та слабкого струму, шнури.

3. Електролампова промисловість – освітлювальні лампи розжарювання, люмінесцентні та ртутно–кварцеві лампи.

4. Електроізоляційні вироби, ізолятори із скла, фарфору, кераміки.

Структура виробництва продукції по вказаним вище сегментам електротехнічної промисловості представлена на рис.1.

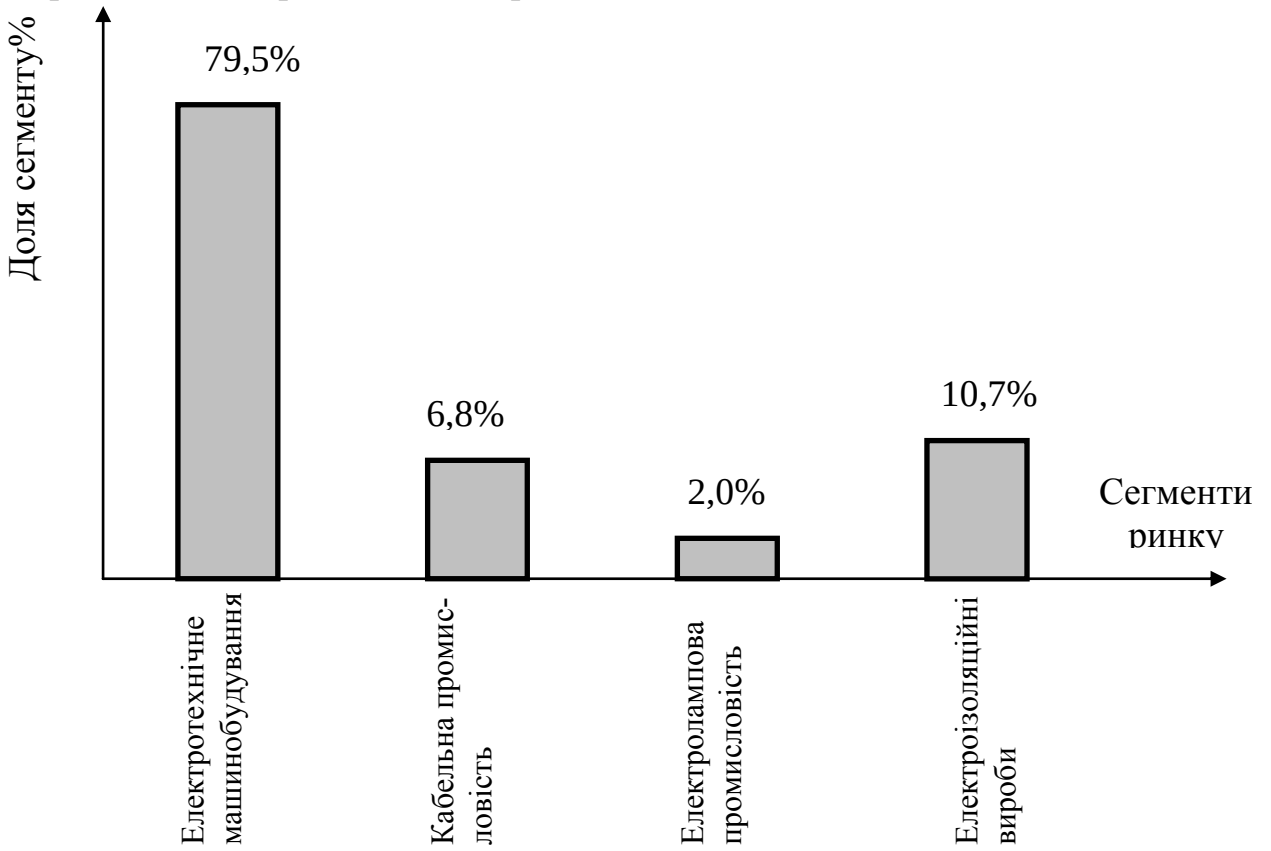

Рис.1. Структура продукції електротехнічної промисловості України за видами електротехнічного виробництва

Дані рис.1 свідчать про те, що основна доля електротехнічної продукції приходиться на електротехнічне машинобудування, яке включає в себе досить

потужні електротехнічні підприємства нашої країни ДП «Електроважмаш», ВАТ «Дніпропетрівський електромеханічний завод», ВАТ Ужгородський завод «Електродвигун», ВАТ «Укрелектроаппарат», ВАТ «Південелектромаш», ВАТ Харківський електротехнічний завод «Укрелектромаш», ВАТ «Електромашина», ВАТ «Запоріжський завод високовольтної апаратури» та ін.

В рамках другого напрямку – по функціональному призначенню продукції [5] - пропонується виділити чотири основні сегменти та п'ять додаткових сегментів ринку електротехнічних виробів. Вказані пропозиції представлені на рис.2.

Місткість окремих сегментів ринку електротехнічної продукції, представленої на рис 2, була отримана з використанням декількох методів, основними з яких були середньостатистичного моделювання (офіційні дані Держкомстату України), метод ланцюгових відносин, а також метод експертного оцінювання.

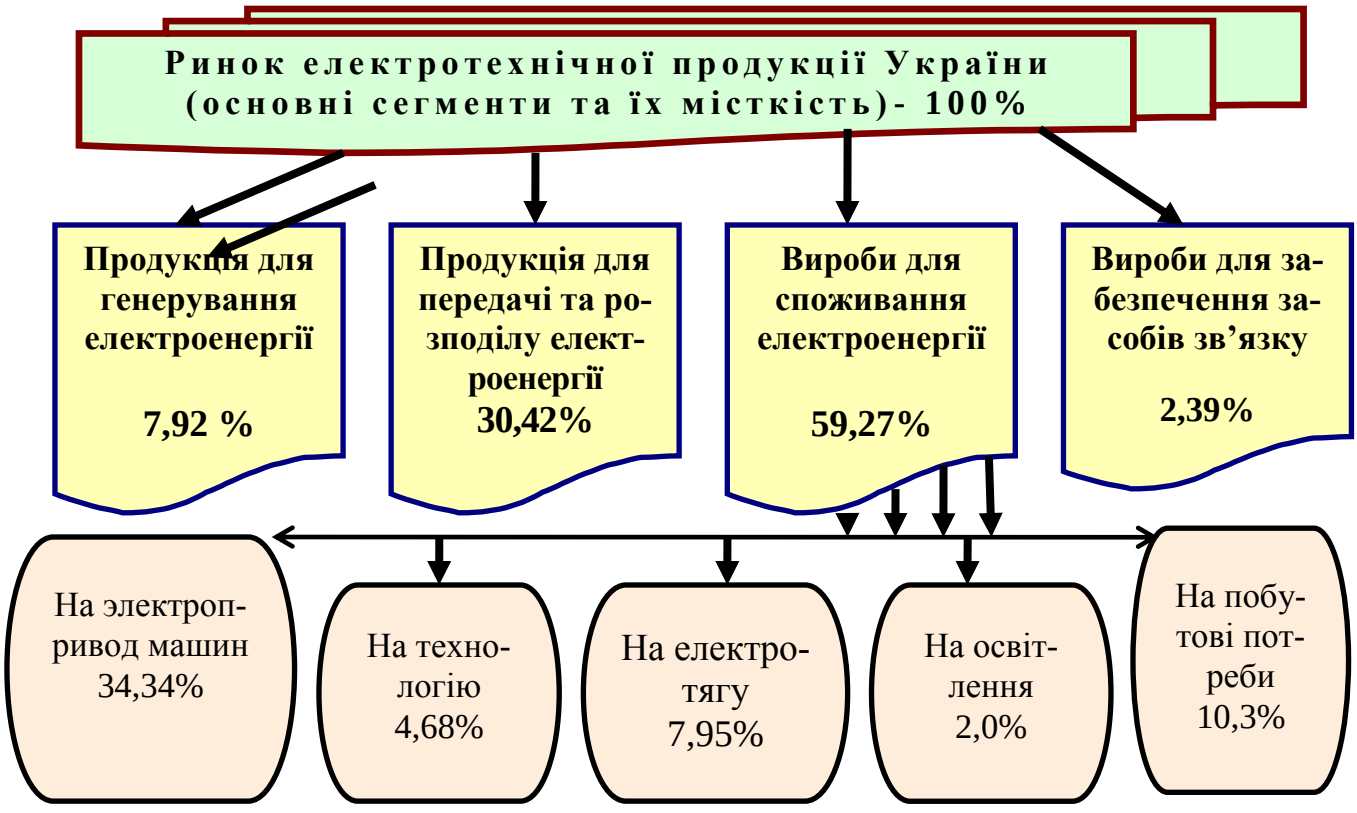

Рис.2. Сегментація ринку електротехнічної продукції по функціональному критерію

Важливим фактором економічного аналізу роботи електротехнічної промисловості є дослідження змін виробництва окремих видів продукції порокам за певний період часу. Динаміка виробництва основних видів електротехнічної продукції наведена в табл.3.

З даних табл.3 слідує висновок про те, що розвиток виробництва окремих видів електротехнічної продукції є в певній мірі нерівномірний. Разом з тим, аналіз даних табл.3 показує, що в основному розвиток виробництва більшості видів продукції електротехнічної промисловості на сучасному етапі проходить випереджаючими темпами.

Таблиця 3

Виробництво окремих видів електротехнічної продукції [13, 16, 17]

Види продукції	Роки							
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Електротехнічна промисловість, всього (тис.грн)	8352	16437	13531	15510	21216	25580	29290	31926
Електродвигуни та генератори постійного струму, тис.шт.	140	119	148	290	327	91,8	53,0	79,1
Електродвигуни та генератори змінного струму, електродвигуни універсальні, тис.шт.	873	1155	913	706	670	602	460	592
Апаратура електрична високовольтна, тис.шт.	350	478	682	613	573	399	529	544
Апаратура електрична низьковольтна, млн.шт.	82,9	80,6	69,5	78,5	75,9	67,4	51,2	52,8
Трансформатори електричні, млн.шт.	8,4	8,0	7,9	13,1	19,5	17,4	12,2	3,95
Провід ізольований обмотувальний, тис.т	7,9	9,6	10,9	12,0	15,4	17,0	10,4	15,9
Проводи та кабелі електричні низьковольтні на напругу до 1000 В, тис.км	382	421	479	481	591	562	384	507,6
Проводи та кабелі електричні високовольтні на напругу більше 1000 В, тис.км	7,6	12,7	21,2	14,2	19,1	20,1	10,1	8,93
Прилади для вимірювання фізичних та хімічних величин, тис.шт.	3948	5132	5613	7104	8928	8136	5359	9930,2
Лічильники електроенергії, включаючи калібрувальні, тис.шт.	638	1066	946	1094	1317	1624	1586	1603,5
Прилади та апаратура для автоматичного регулювання та керування, тис.шт.	334	620	1093	1577	1887	1715	363	114,7
Прилади напівпровідникові, млн.шт.	47,2	18,3	28,7	32,1	25,6	24,3	24,9	25,0
Телевізори, тис.шт.	415	443	651	431	507	558	238	
Лампи електричні, млн.шт.	219	263	254	255	240	203	165	197
Телевізори, тис.шт.	415	443	651	431	507	558	238	69,3

Це пояснюється тим, що електротехнічна промисловість є носієм науково-технічного прогресу в країні, забезпечує інноваційний розвиток не тільки своєї продукції, а всієї промисловості в цілому. На наш погляд, головним об’єднуючим фактором великого різноманіття електротехнічних виробів є їх тісний взаємозв’язок з процесами електрифікації країни. Парк електротехнічного обладнання більшості підприємств України вважається застарілим і таким що відпрацював свій ресурс. Є нагальна потреба замінити основне електротехнічне обладнання у багатьох машинобудівних, транспортних, металургійних підприємств, міського комунального господарства, а також у побутовій сфері. На багатьох підприємствах слід підвищити ступінь автоматизації виробництва і впровадити прогресивні технології керування та контролю. Крім того, у сучасних жорстких умовах підвищення цін на енергоносії особливо важливим є впровадження на підприємствах енергозберігаючого електротехнічного обладнання і комплексних заходів з управління їх енергоефективністю.

Виходячи з цих положень, на наш погляд, є доцільним розглянути показники інноваційної діяльності підприємств електротехнічної промисловості, до яких, зокрема, відноситься частка підприємств галузі, які займаються інноваційною діяльністю (табл.4).

Гальмує розвиток електротехнічної промисловості і відсутність бюджетних коштів на розвиток науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт і на виготовлення нової техніки. Не сприяє розвитку галузі відсутність привабливих умов для залучення інвестицій, адже знос основних фондів електротехнічних підприємств складає понад 70%.

Таблиця 4

Кількість інноваційно активних промислових підприємств за видами економічної діяльності [13, 16, 17]

Галузі промисловості	Роки											
	2005		2006		2007		2008		2009		2010	
	а*	б**	а	б	а	б	а	б	а	б	а	б
Промисловість	**1193**	**11,9**	**1118**	**11,2**	**1472**	**14,2**	**1397**	**13,0**	**1411**	**12,8**	**1462**	**13,8**
Переробна промисловість	1132	13,3	1058	12,4	1379	15,7	1305	14,3	1316	14,0	1349	15,0
харчові продукти, напої та тютюнові вироби	267	9,9	243	9,4	343	13,2	309	12,0	336	13,0	352	14,3
легка промисловість	74	9,9	53	7,3	76	10,5	66	9,7	58	8,5	63	9,8
Текстиль, одяг, хутро	*57*	*9,3*	*41*	*6,9*	*65*	*11,0*	*41*	*6,9*	*52*	*9,5*	*55*	*10,8*
виробництво шкіри, виробів зі шкіри та інших матеріалів	*17*	*14,2*	*17*	*13,5*	*17*	*13,1*	*58*	*10,5*	*6*	*4,6*	*8*	*6,1*
оброблення деревини та виробів з неї, крім меблів	23	6,2	22	5,6	48	11,3	44	9,5	45	8,8	43	8,4
целюлозно-паперове виробництво; видавництво	40	7,7	42	7,7	69	12,2	63	10,1	59	9,1	52	8,2
виробництво коксу, продуктів нафтопереробки	19	38,0	16	33,3	16	33,3	16	34,0	16	34,0	15	33,3
хімічна та нафтохімічна промисловість	115	19,9	123	20,1	146	21,6	156	20,0	166	20,5	158	19,9
хімічне виробництво	*87*	*28,3*	*90*	*28,9*	*100*	*30,4*	*101*	*28,0*	*106*	*29,4*	*100*	*27,9*
виробництво гумових та пластмасових виробів	*28*	*10,4*	*33*	*11,0*	*46*	*13,2*	*55*	*12,9*	*60*	*13,3*	*58*	*13,3*
виробництво іншої неметалевої продукції	73	10,1	73	9,7	100	12,2	90	10,3	74	8,4	84	10,2
металургійне виробництво та готові металеві вироби	85	13,3	86	12,9	109	15,0	111	14,1	108	13,1	113	14,4
машинобудування	394	22,0	360	20,2	421	23,3	400	21,2	406	21,1	417	22,2
виробництво машин	*173*	*18,1*	*157*	*16,7*	*189*	*20,0*	*174*	*17,8*	*181*	*18,4*	*181*	*19,0*
елктротехніка	***142***	***26,2***	***135***	***24,7***	***162***	***27,6***	***156***	***25,3***	***152***	***23,8***	***155***	***24,1***
виробництво транспорту	*79*	*26,7*	*68*	*22,7*	*70*	*25,0*	*70*	*23,8*	*73*	*24,3*	*81*	*28,7*

Примітка: **всього підприємств; **% до загальної кількості підприємств*

А сума інвестицій в галузь в порівнянні з обсягами інвестицій в економіку держави - лише 0,8%. Тому електротехнічна промисловість залишається малопривабливою галуззю.

Проведені дослідження показують, що розвиток конкуренції на вітчизняному ринку електротехнічної продукції стримується вузькою спеціалізацією підприємств. Кожне електротехнічне підприємство орієнтоване на випуск певного види виробів (наприклад, електродвигунів, низьковольтної апаратури, трансформаторів, кабельної

продукції, високовольтної апаратури і т.п.), оскільки одночасне виробництво різної продукції на одному підприємстві вимагає значних засобів, яких у вітчизняного виробника доки немає. Багато підприємств сьогодні працюють безпосередньо по конкретному замовленню (одиничне або малосерійне виробництво), відмовившись від серійного виробництва.

Немає сенсу нарощувати обсяги випуску продукції, яка не знаходить відповідного попиту на вітчизняному ринку у українського споживача. В той же час, пробитися на зовнішні ринки збуту вітчизняним виробникам складно, зважаючи на жорстку конкуренцію на них. Для реалізації своєї продукції на зовнішньому ринку ряд українських підприємств прагнуть придбати сертифікат міжнародного стандарту якості ISO 9001 (його вартість складає 50-70 тис. USD), при цьому заздалегідь забезпечивши собі довгострокові канали збуту.

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що на сьогоднішній день електротехнічна промисловість Україна перебуває в дуже складному становищі, тому необхідно вживати екстрених заходів щодо її відновлення. У кожному регіоні Україні достатньо висококваліфікованих кадрів, які можуть забезпечити конкурентоспроможність вітчизняної продукції (двигунів, трансформаторів, кабельної продукції та ін.). Слід модернізувати електротехнічну промисловість, зменшити податкове навантаження, спростити митні процедури для підприємств, що використовують у виробництві давальницьку сировину високої якості.

Не дивлячись на складне положення, в якому продовжує перебувати електротехнічна галузь України, з 2000 р. в ній намітилася перспектива пожвавлення виробництва і підйому зовнішньої торгівлі, яка певним чином посилюється в останні два роки. Підприємства прагнуть зайняти додаткові ринки збуту, за рахунок власних засобів освоюють нові види продукції, здійснюють реструктуризацію виробництва і модернізацію устаткування. Ці тенденції вселяють оптимізм.

Список література: 1. *Барташевська Ю.М.* Розвиток машинобудування України: стан, проблеми, перспективи/*Ю.М.Барташевська*// Європейський вектор економічного розвитку. – 2010.- №1 (8).- С.19-25. **2.** *Дзюба М.І.* Аналіз стану машинобудівних підприємств України на зовнішніх та внутрішніх ринках / *М.І. Дзюба*// І Міжнародна науково-практична Internet-конференція "Управління економічною діяльністю промислових підприємств в системі сучасних глобалізаційних процесів".- 05.08.2011// http://mev-hnu.at.ua/load/2-1-0-91 **3.** Електротехнічна промисловість [Электронный ресурс].- Режим доступу: http://leksika.com.ua/12960901/ure/elektrotehnichna_promislovist **4.** *Загорянська О. Л.* Проблеми становлення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в сучасних умовах розвитку // Ефективна економіка. Електронне наукове фахове видання – 2011. - №6. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://economy.nayka.com.ua/index.php?nomer_data=6&year_ data=2011.- С. 1-7. **5.** *Кобєлєв В.М.* Сучасний стан та перспективи розвитку українського ринку електротехнічних виробів // Науковий журнал "Економіка розвитку". - Харків: ХНЕУ, 2006. - с. 72-75. **6.** *Коваленко Е.О.* Машиностроение в контексте активизации глобализационных процессов в мировой экономике / *Е.О.Коваленко* [Електронний ресурс] - Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/prvs/2009_3/1404.pdf **7.** *Кравчик А.Э., Андрианов М.В.* Основные направления совершенствования асинхронных электродвигателей общего назначения // Приводная техника.- 2005.- №2.- С.6-7. **8.** *Курасова А.В.* Міжнародна торгівля продукцією машинобудування в структурі конкурентоспроможності України/*А.В.Курасова* [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://intkonf.org/kurasova-av-mizhnarodna-torgivlya-produktsieyu-mashinobuduvannya-v-strukturi-konkurentospromozhnosti-ukrayini/ **9.** *Куреда Н.М.* Світовий ринок електротехнічної продукції та позиціювання на ньому українських підприємств / *Н.М.Куреда, В.В.Коміссарова, Н.О.Проценко* [Электронный ресурс].- Режим доступу: http://www.confcontact.com/2007apr/EK8_kureda.htm **10.** *Лесникова М.* Электротехническая промышленность // Ukrainian Market Review - 2002.- №7.-С.38-41 **11.** *Лесникова М.*Двигательная активность//Бизнес.-№39.-23.09. 2002.-С.28-31. **12.** Новый электродвигатель ОАО «Укрэлектромаш»//Бизнес-мост.-2005.-№3.-с.23. **13.** Офіцій-

ний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua **14.** *Перерва П.Г., Плетников А.К.* Проблемы совершенствования методологии определения потребности в в электротехнической продукции.- М.: Информэлектро, 1989.- 52с. **15.** Сектор обзора: покупая украинский двигатель потребитель ориентируется на цену и качество // Мир техники и технологий.- 2004.- №5.- С.32-37. **16.** Статистичний щорічник України за 2010 рік / Державний комітет статистики України. – К.: Консультант, 2011. – 576 с. **17.** Україна у цифрах у 2010 році. Статистичний збірник//За редакцією Осауленка О.Г.- К.: Державний комітет статистики України, 2011.- 252 с. **18.** *Шапуров О.О.* Стан і тенденції розвитку машинобудування // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №3. – С. 57–63.

Подано до редакції 25.03.2011

УДК 311

А.Л. ПОДОЛЬСКАЯ, ст.преп. НТУ «ХПИ», Харьков
Ю.С. ЛИТВИНОВА, ас. НТУ «ХПИ», Харьков

О СТАТИСТИЧЕСКИХ МЕТОДАХ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЯВЛЕНИЙ

У даній статті наведені основні статистичні методи прогнозування, що використовуються в соціально-економічній статистиці. Описані математичні моделі прогнозів, перераховані основні показники, використовувані для створення прогнозних моделей.

This article provides basic statistical forecasting methods used in sociology. Describes the mathematical model forecasts, are the main indicators used for the creation of predictive models.

Ключевые слова: математическая модель, прогнозирование, средние, ряды, прогнозируемые модели.

Введение. Математическая прогнозная модель — это математическая модель экономической системы: рынка в целом, отдельного предприятия или группы взаимосвязанных предприятий. Только математические прогнозные модели позволяют осуществлять многовариантное моделирование. Применение прогнозных моделей допустимо в условиях стационарности исследуемой системы. Математическая прогнозная модель представляет собой набор формул с коэффициентами, которые формируются в процессе разработки модели, на стадии численного моделирования. В формулы подставляются факторы, отобранные в процессе разработки модели, на стадии качественного моделирования.

Постановка задачи. В данной статье перечислены основные статистические методы прогнозирования. Приведены примеры математических моделей прогнозов, перечислены основные показатели, используемые для создания прогнозных моделей.

Методология. Прогноз, рассчитываемый с помощью модели, может быть двух типов: точечный и интервальный. В зависимости от используемых методик, модель может быть аналитической или алгоритмической. Аналитическая модель рассчитывает прогнозные значения на основе факторов. Алгоритмическая модель работает без факторов как таковых. Факторами алгоритмической модели являются время и прошлые значения прогнозируемого показателя. Аналитические модели по сравнению с алгоритмическими, как правило, дают более точные прогнозы. Однако они могут давать сильную погрешность, если нет достоверной информации по всем факторам.

Аналитические модели отражают самую суть функционирования исследуемой системы. Алгоритмические модели отражают основные законы изменения прогнозируемого показателя. Это сезонность, цикличность, годовые и ежемесячные темпы роста, зависимость показателя от его предыдущих значений (автокорреляция).

1. «Наивные» модели прогнозирования

При создании «наивных» моделей предполагается, что некоторый последний период прогнозируемого временного ряда лучше всего описывает будущее этого прогнозируемого ряда, поэтому в этих моделях прогноз, как правило, является очень простой функцией от значений прогнозируемой переменной в недалеком прошлом.

Самой простой моделью является

$$Y(t+1)=Y(t), \qquad (1)$$

что соответствует предположению, что «завтра будет как сегодня».

От такой примитивной модели не стоит ждать большой точности. Она не только не учитывает механизмы, определяющие прогнозируемые данные, но и не защищена от случайных флуктуаций, она не учитывает сезонные колебания и тренды. Впрочем, можно строить «наивные» модели несколько по-другому

$$Y(t+1)=Y(t)+[Y(t)-Y(t-1)], \qquad (2)$$

$$Y(t+1)=Y(t)*[Y(t)/Y(t-1)], \qquad (3)$$

такими способами мы пытаемся приспособить модель к возможным трендам $Y(t+1)=Y(t-s)$ - это попытка учесть сезонные колебания

2. Средние и скользящие средние

Самой простой моделью, основанной на *простом усреднении* является

$$Y(t+1)=(1/(t))*[Y(t)+Y(t-1)+...+Y(1)], \qquad (4)$$

этой модели соответствует принцип «завтра будет как было в среднем за последнее время». Такая модель более устойчива к флуктуациям, поскольку в ней сглаживаются случайные выбросы относительно среднего. Несмотря на это, этот метод идеологически настолько же примитивен как и «наивные» модели и ему свойственны почти те же самые недостатки.

3. Методы Хольта и Брауна

В середине прошлого века Хольт предложил усовершенствованный метод экспоненциального сглаживания, впоследствии названный его именем. В предложенном алгоритме значения уровня и тренда сглаживаются с помощью экспоненциального сглаживания. Причем параметры сглаживания у них различны.

$$\begin{cases} \Omega_t = \alpha Y_t + (1-\alpha)(\Omega_{t-1} - T_{t-1}), \\ T_t = \beta(\Omega_t - \Omega_{t-1}) + (1-\beta)T_{t-1}, \\ \widehat{Y_{t+p}} = \Omega_t + pT_t \end{cases} \qquad (5)$$

Здесь первое уравнение описывает сглаженный ряд общего уровня.

Второе уравнение служит для оценки тренда. Третье уравнение определяет прогноз на *p* отсчетов по времени вперед.

Частным случаем метода Хольта является метод Брауна, когда *α*=ß.

4. Метод Винтерса

Хотя описанный выше метод Хольта (метод двухпараметрического экспоненциального сглаживания) и не является совсем простым он не позволяет учитывать сезонные колебания при прогнозировании. Существует расширение метода Хольта до трехпараметрического экспоненциального сглаживания. Этот алгоритм называется методом Винтерса. При этом делается попытка учесть сезонные составляющие в данных. Система уравнений, описывающих метод Винтерса выглядит следующим образом:

$$\begin{cases} \Omega_t = \alpha \frac{Y_t}{S_{t-s}} + (1-\alpha)(\Omega_{t-1} - T_{t-1}), \\ T_t = \beta(\Omega_t - \Omega_{t-1}) + (1-\beta)T_{t-1}, \\ \widehat{Y_{t+p}} = (\Omega_t + pT_t)S_{t-s+p}, \\ S_t = \gamma \frac{Y_t}{\Omega_t} + (1-\gamma)S_{t-s} \end{cases} \quad (6)$$

5. Методы Бокса-Дженкинса (ARIMA)

В середине 90-х годов прошлого века был разработан принципиально новый и достаточно мощный класс алгоритмов для прогнозирования временных рядов. Большую часть работы по исследованию методологии и проверке моделей была проведена двумя статистиками, Г.Е.П. Боксом (G.E.P. Box) и Г.М. Дженкинсом (G.M. Jenkins). С тех пор построение подобных моделей и получение на их основе прогнозов иногда называться методами Бокса-Дженкинса. Логически ее можно определить так

AR(p)+MA(q)->ARMA(p,q)->ARMA(p,q)(P,Q)->ARIMA(p,q,r)(P,Q,R)->...(7)

AR(p) -авторегрессионая модель порядка p.

Модель имеет вид:

$$Y(t) = f_0 + f_1 \cdot Y(t-1) + f_2 \cdot Y(t-2) + \cdots + f_p \cdot Y(t-p) + E(t) \quad (8)$$

Где Y(t)-зависимая переменная в момент времени t. f_0, f_1, f_2, ..., f_p - оцениваемые параметры. E(t) - ошибка от влияния переменных, которые не учитываются в данной модели. Задача заключается в том, чтобы определить f_0, f_1, f_2, ..., f_p. Их можно оценить различными способами. Правильнее всего искать их через систему уравнений Юла-Уолкера, для составления этой системы потребуется расчет значений автокорреляционной функции. Можно поступить более простым способом - посчитать их методом наименьших квадратов.

MA(q) -модель со скользящим средним порядка q.

Модель имеет вид:

$$Y(t) = m + e(t) - w_1 \cdot e(t-1) - w_2 \cdot e(t-2) - \cdots - w_p \cdot e(t-p) \quad (9)$$

Где Y(t)-зависимая переменная в момент времени t. w_0, w_1, w_2, ..., w_p - оцениваемые параметры.

Вывод. Прогнозирование - это самостоятельная отрасль науки, которая находит широкое применение во всех сферах человеческой деятельности. Существует большое разнообразие видов и способов прогнозирования, разработанных с учетом характера рассматриваемых задач, целей исследования, состояния информации. Поскольку прогностические оценки по сути своей являются приближенными, может

возникнуть сомнение относительно его целесообразности вообще. Поэтому основное требование, предъявляемое к любому прогнозу, заключается в том, чтобы в пределах возможного минимизировать погрешности в соответствующих оценках. По сравнению со случайными и интуитивными прогнозами, научно обоснованные и планомерно разрабатываемые прогнозы без сомнения являются более точными и эффективными. Как раз такими являются прогнозы, основанные на использовании методов статистического анализа. Можно утверждать, что из всех способов прогнозирования именно они внушают наибольшее доверие, во-первых, потому что статистические данные служат надежной основой для принятия решений относительно будущего, во-вторых, такие прогнозы вырабатываются и подвергаются тщательной проверке с помощью фундаментальных методов математической статистики.

Применение прогнозных моделей допустимо в условиях стационарности исследуемой системы. Это значит, что должны быть известны правила игры на рынке и эти правила не должны сильно изменяться с течением времени. По своей сути, прогнозная модель — это модель правил игры на рынке. Изменяться могут факторы и стратегии рыночных игроков. Эти изменения учитываются моделью, что и позволяет ей рассчитывать точные прогнозы.

Список литературы: **1.***Громыко Г.Л.* Теория статистики. 2007, **2.** *Голуб Л. А.* Социально-экономическая статистика. 2003, **3.** *Бурцева С. А.* Статистика финансов. 2004, **4.** *Елисеева И. И., Силаева С. А., Щирина А. Н.* Практикум по макроэкономической статистике. 2007 **5.** *Елисеева И.И.* Общая теория статистики: Учебник для ВУЗов. – М.: Финансы и статистика, 2004.

Подано до редакції 25.03.2011

УДК 331.2

Н.М. ПОБЕРЕЖНА, ст. викл., НТУ «ХПІ», Харків
Ю.С. НЕДБАЙЛО, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ ОПЛАТИ ПРАЦІ

В статті розкрито основні проблеми організації та стимулювання праці на сучасних українських промислових підприємствах, виявлено проблеми трудової мотивації.

In the article the basic problems of organization and stimulation of labor in modern Ukrainian industrial enterprises, there are problems of labor motivation.

Ключові слова: оплата праці, мотивація, стимулювання, управління, продуктивність, ефективність діяльності, резерв підвищення.

Вступ. На підприємстві система оплати праці має велике соціально-економічне значення, тому що від неї залежить не лише результати праці, а й добробут і соціальний статус працівників, моральний клімат в колективі.

Застосування неефективної або несправедливої системи оплати призводить до зниження продуктивної праці, якості продукції, порушень трудової дисципліни, виникнення соціально-трудових конфліктів між працівниками і роботодавцем, негативно відображається на кінцевих результатах діяльності підприємства. Кожне підпри-

ємство характеризується особливостями діяльності, ставить перед собою специфічні цілі, а кожен працівник має свої цінності і установки.

Крім того, зовнішнє середовище, в якому функціонують підприємства, постійно змінюється, як і показники, що характеризують його персонал. Тому, у цей час особливу актуальність набуває проблема формування системи оплати праці, яка врахувала б особливості діяльності конкретного підприємства. Це зумовлює необхідність організації на підприємстві управління системою оплати праці.

Постановка завдання. В теоретико – методологічні й економіко – організаційні аспекти дослідження питань оплати та стимулювання праці внесли істотний внесок зарубіжні та вітчизняні вчені, серед яких Л. Аллен, А.Н. Бєляєв, І.Ф. Бєляєва, Е. Бреч, В.Н. Бобков, М. Вебер, Н.А. Волгін, Г. Гантт, Л. Гьюлик, А.В. Давидов, А.Л. Жуков, А.Ф. Івлєв, Р. Каплан, Ю.П. Кокін, І.М. Маложон, О.І. Меньшикова, Ю.В. Михайлов, Дж. Муні, Д. Нортон, А.С. Овсянников, Ю.Г. Одегов, А. Рілей, А.А. Соболевська, С. Томпсон, Ф.У. Тейлор, Л. Урвік, А. Файоль, М. Фоллет, Р.І. Хендерсон, Д.В. Хлєбніков, Х. Хетеуей, Р. Шелтон, Х. Емерсон, Р.А. Яковлєв та ін.

Слід зазначити, що, незважаючи на великий інтерес вчених до проблем побудови системи оплати і стимулювання праці персоналу, не всі їх аспекти в достатній мірі опрацьовані.

Методологія. Методологічною основою проведеного дослідження стали наукові праці провідних та вітчизняних та зарубіжних учених-економістів з проблем формування оптимальної системи оплати праці на сучасних підприємствах. Для досягнення поставленої мети використано систему загальнонаукових та спеціальних методів дослідження.

Результати дослідження. Система оплати праці - чинний на підприємстві організаційно-економічний механізм взаємозв’язку між показниками, що характеризують міру (норму) праці та міру її оплати відповідно до фактично досягнутих (щодо норм) результатів праці, тарифних умов оплати праці та погодженою між працівником і роботодавцем ціною робочої сили. Основні форми та системи оплати праці відображено в таблиці 1.

Таблиця 1 – Основні форми та системи оплати праці

форми і системи заробітної плати	
відрядна оплата праці	погодинна оплата праці
проста відрядна	проста погодинна
відрядно-преміальна	почасово-преміальна
побічно-відрядна	погодинна
акордна	поденна
відрядно-прогресивна	потижнева

Тарифна система є основою для установлення співвідношення між темпами зростання продуктивності праці та середньої заробітної плати працівників. З її допомогою визначається необхідна кількість працівників відповідної кваліфікації чи спеціальності, а також співвідношення заробітної плати різних категорій працівників. У зв'язку з тим, що норми затрат праці установлюються нормуванням, тарифна система є сполучною ланкою між нормуванням та системами заробітної плати.

Тарифікація робіт має велике значення для організації оплати праці, і насамперед для її диференціації залежно від кваліфікації робітників, тобто якості їхньої праці.

Однак, для формування оптимальної системи оплати праці на сучасному підприємстві, на наш погляд, необхідно використовувати сукупність системи показників, що характеризують зміни, основними з яких є:

- динаміка руху та чисельності трудових ресурсів;
- використання фонду робочого часу;
- показники продуктивності праці, їх зміна в динаміці;
- структура заробітної плати;
- склад та структура основних фондів підприємства;
- фондомісткість та фондовіддача матеріальних ресурсів та ін.

В аналізі оплати праці варто виділити такі напрямки досліджень:

- аналіз організації оплати праці;
- аналіз фонду оплати праці;
- аналіз середньої заробітної плати;
- пошук резервів підвищення стимулюючої ролі оплати праці.

На наш погляд, при ефективній організації оплати праці, необхідно враховувати наступні принципи:

- принцип оплати за витратами та результатами, який випливає з необхідності відшкодування витрат на відтворення робочої сили та закону визнання цінностей;
- принцип підвищення рівня оплати праці на основі зростання ефективності діяльності, що випливає з закону неухильного зростання продуктивності праці та закону зростання потреб;
- принципу випереджаючого зростання продуктивності праці щодо приросту середньої заробітної плати, що випливає з необхідності нагромадження коштів та розширення сфери впливу на ринку.

Важливим моментом в організації та стимулюванні праці на підприємстві є мотиваційні заходи, серед яких найбільш розповсюдженими для українських підприємств є преміювання, доплати та надбавки.

Необхідно зауважити, що з одного боку, рівень премії як форма стимулювання працівників виробничої діяльності повною мірою залежить від результатів діяльності підприємства, і навпаки, результат господарювання тієї чи іншої виробничої структури залежить від практичної організації системи преміювання окремих категорій персоналу. В організації преміювання необхідно виокремлювати робітників та функціональні підрозділи спеціалістів та службовців.

Організація преміювання робітників за основні результати діяльності повинна охоплювати:

- виокремлення індивідуальних і колективних систем стимулювання;
- вибір показників преміювання за видами виробництв;
- диференціацію розмірів премій за показниками та умовами заохочення;
- розподіл премій на підставі коефіцієнта трудової участі;
- диференціацію розмірів премій за показниками та умовами заохочення;
- розподіл премій на підставі коефіцієнта трудової участі.

Привертає уваго той факт, що у працівників, які здійснюють функції управління, велику роль відіграють такі якості: ініціативність, організаторські здібності, оперативність, об'єктивність, здатність мислити перспективно, бачити невикористані резерви, спроможність узагальнювати, аналізувати, творчо усвідомлювати й застосовувати на практиці досягнення науки і техніки.

Сьогодні, розширення економічної самостійності українських промислових підприємств супроводжується використанням безтарифної системи оплати праці. За цієї системи заробіток працівника повністю залежить від кінцевих результатів роботи трудового колективу, тобто її можна застосовувати в таких колективах, які несуть відповідальність за результати своєї діяльності. Члени цього колективу добре знають один одного і довіряють своїм керівникам.

Для вдосконалення діючої в організації системи впливу на трудову мотивацію персоналу, на наш погляд, необхідно спочатку провести серйозну аналітичну роботу по виявлення проблем промислової галузі щодо стимулювання працівників.

По – перше, на сучасних українських підприємствах існує відсутність заохочення співробітництва. Адже, в організаціях, де заохочуються дружні відносини, працівники з більшою готовністю співробітничають один з одним. Це дозволяє створити й зміцнити командний дух і підвищити ефективність роботи підрозділу й організації в цілому. Згуртована команда також сприяє задоволенню потреби в безпеці, оцінці й самоповазі.

По – друге – існує відсутність для працівників можливості росту, проявляння щирої зацікавленості у своїх співробітниках, їхньому рості й прогресі теж притаманно сучасним підприємствам. Але, необхідно зауважити, що при поданні працівникові такої можливості, йому буде доручена більше складна робота, працівник може бути спрямований на навчання в інститут або на курси підвищення кваліфікації, буде спроможна можливість делегувати працівникові більше відповідальності за виконання певної роботи.

По – третє – існує відсутність переконання в тім, що працівники розуміють, як їхня робота пов'язана із задоволенням їхніх потреб і досягненням їхніх особистих цілей. Мотивація працівників підвищується, якщо вони бачать, як досягнення цілей підрозділу й організації допомагає їм у досягненні їхніх власних цілей. Мотивація працівників до досягнення поставлених цілей вище, якщо вони попередньо проінформовані, що вони повинні робити, щоб одержати винагороду. Заохочення повинне бути порівнянне з досягнутими результатами.

Занадто мала винагорода, на наш погляд, може розчарувати підлеглого й буде слабко мотивувати його до роботи. Система стимулювання повинна бути спроектована так, щоб ініціювати, викликати бажані види поведінки.

Так наприклад, виплати або пільги за вислугу років будуть заохочувати тривалу роботу в організації, а не якісну роботу. Тому якщо організація настроєна різко підняти якість продукції, варто розробляти такі програми, які будуть стимулювати саме високу якість і ті види робочої поведінки, які допомагають досягненню цього результату, а не намагаються обійтися вже діючими в організації схемами матеріального й морального заохочення працівників.

Вважаємо, що також не слід заохочувати всіх працівників однаково, щоб підкріплення поведінки було ефективним, заохочення повинні ґрунтуватися на результатах роботи. Однакове заохочення всіх працівників буде стимулювати середніх або поганих працівників й ігнорувати високу продуктивність кращих працівників.

На наш погляд, відсутність реакції теж може впливати на мотивацію підлеглих, бо керівники впливають на своїх підлеглих як тим, що вони роблять, так і тим, чого вони не роблять. Відсутність похвали стосовно працівника, що відрізнився, може привести до того, що наступного разу він виявить менше запопадливості для досягнення високого результату.

Можемо стверджувати, що основний зміст впливу на трудову мотивацію працівників для керівництва полягає в вимозі від них такої трудової поведінки, що забезпечує максимальну ефективність у роботі підрозділів й організації в цілому. Успішний вплив на трудову мотивацію персоналу неможливо без регулярного зворотного зв'язку у вигляді оцінки ефективності цих впливів.

Доцільно відмітити, що існуюча система соціальних доплат не створює в найманих працівників відчуття соціальної захищеності, а отже також не є стимулюючим фактором у системі мотивації їхньої праці. Роботодавці не зацікавлені у виявленні та задоволенні потреб своїх працівників. Працівники не лише не мають достатньої інформації про склад та структуру своїх заробітків, а й належних можливостей для самореалізації, самовдосконалення та професійного розвитку. Для формування сприятливого мотиваційного середовища важливого значення набуває оцінювання працівниками ефективності застосованої на підприємстві системи стимулів.

Сьогодні поведінка працівників сучасних промислових підприємств спонукається в основному очікуванням матеріальної винагороди за виконану роботу.

Інструментальна вмотивованість респондентів, що обумовлена низьким рівнем заробітної плати в Україні, не стимулює працівників до високо продуктової праці та, як наслідок не забезпечує ефективності механізму підвищення продуктивності виробництва.

Таким чином, на наш погляд, серед визначальних факторів посилення стимулювання працівників до продуктивності праці на промислових підприємствах в сучасних умовах розвитку України виокремлюється:

- матеріальне заохочення за виконану роботу;
- персональна відповідальність за результати праці;
- зв'язок між результатами праці та її оплатою;
- підвищення професійної підготовки і кваліфікації працівників.
- низька популярність моральних стимулів і залучення до прийняття управлінський рішень.

Доцільно, на наш погляд, відзначити основні аспекти формування стимулюючої політики на підприємствах з різними тенденціями сукупної продуктивності. Так, на прибуткових підприємствах з тенденцією зростання сукупної продуктивності рівень мотивації працівників достатній, але постає потреба активізації партисипативності працівників. На підприємствах із нестійким фінансовим результатом необхідно підвищити задоволеність працівників результатами своєї діяльності та актуалізувати со-

ціальні мотиви. Що стосується збиткових підприємств - формування ефективної політики потребує докорінної перебудови існуючих позицій активізації трудової діяльності і забезпечення відповідальності працівників за результати своєї діяльності і підприємства загалом.

Висновки. Виявлення проблем організації матеріального стимулювання праці на підприємствах України переконливо свідчить про недосконалість сучасної політики мотивації персоналу та потребу її реформування за визначеними напрямами, головний з яких активізація партисипативності працівників, тобто інтеграція інтересів і цілей працівників з інтересами та цілями підприємства.

Список літератури: **1.** *Кибанов А.Я.* Управление персоналом организации: Практикум. - М.: ИНФРА, 1999. **2.** *Егоршин А.П.* Управление персоналом. – 2-е изд. Н-Новгород: НИМБ, 1999. – 624 с. **3.** *Кибанов А.Я., Митрофанова Е.А., Ловчева М.В., Баткаева И.А.* Мотивация и стимулирование трудовой деятельности: - Учебник. – М.: Инфра-М., 2009.- 582 с. **4.**. *Колот А.М.* Зарубіжний досвід матеріального стимулювання персоналу, А.М. Колот-Україна: аспекти праці. – 1998. – № 1. **5.***Радько С.Г.* Теоретические основы управления трудовым потенциалом; Учеб. пособ.-СПб:» Просвещение», 2007. – 318с.

Подано до редакції 25.03.2011

УДК 65.012

Т.О. ГУСАКОВСЬКА, к.е.н., ст. викладач НТУ „ХПІ”, Харків

МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ДО ФОРМУВАННЯ ПОРТФЕЛЯ ОБ’ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена проблемі вдосконалення методів управління формуванням портфеля об’єктів інтелектуальної власності підприємства.

The article is sanctified to the problem of perfection of methods of management a portfolio of objects of intellectual property of enterprise construction.

Ключові слова: інтелектуальна власність, комерційна таємниця, патент, комерційний потенціал, портфель патентів.

Постановка проблеми. Одним із ключових факторів конкурентоспроможності підприємства є його інтелектуальна власність. Проте саме лише володіння нею не може забезпечити сильну конкурентну позицію на ринку. Необхідною умовою її досягнення є здійснення ефективного управління формуванням портфеля об’єктів інтелектуальної власності. На етапі формування портфеля об’єктів інтелектуальної власності перед менеджментом підприємства стоїть завдання відбору ключових інтелектуальних продуктів та вибору найбільш доцільного методу охорони цих об’єктів. Це дозволить підприємству досягти значних конкурентних переваг у вибраному сегменті ринку, а також оптимізувати витрати на забезпечення охорони і захисту об’єктів інтелектуальної власності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблемі, що розглядається, присвячені роботи вітчизняних та зарубіжних дослідників Зінова В.Г., Лукічової Л.І., Єгоричева Д.Н., Наумова В., Полторака А. та інших [1 - 6]. При цьому недостатньо

розробленими залишаються проблеми методичного забезпечення процесу управління інтелектуальною власністю.

Постановка завдання. Метою статті є вдосконалення методичної бази управління формуванням портфеля об'єктів інтелектуальної власності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Процес управління формуванням портфеля інтелектуальної власності на підприємстві на наш погляд включає в себе наступні блоки (рис. 1): придбання об'єктів інтелектуальної власності у сторонніх організацій чи осіб, систематизація власних інтелектуальних продуктів і оформлення їх як об'єктів інтелектуальної власності та формування портфеля інтелектуальної власності підприємства. Рішення про придбання інтелектуальної власності (ліцензія, договір про поступку прав тощо) приймається у випадку потреби отримання інтелектуальної власності, створення якої є неможливим або економічно невигідним для даного підприємства.

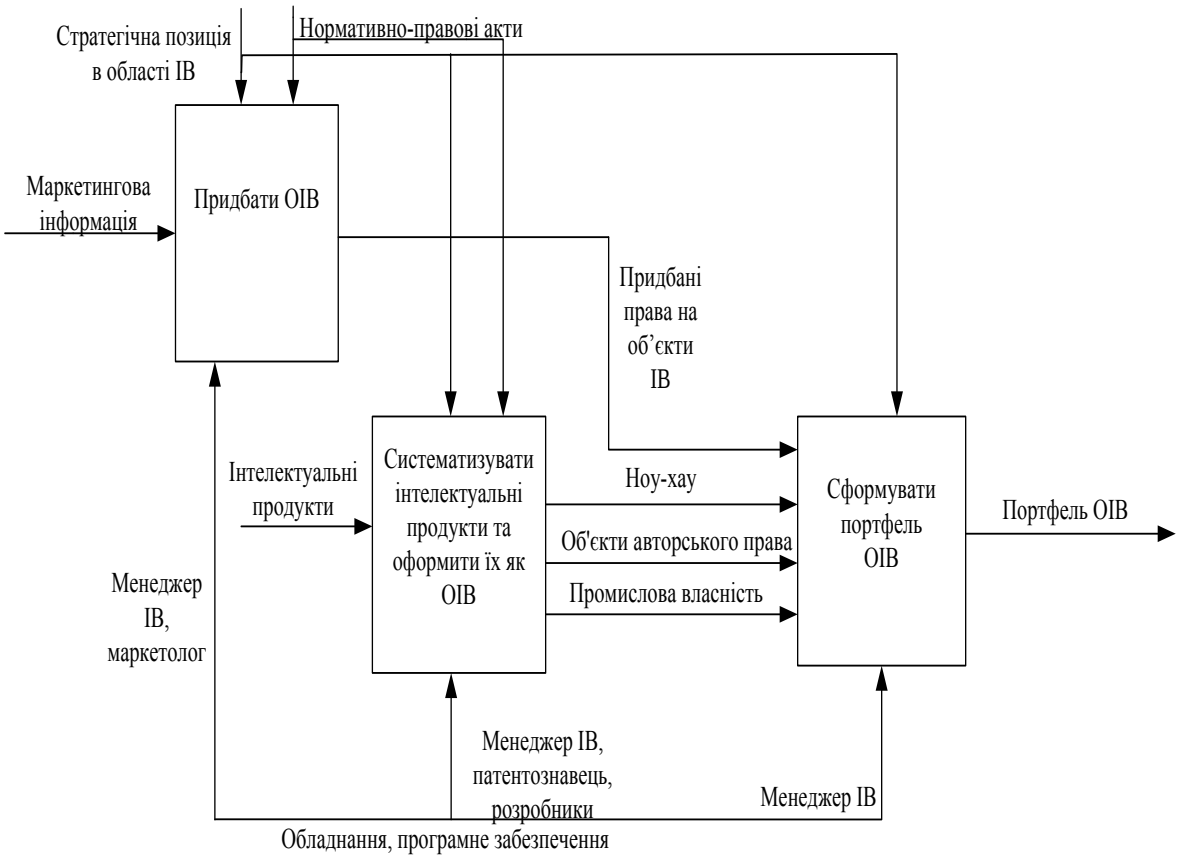

Рис. 1 Процес формування портфеля об'єктів інтелектуальної власності підприємства

На вході даного процесу знаходиться інформація про передові розробки, що дають можливість задоволення існуючих потреб підприємства. На виході даного бізнес-процесу буде знаходитись портфель об'єктів інтелектуальної власності підприємства. При виконанні робіт, пов'язаних з формуванням портфеля об'єктів інтелектуальної власності підприємства будуть задіяні розробники (винахідники), патентознавці, маркетологи та менеджер з інтелектуальної власності, що в своїй діяльності будуть керуватись стратегічною позицією підприємства та нормативно-правовою документацією.

В той же час при формуванні портфеля інтелектуальної власності підприємства провідне значення мають власні науково-технічні розробки, які необхідно систематизувати з метою визначення адекватного методу охорони та напрямів використання. Процес систематизації інтелектуальних продуктів включає такі складові: аналіз комерційного потенціалу розробки, визначення виду охорони (авторське право, патент, ноу-хау) та оформлення прав інтелектуальної власності. При цьому, якщо прийнято рішення про патентну охорону, необхідно провести аналіз патентоспроможності об'єкта і, у випадку невідповідності умовам патентоспроможності, розглянути можливість його засекречування.

Отже, першим етапом в процесі аналізу нового об'єкта, що має поповнити портфель, є аналіз матеріалу тематичного патентного пошуку, зокрема, на підставі розділів патентних описів, які містять критику недоліків відомих технічних рішень. В результаті складається вичерпний на момент проведення такого аналізу перелік технічних вимог до продукції, пропонованих з боку винахідників, які в значній мірі відображають вимоги споживачів до даної продукції. Кожна із встановлених у такий спосіб вимог до продукції повинна відповідати конкретному техніко-економічному показнику або показникам продукції даного виду. В результаті складається перелік техніко-економічних показників, в якому найменування кожного показника супроводжується списком всіх вимог, безпосередньо або побічно пов'язаних з поліпшенням цього показника. Отриманий перелік показників характеризує найважливіші споживчі властивості продукту.

Наступний етап – порівняльний аналіз техніко-економічних показників науково-технічного рішення, що розглядається, та відібраних аналогів. При цьому необхідно проаналізувати не лише технічні переваги розробки, але також її можливості забезпечення стійких конкурентних переваг. В цьому відношенні, на нашу думку, необхідно розглянути наступні характеристики об'єкта:

– новизна та неочевидність;
– об'єм правової охорони формули винаходу (який сектор ринку вдається завоювати);
– прогноз щодо попиту на ринку;
– перспективність напряму.

На основі проведеного аналізу приймається рішення про доцільність включення об'єкта до портфеля інтелектуальної власності підприємства.

Враховуючи той факт, що портфель інтелектуальної власності – це пакет патентів та охоронних документів, які захищають певний сектор, в рамках якого створено інтелектуальний продукт, можна говорити про портфель науково-технічних продуктів, що формують науково-технічний потенціал підприємства. Портфель об'єктів інтелектуальної власності підприємства повинен знижувати ризик інвестування науково-дослідних робіт, створення нових продуктів, технологій та їх впровадження на підприємстві. У випадку порушення виключних прав інтелектуальної власності порушник повинен повернути власнику виключних прав суму втраченої вигоди і тим самим підтримати високу дохідність інвестицій. У зв'язку з цим необхідно проаналізувати всі аспекти створеного інтелектуального продукту, які в тій чи іншій мірі мо-

жуть бути джерелом конкурентних переваг на певному секторі ринку. Слід звернути увагу, що проведення аналізу створюваних науково-технічних продуктів та структурування їх ознак необхідне на всіх етапах діяльності, пов'язаної зі створенням та комерційною реалізацією нової продукції та технологій: НДР, ДКР, виробництва, технології продаж та формування ринку. Цей технологічний ланцюг виходу нової продукції на ринок дозволяє сформувати портфель об'єктів інтелектуальної власності, що дозволить забезпечити підприємству провідні позиції на ринку.

Отже, як зазначено вище, важливим етапом процесу формування портфеля об'єктів інтелектуальної власності є систематизація створених власними силами інтелектуальних продуктів. Першим етапом такої систематизації є аналіз комерційного потенціалу розробки (рис. 2).

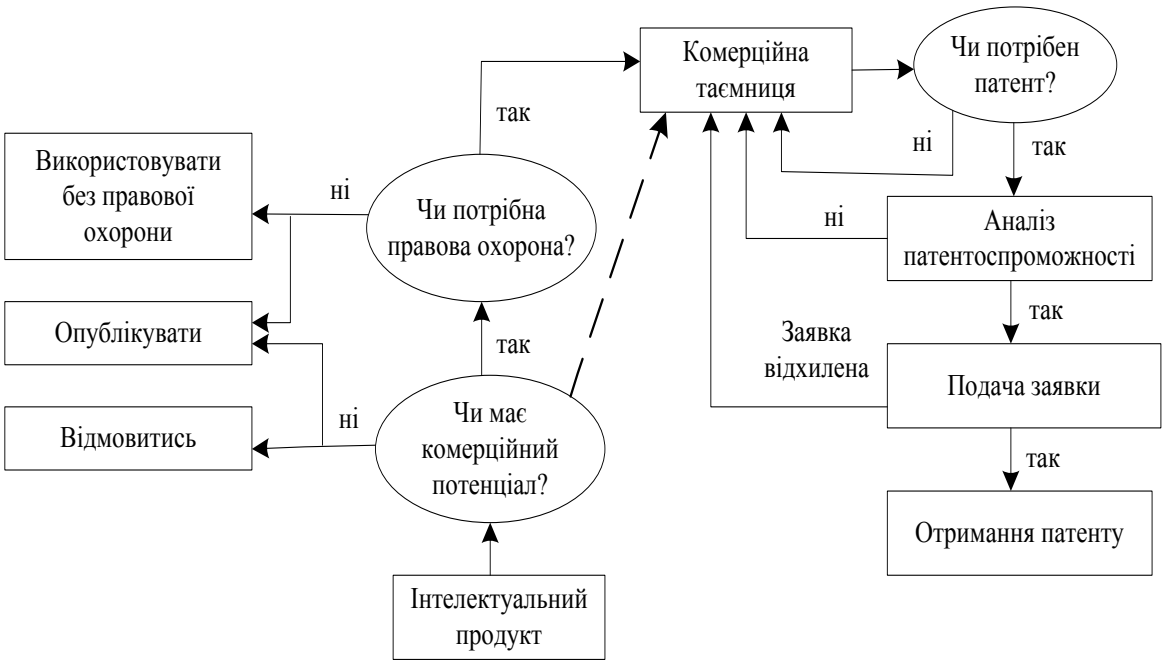

Рис. 2 Схема прийняття рішення про охорону інтелектуального продукту

При відсутності комерційного потенціалу витрати на охорону та впровадження розробки будуть невиправданими, тому має сенс відмовитись від неї. У деяких випадках розробка може мати низький прогнозований попит через неготовність ринку до її прийняття саме на даний момент. В такому разі доцільним буде засекречування інтелектуального продукту. У випадку, коли розробка має певний комерційний потенціал, необхідно дати відповідь на питання щодо необхідності її правової охорони. Відповідь на це питання буде залежати від рівня комерційного потенціалу розробки. При негативній відповіді на це питання розробку використовують без охорони та оприлюднюють для унеможливлення отримання патенту конкурентами. У разі прийняття рішення про необхідність забезпечення охорони об'єкта в першу чергу необхідно забезпечити його засекречування, тобто охорону в якості комерційної таємниці.

Наступним етапом є аналіз необхідності патентування об'єкта. Для прийняття рішення необхідно оцінити всі переваги та недоліки патентування та збереження в якості комерційної таємниці стосовно даного конкретного об'єкта. При цьому слід зазначити, що головною умовою для охорони об'єкта в якості комерційної таємниці є принципова можливість його засекречування. Так, наприклад, нова конструкція ви-

робу не може зберігатись у таємниці з моменту випуску його на ринок. Умовою ж для отримання патенту є відповідність об'єкта умовам патентоспроможності – новизна, винахідницький рівень та промислова придатність.

Таким чином основними факторами, на які слід звернути увагу при розгляді в якості альтернативи охорони розробки засекречуванням:

- розробка може бути збережена в секреті на протязі значного періоду;
- порівняно низький рівень витрат на забезпечення охорони;
- не виключена можливість отримання патенту через деякий період часу;
- розробка не має відповідати критеріям патентоспроможності;
- неготовність ринку для комерціалізації розробки;
- тривалість життєвого циклу об'єкта дуже низька або навпаки значно перевищує термін патентної охорони;
- необмежені строк та територія охорони;
- права можуть бути втрачені у разі незалежного розкриття або витоку інформації.

На прийняття рішення про патентування будуть впливати такі фактори:

- розробка має відповідати умовам патентоспроможності;
- розробка повинна мати високий комерційний потенціал та досить тривалий життєвий цикл;
- патентна охорона забезпечує виключне право на використання;
- значні витрати на отримання та підтримання патенту в силі;
- формула винаходу досить чітко визначає обсяг виключних прав;
- виключні права забезпечуються лише на території дії патенту;
- існує можливість обходу патенту;
- патентні права можуть бути втрачені лише за рішенням суду, при невиплаті зборів та після закінчення терміну дії патенту;
- при наявності патентних прав більш легко відслідковувати порушників.

Результати дослідження. Таким чином, портфель об'єктів інтелектуальної власності підприємства включає дві складових: власні розробки та виключні права на об'єкти інтелектуальної власності, придбані у третіх осіб.

Рішення про придбання об'єкта інтелектуальної власності приймається у випадку потреби отримання розробки, створення якої є неможливим або економічно невигідним для даного підприємства.

Рішення про охорону інтелектуального продукту, створеного на підприємстві, повинно прийматись в залежності від особливостей об'єкта, цілей та можливостей підприємства та враховувати переваги та недоліки відповідного виду охорони.

Висновки. Пропоновані рекомендації дозволяють формалізувати процес прийняття рішення щодо інтелектуальних продуктів та забезпечити врахування основних факторів, що можуть вплинути на ефективність їх використання на підприємстві.

Список літератури: **1.** *Зинов В.Г.* Управление интеллектуальной собственностью. – М.: Дело, 2003. – 512 с. **2.** *Полторак А., Лернер П.* Основы интеллектуальной собственности / *А. Полторак, П. Лернер.* – М.: „Вильямс", 2004. – 208 с. **3.** *Лукичева Л.И.* Внутрифирменное управление интеллектуальными активами / *Л.И. Лукичева, Д.Н. Егорычев*.– М.: ООО «Омега-Л», 2004.–192 с. **4.** *Лукичева Л.* Управление интеллектуальными активами / *Л.Лукичева, Д. Егорычев, Е. Егорычева* // ИС. Промышленная собственность. - 2004. - №6. – С. 2-14. **5.** *Шульгин Д.Б.* Модели управления интеллектуальной собст-

венностью на предприятиях [Электронный ресурс] / *Д.Б. Шульгин*. – Режим доступа: http: //patent.ustu.ru. – Заголовок с экрана **6.** *Пузыня Н. Ю.* Оценка интеллектуальной собственности и нематериальных активов / Н. Ю. Пузыня. – СПб.: Питер, 2005. – 352 с.

Подано до редакції 28.03.2011

УДК 339.178.3

І.М. МАЦІКАНИЧ, магістр НТУ «ХПІ», Харків
І.М. ПОГОРЄЛОВ, доц. НТУ «ХПІ», Харків

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ОБЛІКУ ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ

У статті розкрито необхідність проведення на підприємствах політики управління дебіторською заборгованістю. Визначено основні напрямки формування такої політики.

The article highlights the need for policy in the business accounts receivable management. The main directions of this policy.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, безнадійна дебіторська заборгованість, резерв сумнівних боргів, управління дебіторською заборгованістю, факторинг.

Вступ. В умовах фінансово-економічної кризи, яка супроводжується неплатежами за товари (роботи, послуги), особливо зростає роль ефективного управління дебіторською заборгованістю, своєчасного її повернення та запобігання безнадійним боргам на підприємствах. При цьому політика управління дебіторською заборгованістю має бути складовою не лише фінансової, а й усієї маркетингової стратегії підприємства.

Постановка задачі. Метою даної роботи є визначення основних напрямів управління дебіторською заборгованістю підприємств.

Методологія. Дослідженню цих проблем присвячено праці вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків, зокрема: Ф.Ф. Бутинця, Арєф'євої О.В. І.О. Власова, С.Ф. Голова, Т.П. Головченка, Л. Городянської, М.Д.Білик, Т.В. Момот, С.І. Маслова, Т.М. Бреславської, А.М. Рєхачевої та інших. У цих працях розкриваються більшою мірою загальні аспекти формування та питання щодо напрямків удосконалення процесу управління дебіторською заборгованістю.

Результати дослідження. Актуальність теми управління дебіторською заборгованістю заключається в тім, що відсутність управління негативно впливає на платоспроможність підприємства, особливо, коли необхідно розрахуватися з бюджетом та не бюджетними фондами – потрібні платежі «живими» грошима. Тому зараз актуальною є задача трансформації дебіторської заборгованості в грошові кошти, мінімізації її обсягу та строків інкасації боргу.

Основні проблеми управління та обліку дебіторської заборгованості, з якими стикається підприємство та які були розглянуті в роботах таких науковців як М.Д. Білик, Т.М. Браславська та Ф.Ф. Бутинець, достатньо типові: - відсутність конкрет-

них методик по роботі з простроченою дебіторською заборгованістю; - відсутність методик розрахунку затрат, пов'язаних зі збільшенням розміру дебіторської заборгованості та періоду її обігу; - нерозвиненість комерційного кредитування; - необізнаність в сучасних формах рефінансування та інші.

Якою ефективною б не була організація управління на підприємстві, в процесі діяльності можливі різноманітні накладки, тому організація вимушена створювати деяку систему контролю за виконанням покупцями розрахункової дисципліни[1].

Узагальнення результатів визначення основних напрямів управління дебіторською заборгованістю підприємств дозволило виділити такі основні пріоритетні напрямки її здійснення: 1. Аналіз структури та динаміки дебіторської заборгованості. 2. Формування принципів кредитної політики підприємства стосовно покупців, включаючи формування стандартів оцінки покупців. 3. Формування системи надання товарного кредиту покупцям. 4. Визначення можливої суми оборотного капіталу, що направляється в дебіторську заборгованість по товарному кредиту. 5. Формування процедури інкасації дебіторської заборгованості. 6. Застосування сучасних форм і методів рефінансування дебіторської заборгованості з метою оптимізації розміру і структури дебіторської заборгованості та прискорення її погашення.

В теперішній час використовуються такі форми та методи рефінансування як факторинг, форфейтинг, облік векселів, продаж векселів на фондовому ринку, цесія. Найбільш передовими є форфейтинг та факторинг.

Факторинг (factor - в перекладі з англійського «агент, посередник») є різновидом торгово-комісійної операції, що поєднується з кредитуванням оборотного капіталу клієнта, що пов'язане з переуступкою клієнтом-постачальником факторингової компанії неоплачених платіжних вимог за поставлену продукцію, виконані роботи, надані послуги і, відповідно, права отримання платежу по них[3].

Метою факторингового обслуговування є своєчасне інкасування боргів для скорочення втрат, унаслідок затримки платежу, і запобігання появі сумнівних боргів, підвищення ліквідності і зниження фінансового ризику для клієнтів, які не хочуть брати на себе роботу по перевірці платоспроможності своїх контрагентів, по веденню бухгалтерського обліку відносно своїх вимог і зацікавлені, по можливості, в найшвидшому отриманні грошей по рахунках.

У вітчизняному законодавстві поняття факторингу визначено ст.350 Господарського Кодексу України, згідно з якою факторинг являє собою банківську операцію у вигляді придбання банком права вимоги у грошовій формі за поставлені товари чи надані послуги з прийняттям ризику виконання такої вимоги, а також прийом платежів [4].

За скоєння факторингової операції фактор стягує з постачальника відповідну плату. Вартість факторингу, особливо, залежить від його виду, кредитоспроможності постачальника, розміру процентної ставки за кредит, рівня ризиків, які несе фактор, а також від строку перебування ресурсів фактора в розрахунках з покупцем [5].

До основних переваг факторингу належить: - забезпечення фінансової ліквідності; - прискорення обігу капіталу; - різні терміни погашення заборгованості; - зниження рівня заборгованості по кредитах.

Недолік факторингу для постачальника - більш висока вартість даної операції в

порівнянні зі стандартним кредитуванням; лімітна політика щодо надання фінансування, і її обгрунтованість в умовах кризи [6]. Все це пояснюється високою чутливістю операції факторингу до ринкових коливань попиту, що позначається на обсягах продажів підприємств, які можуть скористатися даним видом фінансування лише після того як товар відвантажено і проданий.

Актуальність розвитку факторингових відносин в Україні зумовлена станом розрахунків та наявних боргових зобов'язань.

В свою чергу форфейтинг — кредитування зовнішньоекономічних операцій у формі викупу в експортера векселів та інших боргових вимог, які акцептовано імпортером. Продавцем вимог за форфейтингу може бути підприємство, яке виконало зобов'язання за контрактом і прагне рефінансувати дебіторську заборгованість з метою зменшення кредитного ризику та поліпшення ліквідності (платоспроможності). Форфейтинг, як правило, здійснюється за участю банківської установи і є також однією із форм трансформації комерційного кредиту в банківський[3].

Переваги форфейтингу:

1. Експортер вільний від: а) відповідальності по боргах імпортера у найближчому майбутньому (протягом 1 року); б) потенційних пасивів у вигляді боргів, які мають бути виплачені імпортером протягом середньострокового періоду (до 5 років).

2. Позиція експортера щодо ліквідності поліпшується, оскільки він негайно отримує готівкові.

3. Якщо експортер не має потенційних пасивів і має кращу ліквідність, його шанси отримати позику збільшуються. Форфейтинг не впливає на ліміти експортера а овердрафту або на інший кредит, наданий банком.

4. На валютні ризики наражається не експортер, а форфейтер.

5. Експортер не повинен захищати себе від ризику неплатежу шляхом страхування експортного кредиту через Відділ гарантування експортних кредитів або приватну страхову компанію.

6. Не існує ризику процентних ставок, оскільки облікова ставка відома з самого початку.

7. Експортер звільняється від адміністративних проблем та витрата інкасування боргів.

8. Він являє собою метод фінансування, коли фінансування, гарантоване Відділом гарантування експортних кредитів, просто недоступне.

9. Договір про форфейтинг може бути укладений швидко.

10. Форфейтинг може бути дешевшим за традиційний метод фінансування середньострокового експортного кредиту шляхом банківського кредиту в залежності від поточних процентних ставок по консенсусу для такого фінансування.

До недоліків форфейтингу з боку експортера можна віднести: високу вартість; ймовірність того, що експортер зможе знайти гаранта або аваліста, який відповідає вимогам форфейтора; необхідність підготовки документів таким способом, щоб на експортера не було регресу у разі банкрутства гаранта або аваліста; необхідність знання законодавства країни імпортера.

У зв’язку з тим, що ці види рефінансування є новими для підприємств в Україні, то доцільно розглянути їх переваги та недоліки (таблиця 1), що дозволить підприємствам, виходячи з власних потреб, вибрати відповідний метод рефінансування дебіторської заборгованості..

Таблиця 1 – Порівняльна характеристика факторингу й форфейтинг.

Показник	Факторинг	ПП*		Форфейтинг
Область застосування	Застосовується для управління дебіторської заборгованості як для внутрішніх, так і для зовнішньоекономічних операцій	+	-	Застосовується для управління дебіторської заборгованості тільки у зовнішньоекономічних операціях
Об'єкт угоди -	Комплекс послуг, який фактор надає підприємствам, що працюють зі своїми покупцями на умовах відстрочення платежу.	+	-	Операції з придбання форфейтору комерційного зобов'язання позичальника (покупця, імпортера) перед кредитором (продавцем, експортером).
Суб'єкт угоди	Постачальник товарів (робіт, послуг), покупець товарів (робіт, послуг) і фактор	=		Експортер (компанія-постачальник), імпортер (компанія-покупець), форфейтор.
Характер угоди	Передбачає встановлення між сторонами угоди постійний характер.	+	-	Угоди майже завжди носять разовий характер.
Термін фінансування	Короткострокове кредитування (до 180 днів).	-	+	Середньострокове та довгострокове кредитування (від 180 днів до 10 років).
Розмір фінансування	Сума кредиту обмежена можливостями фактору.	-	+	Сума кредиту може бути достатньо високою.
Механізм виплати боргу	Фактор авансує оборотний капітал кредитора 70-90% суми боргу. Решта 10-30% поступають на рахунок кредитора лише після погашення боргу покупцем продукції за вирахуванням комісії та відсотків.	-	+	Форфейтер виплачує суму боргу за вирахуванням дисконту.
Можливість повернення вимог	Залежно від умов, укладених між підприємством продавцем і фактором	-	+	Обов'язкове авалювання векселів без права регресу
Вартість фінансування	1. Факторингова комісія; 2. Позичковий відсоток з щоденного залишку виплаченого клієнту авансу проти інкасованих рахунків.	+	-	1. Комісія за достроковий платіж, або форфейтингових комісія; 2. Комісія за зобов'язання; 3. Граціонні дні; 4. Комісія за обслуговування акредитиву
Право передачі (перепродажу)	Можливість перепродажу факторингового активу фактором не передбачена.	=		Передбачає можливість перепродажу форфейтером форфейтингового активу на вторинному ринку.
Наявність поруки	Не потрібна порука третьої особи.	+	-	Потрібна гарантія третьої особі або аваль.
Форма гарантії - -	-	+	-	Векселі та інші боргові зобов'язання (акредитив)
Особливості фінансування	Передбачає кредитування під уже існуючу грошову вимогу, чи під вимогу, яка виникне в майбутньому, але чітко визначене в договорі фінансування під уступку грошової вимоги.	-	+	Можливе кредитування під уступку фінансового векселя, випущеного з метою акумуляції засобів, для реалізації інших цілей не обмежених торговими.

* Показники порівняння, де:

«» - Позитивний фактор для підприємства, у разі використання обраного методу управління дебіторською заборгованістю;

«-» - Негативний фактор для підприємства, у разі використання обраного методу управління дебіторською заборгованістю;

«=» - Рівнозначність порівнюваних показників для підприємства, У разі використання обраного методу управління дебіторською заборгованістю.

В цілому ж слід зазначити, що факторинг найбільш ефективен для малих і серед-

ніх підприємств, які традиційно відчувають фінансові проблеми через несвоєчасне погашення боргів дебіторами та обмеженості доступних для них джерел кредитування.

Форфейтинг найбільш ефективний для великих підприємств, які переслідують мету акумуляції грошових коштів для реалізації довгострокових і дорогих проектів зовнішньоекономічній діяльності.

Висновки. Підбиваючи підсумки, можна відмітити, що питання управління дебіторською заборгованістю актуальне для будь-якого підприємства. При правильному управлінні заборгованістю підприємство може значно покращити своє фінансове становище. Комплексне вирішення проблеми оптимізації структури заборгованості, а також прискорення терміну її погашення можливе за допомогою диверсифікації покупців продукції, суворого планування заборгованості, постійного її моніторингу та застосування сучасних форм її рефінансування.

Список літератури. 1. *Білик М. Д.* Управління дебіторською заборгованістю підприємств / *М.А. Білик* // Фінанси України. - 2003. - №12.-с. **2** *Момот Т.В.,* Сучасні моделі управління дебіторською заборгованістю підприємства / *Т.В. Момот, Г.М. Бреславська* // Науково-технічний збірник «Комунальне господарство міст». - 2008. - №85.- С. 201-211. **3** *Арєф'єва О.В., Кузенко Т.Б.* Планування економічної безпеки підприємств. — К.: Вид-во Європ. ун-ту, 2004. - 170 с. **4.** http://www.cons-ua.ru/kodeks2_73.html; **5.**http://fingal.com.ua/content/view/1299/35/1/1/; **6.**www.factors-chain.com;

Подано до редакції 30.03.2011

УДК 330.341.1

С.В. ГЛУХОВА, к.е.н., ст. викл., НТУ «ХПІ», Харків

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ІННОВАЦІЙНОГО РИЗИКУ ПІДПРИЄМСТВА

Досліджено сутність та особливості інноваційного ризику, розроблено шкалу градації інноваційного ризику, на основі якої розраховується відповідний коефіцієнт, обґрунтовано доцільність його застосування під час оцінки ефективності інвестицій у інноваційну діяльність.

Essence and features of innovative risk are researched, the scale of gradation innovative risk is developed, on the basis of which the proper coefficient is calculated, expedience of its application during the estimation of efficiency investments in innovative activity is grounded.

Ключові слова: інноваційна діяльність, інвестиції, інноваційний ризик.

Вступ. Сучасний етап розвитку економіки України характеризується посиленням кризових явищ. В цих умовах основою успішного функціонування підприємств стає інноваційна діяльність, ефективне здійснення якої неможливе без залучення достатньої кількості інвестиційних ресурсів. З цієї позиції інвестор є безпосереднім учасником інноваційної діяльності, що обумовлює необхідність урахування його інтересів та оцінки інноваційного ризику.

Питання інноваційних ризиків досліджені та обґрунтовані в працях провідних вчених класичної [1-2] та сучасної наукових шкіл [3-5], які виникають під час розробки та впровадження інновацій. Незважаючи на плідну працю науковців, єдиний підхід щодо визначення та оцінювання ризиків інвестування в інноваційну діяль-

ність відсутній.

Постановка задачі. Метою статті є створення методичного інструментарію оцінювання інноваційного ризику. Для досягнення поставленої мети вирішено наступні завдання: досліджено сутність поняття «інноваційний ризик», визначено критерії його оцінювання, розроблено шкалу градації інноваційного ризику та коефіцієнт інноваційного ризику.

Методологія. Під час дослідження використано методи аналізу, синтезу, наукової абстракції, статистичного групування.

Результати дослідження. Для об'єктивної оцінки ризику інвестування в інноваційну діяльність підприємства з урахуванням всіх особливостей цього процесу необхідно, в першу чергу, визначитися із сутністю інноваційного ризику та окреслити сфери його впливу з метою встановлення складових оцінки, в яких його відображення буде найдоцільнішим.

В попередніх дослідженнях [6, с.156] автором доведено, що інновація являє собою принципово новий продукт, впровадження та реалізація якого приносить інноватору надприбуток та надає монопольне положення на певний період часу.

Ґрунтуючись на цьому твердженні, найбільш відповідною є позиція сучасних науковців [5, с. 133], згідно якої інноваційний ризик – це вимірна вірогідність (загроза) втрати, принаймні, частини своїх ресурсів, недоотримання або втрати запланованих доходів (прибутку) від інноваційного (венчурного) проекту, вартості портфеля фінансових активів інноваційної фірми (венчурної компанії) загалом) або появи додаткових видатків і/або протилежне – можливість отримання значних вигід (доходів) порівняно із запланованими внаслідок здійснення інноваційної діяльності в умовах невизначеності.

Дане твердження є найбільш повним та прийнятним з таких позицій:

- по-перше, відображає обґрунтований автором зміст та особливості інноваційної діяльності – можливість отримання значних вигід внаслідок здійснення інноваційної діяльності;
- по-друге, зміст інноваційного ризику одночасно окреслює сфери його впливу: ресурси, доходи, фінансові активи;
- по-третє, увага акцентується на тому, що інноваційний ризик є вимірним, тобто ступінь впливу на ресурси, доходи та фінансові активи має чітке кількісне значення.

Таким чином, можна зробити висновок, що інноваційний ризик кількісно відображає ступінь недоотримання рівня прибутку. Тому інноваційний ризик доцільно включати не у ставку дисконту, а застосовувати до всієї величині дисконтова них показників.

Для визначення об'єктивного кількісного виміру інноваційного ризику необхідним є встановлення джерел його виникнення. Базуючись на тому, що ризик, в першу чергу, впливає на недоотримання доходів, логічним буде твердження, що головним ризикоутворюючим чинником є принципова новизна інноваційного продукту.

Особливості сприйняття інноваційних продуктів споживачем були висвітлені

ще в працях класичної наукової школи. Так, Р.Фостер зазначав, що перехід до нової технології є менш економічним, ніж збереження старої технології, внаслідок того, що новій технології лише передує прискорення та розповсюдження, поряд з тим, як стара технологія вже є загальноприйнятою [2, с. 101].

Сучасні науковці [7, с. 178], розвиваючи дану думку, наголошують, що люди звикають до певних шаблонів поведінки, стереотипів мислення, а будь-які зміни вимагають готовності відмовитися від старого і звичного, зробити крок в нове і незвідане. Адаптація ж принципово нового продукту потребує зміни не лише стереотипу задоволення певної потреби, а й зміни середовища, в якому вона задовольняється. Тобто зміна комплексу потреб та формування його нових елементів вимагає якісних змін, які необхідно здійснити особистості в процесі сприйняття інновації.

З цієї позиції інноваційний ризик недоотримання прибутку інвестора безпосередньо залежить від сприйняття інновації споживачем, що обумовлюється ступенем новизни інноваційного продукту. Тобто, чим радикальніше інновація, тим вищий опір середовища, на який вона орієнтована.

Тому вимір інноваційного ризику доцільно визначати пропорційно індексу новизни розробленої продукції, який обґрунтовано в передніх дослідженнях автора [8, с. 98]. Даний показник визначає ступінь оригінальності новоствореної продукції та дозволяє зробити висновок щодо відмінності інновації від удосконаленого продукту.

Для чіткої градації ризику шкалу індексу новизни, яка має діапазон від 0 до 1, необхідно розмежувати на групи ризиків за ступенем впливу. З цією метою використано формулу Стеджерса [9]:

$$k = 1 + 3{,}322 \times Lg(N), \qquad (1)$$

де k – кількість інтервалів (груп);

N – загальна кількість вихідних даних.

Вихідний масив даний складає 11 (0; 0,1; 0,2 ……1), тобто це загальна можлива кількість значень, яких може набувати індекс новизни. Таким чином:

$$k = 1 + 3{,}322 \times Lg(11) = 4{,}6 \approx 5 \textit{груп} \qquad (2)$$

Наступним етапом є визначення кроку інтервалу:

$$h = \frac{\max(x) - \min(x)}{k}, \qquad (3)$$

де max(x) – максимальне значення змінної;

min(x) – мінімальне значення змінної.

Таким чином, максимальне значення становить 1, а мінімальне 0. З урахуванням 5-ступеневої шкали, крок між інтервалами становитиме:

$$h = \frac{1-0}{5} = 0{,}2 \qquad (4)$$

На базі отриманих даних сформовано градацію інноваційного ризику (табл. 1), який пропорційно зростатиме значенню індексу принципової новизни.

Таблиця 1 - Шкала градації інноваційного ризику

Інтервал значення індексу новизни	Градація ризику	Вірогідність втрат
0,0 – 0,2	Мінімальний	0,1
0,2 – 0,4	Нижче за середній	0,3
0,4 – 0,6	Середній	0,5
0,6 –0,8	Вище за середній	0,7
0,8 – 1,0	Максимальний	0,9

З метою забезпечення адекватності та цілісності шкали градації ризику всі інтервали є закритими. Зазначимо також, що при отриманні значення індексу новизни, який знаходиться на межі двох інтервалів, його необхідно відносити до нижчої групи. Кількісним значенням ризику в кожній з груп є середнє значення діапазону. Комплексний висновок щодо здійснення інвестицій в інноваційну діяльність, можна зробити лише на основі співставлення економічних результатів інвестування в інноваційну та звичайну діяльність з урахуванням маси доходу та ризикованості.

На базі даної шкали визначається коефіцієнт ризику:

$$k_r = (1 - p_i), \tag{5}$$

де p_i – вірогідність втрат, яка відповідає *i*-тій групі градації ризику.

Так, при здійсненні інвестицій у звичайну діяльність або при кінцевому результаті інноваційної діяльності у вигляді удосконаленого продукту прибуток від реалізації матиме середнє значення (знаходитиметься на ринковому рівні), який відповідно супроводжуватиметься середнім рівнем ризику. Тому для оцінки саме виправданості здійснених інвестицій підвищеної ризикованості, необхідним є розрахунок індексу очікуваності. Тобто визначення достатності маси додаткового прибутку (надприбутку) для здійснення інвестицій за підвищеним рівнем ризику в порівнянні із середньоризиковим варіантом інвестування:

$$I_{оч} = 1 - \frac{NPV_{баз}}{NPV_{ін} \times k_r}, \tag{6}$$

де $I_{оч}$ – індекс очікуваності прибутку від інвестування в інноваційну діяльність;

$NPV_{ін}$ – чистий приведений дохід від інноваційної діяльності, розрахований за визначеним за шкалою рівнем інноваційного ризику, грн.;

$NPV_{баз}$ - чистий приведений дохід від звичайної діяльності, розрахований за середнім рівнем ризику, грн.

Таким чином, значення даного показника коливається в межах від 0 (невиправданість інвестицій) до 1 (пріоритетність здійснення інвестицій).

Висновок. В результаті дослідження сутності та форми прояву інноваційного ризику в інвестиційній діяльності запропоновано методичний підхід до його оцінювання, який містить в собі шкалу градації інноваційного ризику та відповідний коефіцієнт. Перевагою представлених методичних розробок є те, що їх окремі показ-

ники можуть бути застосовані як окремо для визначення ступеню інноваційного ризику та вірогідності інвестиційних втрат, так і для корегування показників оцінки ефективності здійснення інвестицій в інноваційну діяльність підприємства.

Список літератури: **1.** *Шумпетер Й.* Теория экономического развития / Й. Шумпетер. - М.: Прогресс, 1982. – 454с. **2.** *Фостер Р.* Обновление производства: атакующие выигрывают / Р. Фостер. – М.: Прогрес, 1987. – 272с. **3.** Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: [монографія.] / [ред. С. М. Ілляшенко]. — Суми: Унів. кн., 2006. — 728 с. — укр. **4.** *Геєць В. М.* Інноваційні перспективи України / В. М. Геєць, В. І. Семиноженко. — Х.: Константа, 2006. — С.106. **5.** Стратегічні виклики XXI століття суспільству та економіці України*:* [твори в 3 т], т. 2: Інноваційно-технологічний розвиток економіки / За ред. акад. НАН України В. М. Гейця, В. П. Семиноженка, Б. Є. Кваснюка. – К.: Фенікс, 2007. – 564 с. **6.** *Чорна М. В.* Дослідження сутності поняття «інновація» та його сучасних особливостей / М. В. Чорна, С.В. Глухова // Вісник Хмельницького національного університету. – №1(125). – 2009. – С. 154-158. **7.** *Приходченко О. А.* Инновационный продукт: особенности его восприятия потребителем / О. А. Приходченко // ЭКО. – 2007. – №2. – С.173-187. **8.** *Чорна М.В.* Методика оцінки інноваційності новоствореного продукту [Електронний ресурс] / М. В. Чорна, С. В. Глухова: Збірник матеріалів Третьої міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції [«Економічна політика країн Європейського Союзу»], (Донецьк, 17 жовтня 2011р.) / Донецьк: ДонНУЕТ, 2011. – Режим доступу: http://donduet.edu.ua/uk/konf.html. **9.** *Бендат Дж.* Измерение и анализ случайных процессов / Дж. Бендат, А. Пирсол. – М.: Мир, 1974. – 251с.

Подано до редакції 31.03.2011

УДК 656.073:658.153

Є.В. ДУБРОВСЬКА, к.е.н., викл., ХНТУБА, Харків

РОЗРОБКА ІЄРАРХІЧНОЇ МОДЕЛІ МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ ДЕБІТОРСЬКОЮ ЗАБОРГОВАНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ВАНТАЖНОГО АВТОТРАНСПОРТУ

В статті розроблено ієрархічну модель методів управління дебіторською заборгованістю підприємств вантажного автотранспорту шляхом застосування методу Сааті.

In the article the hierarchical model of methods account receivable management of enterprises freight motor transport is developed by application of method Saati.

Ключові слова: дебіторська заборгованість, методи управління дебіторською заборгованістю, ієрархічна модель.

Вступ. Управління дебіторською заборгованістю – це одна з найбільш актуальних проблем багатьох підприємств, оскільки у підприємницькій діяльності некерована дебіторська заборгованість, як правило, є однією з причин кризового стану. За таких умов значної актуальності набувають питання ефективного управління дебіторською заборгованістю. Проведені дослідження наукових джерел підтверджують, що формування механізму управління дебіторською заборгованістю неможливе без вирішення проблеми вибору найбільш оптимальних та ефективних методів управління нею. У зв'язку з цим, виникає необхідність в застосуванні методичної основи для формалізованого співставлення досліджуваних альтернатив, що дозволяє в єдиній шкалі «зважити» їх переваги та недоліки та побудувати деяке формалізоване правило щодо вибору найкращого варіанту.

Аналіз останніх досліджень та публікацій в царині цієї проблематики свідчить

про неоднозначність точок зору вчених щодо її розв'язання. До дослідження методів управління дебіторською заборгованістю неодноразово в своїх працях зверталися вітчизняні вчені у своїх працях [1-4] досліджували питання щодо застосування сучасних методів рефінансування, питанням альтернативним методам управління дебіторською заборгованістю присвячені статті [5-6]. Стягнення дебіторської заборгованості в судовому порядку розглянуто в праці [7]. Беручи до уваги багатогранність питання управління дебіторською заборгованістю, більшість перелічених праць оминають увагою ієрархічне представлення методів управління дебіторською заборгованістю автотранспортних підприємств.

Постановка задачі. Враховуючи теоретичні надбання в питанні методології управління дебіторською заборгованістю, в статті ставиться за мету розробити систему оцінно-аналітичних процедур щодо ієрархічного представлення методів управління дебіторською заборгованістю підприємств вантажного автотранспорту.

Методологія. Методичною основою, що дозволяє ранжувати систему пріоритетів на базі відносного співставлення параметрів досліджуваних варіантів виступає формалізований апарат методу аналізу ієрархій.

Результати дослідження. Метод аналізу ієрархії, як зазначено у праці [8], дозволяє структурувати проблему, побудувати набір альтернатив, виділити критерії, що характеризують альтернативи, визначити вагомість цих критеріїв, оцінити альтернативи за кожним критерієм, знайти неточності та суперечності в судженнях експертів, проранжувати альтернативи, провести аналіз рішення та обґрунтувати отриманні результати. Базуючись на вищевикладеному пропонується використовувати алгоритм оцінки ефективності методів управління дебіторською заборгованістю, який складається з п'яти етапів та представлений у праці [9, с.27].

Спираючись на результати опитування експертів у цій галузі, а також ґрунтуючись на властивостях системи управління дебіторською заборгованістю підприємств вантажного автотранспорту, сформульовано наступні критерії, а саме: швидкість; результативність; вартість. Вищезазначені критерії ранжуються між собою, тобто встановлюється їх важливість для досягнення кінцевої цілі, потім порівнюються методи управління дебіторською в розрізі кожного критерію, що дозволяє визначити вагомість кожного з них.

На першому рівні представлено задачу дослідження – визначення пріоритетності методів та інструментів управління дебіторською заборгованістю. На другому – критерії, яким повинні відповідати методи та інструменти управління дебіторською заборгованістю. На третьому рівні – методи та інструменти управління дебіторською заборгованістю, згідно класифікації розробленої в праці [10].

Метою побудови ієрархічної моделі та визначення рівнів ієрархії є отримання пріоритетів елементів на останньому рівні, які б найкраще відображали відносний вплив на вершину ієрархії. Для кількісного визначення значень коефіцієнтів пріоритетності показників, що утворюють ієрархію в методі аналізу ієрархій, використовується метод попарних порівнянь з кваліметричною шкалою Томаса Л. Сааті, що представлена в праці [11, с. 141].

На засадах вищенаведеної шкали для кожної критеріальної складової на всіх рів-

нях ієрархії будуються обернено симетричні матриці попарних порівнянь з одиничною головною діагоналлю та обчислюються компоненти власного вектора матриці. На основі представлення проблеми ієрархічно складається матриця для порівняння відносної важливості критеріїв на другому рівні по відношенню до загальної мети на першому рівні. Заповнюється вона на основі суджень експертів. У якості експертів виступають 10 провідних економістів підприємств вантажного автотранспорту.

Судження висловлюються щодо ступеню переваги критерію, що вказаний в лівій колонці матриці, по відношенню до критерію, який вказаний у відповідному стовпчику матриці. Результати експертних оцінювань ступеню залежності елементу першого рівня ієрархічної моделі від елементів другого рівня та подальших розрахунків вектору такої залежності.

Виходячи з проведених розрахунків, можна зробити висновок, що результативність методів інкасації дебіторської заборгованості, на думку експертів, є найбільш важливим критерієм, питома вага якого становить 41,34%. Це пояснюється тим, що за мету управління дебіторською заборгованістю ставиться отримання результатів управлінських рішень та впливів. Сенс управління стає втраченим, якщо відсутні результати такого управління. У такому випадку, підприємство несе витрати, але не досягає при цьому очікуваних результатів. Друге місце посідає критерій вартості (36,22%). Це очевидно, оскільки необхідно порівнювати результати управління з витратами, адже висока вартість використання методів управління дебіторською заборгованістю може перевищувати / дорівнювати отриманим результатам, й в такому випадку сенс управління втрачає доцільність. Останній критерій значно відрізняється від попередніх. Так, швидкість методів управління дебіторською заборгованістю звичайно є необхідною умовою. Оскільки, на рівень дебіторської заборгованості впливає значна кількість факторів, в даному випадку, мова йде про інфляцію. Саме тому, критерій швидкості методів управління дебіторською заборгованістю відіграє значну роль та, на думку експертів, складає 22,44%.

Попарні порівняння для третього рівня ієрархії показує порівняльну перевагу методів, що порівнюються відносно критеріїв другого рівня. Проведені експертні оцінювання ступенів залежності елементів другого рівня ієрархічної моделі від елементів третього рівня та подальших розрахунків відповідних векторів такої залежності, а саме на відповідність методів управління дебіторською заборгованістю критеріям швидкості, результативності та вартості, засвідчують, що за критерієм швидкості, найбільшу питому вагу серед методів та інструментів управління дебіторською заборгованістю посідають інструменти рефінансування (48,8%). Друге місце припадає на альтернативні методи управління дебіторською заборгованістю (28%). Методи впливу на боржників за критерієм швидкості посідають третє місце та їх питома вага становить 16,8%. Незначну частку за критерієм швидкості займають методи стягнення дебіторської заборгованості в судовому порядку (6,4%). За критерієм результативності, найбільшу питому вагу серед методів управління дебіторською заборгованістю посідають інструменти рефінансування (31,45%). Друге місце припадає на методи впливу на боржників (29,91%). Альтернативні методи управління дебіторською заборгованістю за критерієм результативності посідають третє місце та їх питома вага становить 29,85%.

Також незначна частка за критерієм результативності припадає на методи стягнення дебіторської заборгованості в судовому порядку (8,79%).

За критерієм вартості, найбільшу питому вагу серед методів управління дебіторською заборгованістю займають методи впливу на боржників (46,88%). Друге місце припадає на альтернативні методи управління дебіторською заборгованістю (37,95%). Інструменти рефінансування за критерієм вартості посідають третє місце та їх питома вага становить 8,59%. Також незначна частка за критерієм вартості припадає на методи стягнення дебіторської заборгованості в судовому порядку (6,58%).

В результаті синтезу локальних пріоритетів розроблено ієрархічну модель методів управління дебіторською заборгованістю підприємств вантажного автотранспорту, яка представлена на рисунку 1.

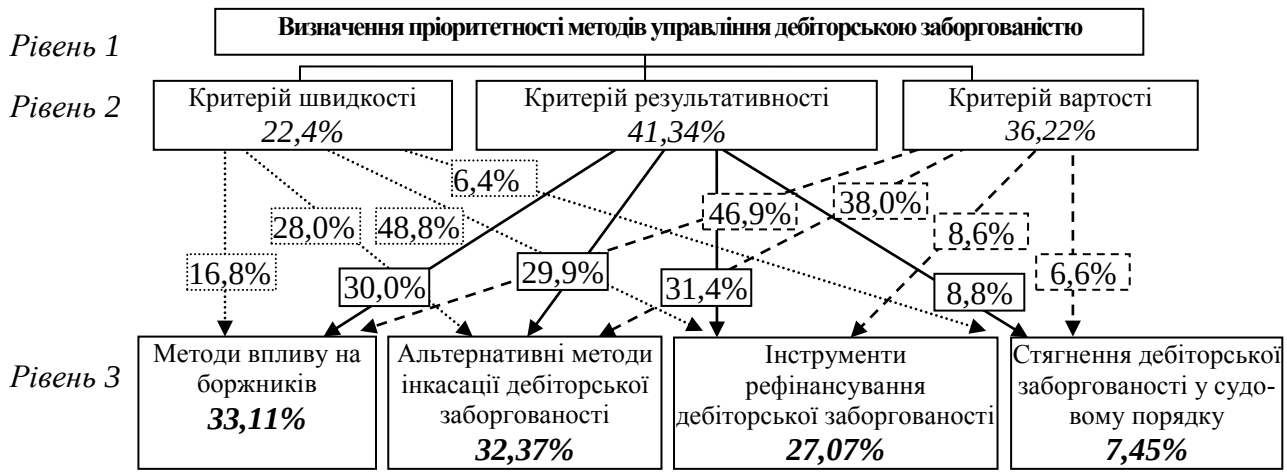

Рис. 1 – Ієрархічна модель методів управління дебіторською заборгованістю підприємств вантажного автотранспорту

Висновок. Застосування методу Сааті щодо ієрархічного представлення методів та інструментів управління дебіторською заборгованістю підприємств вантажного автотранспорту дозволило зробити наступні висновки. Методам впливу на боржників при управлінні дебіторською заборгованістю на підприємствах вантажного автотранспорту віддається перевага, частка якої становить 33,11%. Альтернативні методи управління дебіторською заборгованістю посідають друге місце (32,37%), інструменти рефінансування займають третє місце (27,07%) й четверте місце з найменшою часткою – 7,45% припадає на методи стягнення дебіторської заборгованості в судовому порядку.

Список літератури: 1. *Скорба О. А.* Управління дебіторською заборгованістю та альтернативні методи її рефінансування / О. А. Скорба // Економіка: проблеми теорії та практики. Зб. наук. праць. Вип. 204, Т. І. – Дніпропетровськ, ДНУ, 2005. — С. 196 – 202. **2.** *Белялов Т. Е.* Аналіз форм і методів управління дебіторською заборгованістю у складі оперативних фінансових активів корпорації / Т. Е. Белялов // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 9 (51). – С. 30 – 36. **3.** *Курта Н. В.* Сучасні проблеми управління дебіторською заборгованістю / Н. В. Курта // Держава та регіони. – Серія: економіка та підприємництво. – 2006. – №6. – С. 370 – 373. **4.** *Грабчак Д. В.* Проблеми управління дебіторською та кредиторською заборгованістю підприємства / Д. В. Грабчак // Вісник Хмельницького національного університету. – Серія: Економічні науки. - Т.1. – 2007. - №6. – С. 123 – 126. **5.** *Новікова Н. М.* Інструменти досудового погашення прострочення дебіторської заборгованості / Н. М.

Новікова // Вісник КНТЕУ. – 2005. – №2. – С. 65 – 73. **6.** *Басюк Т. П.* Реструктуризація дебіторської заборгованістю підприємства / Т. П. Басюк // Фінанси України. – 2004. – №12. – С. 115 – 123. **7.** *Новікова Н. М.* Управління дебіторською заборгованістю торговельних підприємств: дис. … канд. екон. наук : 08.00.04 / Новікова Наталія Миколаївна. — К., 2008. — 164 с. **8.** *Бочков А.* Категорирование критически важных объектов по уязвимости к возможным противоправным действиям. Экспертный поход / А. Бочков // БДИ. – 2009. – № 1 (82). – С. 22 – 24. **9.** *Запольский М. И.* Оценка альтернативных вариантов интегрированных агропромышленных формирований на основе метода анализа иерархий / М. И. Запольский // Весці нацыянальнай акадэміі навук Беларусі. Серыя аграрных навук. – 2006. – № 1. – С. 27 – 34. **10.** *Дубровська Є. В.* Класифікація методів та інструментів управління дебіторською заборгованістю підприємств / Є. В. Дубровська // Регіональна політика: напрями її реалізації в Україні : міжвуз. наук.-практ. конф., 20 трав. 2009 р. : тези допов. – Х., 2009. – С. 34 – 35. **11.** *Сєріков А. В.* Креативне управління ризиками – важлива проблема українського девелопменту / А. В. Сєріков, Г. І. Семенова // Економіка будівництва і міського господарства. – 2008. – №3. – Т.4. – С. 137 – 144.

Подано до редакції 31.03.2011

УДК 330.341.1

Н.Ю. ЧЕРНОБРИВЕЦЬ, магістр НТУ «ХПІ», Харків

ІННОВАЦІЙНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЯК ВАГОМИЙ ФАКТОР УСПІШНОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

У даній статті на основі узагальнення сучасних наукових досліджень розкрито особливості інноваційної діяльності в Україні, визначено основні проблеми інноваційного розвитку на сучасному етапі та запропоновано шляхи активізації інноваційної діяльності у вітчизняній економіці.

In the this article on the basis of generalization of modern scientific researches the features of innovative activity are exposed in Ukraine, certainly basic problems of innovative development on the modern stage and the ways of activation of innovative activity are offered in a domestic economy.

Ключові слова: інновація, інноваційна діяльність, інноваційний процес,економічний розвиток.

Вступ. Рівень економічного розвитку країни багато в чому залежить від її науково-технічного потенціалу, аналіз якого дозволяє також оцінити роль та місце науки в національній економіці. Навіть маленька затримка в розвитку науки сьогодні обертається незворотнім відставанням в науково-технічному прогресі на десятки років вперед.

Нинішній етап розвитку вітчизняної економіки характеризується станом постфінансово-економічної кризи, одним з наслідків якої стало значне скорочення обсягів інноваційної діяльності підприємств. Разом з тим, саме інноваційний розвиток країни був і залишається однією з основних умов успішного розвитку економіки та виходу держави з кризи. Це потребує подолання інноваційної інертності господарських суб'єктів шляхом розвитку їх інноваційної діяльності. За умов динамічних змін модель інноваційного розвитку економіки України має стати домінуючою як для окремих суб'єктів господарювання, так і для національного господарства в цілому. Ведення комплексної інноваційної діяльності є вагомим фактором успішної підприємницької ініціативи та отримання конкурентних переваг над іншими СПД.

Постановка задачі. Активізація інноваційної діяльності є визначальним напрямком, який забезпечує впровадження результатів досліджень і нових ідей у виробництво, підвищує його конкурентоспроможність і забезпечує сталі позиції на ринку товарів і послуг, що позначається на загальному економічному розвитку кураїни. Тому питання інноваційної діяльності неодноразово ставали об'єктом наукових досліджень. Так, проблеми, пов'язані із дослідженнями інноваційної діяльності і забезпечення її ефективності, розв'язували такі відомі українські і зарубіжні вчені і фахівці як І. Ансофф, Г. Ассель, О.В.Ареф'єва, В.О. Василенко, О.С.Виханський, Є.П. Голубков, Г.Я. Гольдштейн, Н.П. Гончарова, А.П.Гречан, А.В. Гриньов, І.М. Грищенко, М.П. Денисенко, П. Диксон, П.Друкер, Ф. Котлер, В.Г. Мединський, М.Х. Мескон, М. Портер, Е.О. Уткін, Р.А. Фатхутдінов, Й. Шумпетер, тощо.

Метою дослідження є наукове обґрунтування розвитку та активізації інноваційної діяльності на підприємствах України в умовах посткризового стану. Для досягнення зазначеної мети у статті вирішено такі задачі: уточнено категорійно-понятійний апарат інноваційної діяльності; здійснено аналіз наявної ситуації в інноваційній сфері України; визначено основні проблеми інноваційного розвитку та запропоновано підходи активізації інноваційної діяльності.

Методологія. Використані методи діалектичного і математичного дослідження.

Результати дослідження. Одним з основних факторів виходу нашої держави з посткризового стану є оновлення виробництва на основі інноваційної діяльності підприємств. Зауважимо, що інноваційна діяльність в загальному її розумінні означає процес створення, впровадження та поширення інновацій [1]. Під інновацією ж розуміють кінцевий результат діяльності із створення і використання нововведень, втілених у вигляді удосконалених чи нових товарів (виробів чи послуг), технологій їх виробництва, методів управління на всіх стадіях виробництва і збуту товарів, що сприяють розвитку і підвищенню ефективності функціонування підприємств, які їх використовують [2].

Звичайно, світ нововведень не обмежується тільки технікою і технологіями. Удосконалення, зміни систем управління та організації процесів виробництва теж здійснюються через уведення інновацій. Нові організаційні структури, методи розробки управлінських рішень, форми стимулювання розробляються науковцями-спеціалістами, освоюються і впроваджуються так само, як і нові прилади, технологічні лінії чи обладнання. Нові моделі одягу, види послуг, нові організаційні форми — усе це є результатом інноваційних процесів, які розвиваються на основі певних принципів: спочатку усвідомлюється необхідність змін, визначається мета, розроблюється інновація, освоюється, поширюється, використовується і «відмирає». На думку А. Пригожина, «нововведення — це процес, тобто перехід певної системи з одного стану в інший» [3].

При цьому для інновацій притаманні такі основні ознаки: науково-технічна новизна; здатність інновації до матеріалізації у нові технічно-досконалі види промислової продукції, засоби і предмети праці, технології і організації виробництва; здатність до комерціалізації самої інновації і/ або результатів її впровадження [2].

Фундатор інноваційної теорії Й. Шумпетер розглядав інновацію в динаміці, тобто як інноваційний процес, а саме: «виготовлення нового продукту, а не «новий» про-

дукт; упровадження нового методу, а не «новий метод»; освоєння нового ринку...; отримання нового джерела сировини...; проведення реалізації...» [4].

За визначенням американського дослідника Б. Твісса, інноваційний процес — це перетворення наукового знання, наукових ідей, винаходів у фізичну реальність (нововведення), яка змінює суспільство [5].

Автори «Модульної програми для менеджерів» інноваційний процес розглядають з різних позицій: як паралельно-послідовне проведення науково-технологічної діяльності; як послідовні зміни фаз життєвого циклу продукту і як інвестиційний проект за стадіями фінансування досліджень та розробок, поширення новацій і їх комерціалізації [6].

Інноваційний процес не завершується тільки впровадженням новації (техніки, технології, продукту) у виробництво, а має неперервний характер, оскільки «з поширенням (дифузією) інновація вдосконалюється, стає ефективнішою, набуває нових споживчих якостей. Це відкриває для неї нові можливості застосування, нові ринки, а відповідно, і нових споживачів, котрі сприймають даний продукт, технологію або послугу як нові саме для себе» [7].

Перебіг інноваційного процесу, як і будь-якого іншого, визначається складною взаємодією багатьох чинників. Успіх на цьому шляху залежить від управлінського механізму, який об'єднує в єдиний потік витоки наукової ідеї, її розроблення, упровадження результату у виробництво, реалізацію, поширення і споживання.

Загалом, інноваційний процес можна вважати засобом задоволення суспільних потреб на основі впровадження досягнень науки і технології.

Статистичні дані Держкомстату України за період 2000-2009 рр. свідчать про те, що ситуація в інноваційній сфері продовжує погіршуватися. Так, якщо в 2000 р. інноваційною діяльністю у промисловості займалося 1705 підприємств, або 18% від загальної їх кількості, то у 2007 р. – 1472 підприємства, або 14,2%, у 2008 р. – 1397 підприємств, або 13%, а у 2009 р. – лише 1411, або 12,8% від кількості інноваційно-активних підприємств (рис. 1).

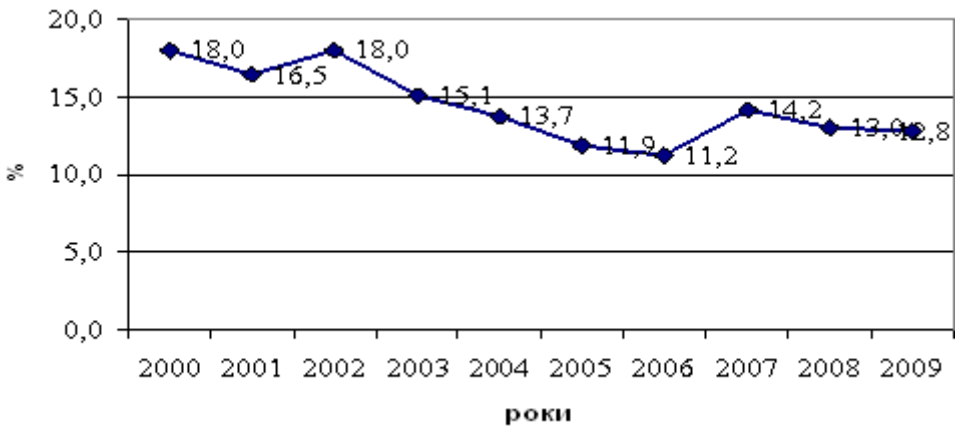

Рис. 1- Динаміка питомої ваги інноваційно-активних підприємств у загальній кількості промислових підприємств України

В 2006 р. спостерігався мінімальний рівень інноваційної активності промислових

підприємств, лише 11,2% від загальної їх кількості займалися інноваційною діяльністю. В 2007 р. кількість інноваційно-активних підприємств зросла на 31,6% до 1472 одиниць, що однак у відсотках до загальної кількості промислових підприємств на 3,8% менше порівняно з 2000 р. Впродовж 2008-2009 рр. інноваційна активність промислових підприємств продовжує зменшуватися, в 2008 р. кількість підприємств, що займались інноваційною діяльність зменшилася на 1,2% до 1397 одиниць, в 2009 р. – на 0,2% до 1411 підприємств.

Порівняння показників інноваційної активності українських підприємств з результатами інноваційної діяльності підприємств країн-членів та кандидатів до вступу в ЄС свідчить про значне відставання нашої країни в інноваційній сфері. Найнижчі показники інноваційної активності серед країн Євросоюзу мають Латвія (14,6%), Угорщина (21,1%), Румунія (21,9%), найвищі – Ірландія (56,7%), Бельгія (59,6%) та Німеччина (69,7%) [8].

Згідно з даними І.Шовкун, в Україні сукупна питома вага видів діяльності, що належать до високотехнологічних і середньотехнологічних високого рівня розвитку, менша за 13%. Перспективи поширення цих видів діяльності залежать від обсягів інвестування в їх розвиток, але в них вкладається менше 5% від інвестиційних ресурсів економіки, що не відповідає не тільки їхній ролі в економіці, але й потребам простого відтворення виробничого потенціалу. Складаються умови, що ведуть до згортання цих видів діяльності [9].

Україна продовжує розвиватися як країна з високою часткою сировинних галузей промисловості, де переважає сфера низьконаукоємкого матеріального виробництва. Відомо, що рівень розвитку країни залежить від рівня розвитку інноваційної діяльності, тому впровадження інновацій є головним чинником успіху підприємства, який впливає і на рівень розвитку країни загалом [10].

Основними проблемами інноваційного розвитку в Україні та її регіонах на сучасному етапі є:

• відсутність реальних механізмів об'єднання наявних ресурсів, їх концентрації на найбільш значних та перспективних напрямах розвитку;

• те, що немає залежності між збільшенням обсягу продажу приватними компаніями і зростання фінансування здійснюваних ними досліджень і розробок;

• інноваційна політика немає чіткої спрямованості у вирішенні конкретних економічних проблем регіонів, в їх реструктуризації з врахуванням ринкових чинників.

Ось чому, можна виділити основні шляхи активізації інноваційної діяльності в Україні на сучасному етапі розвитку вітчизняної економіки:

- по-перше, розробку і запровадження механізму надання пільг промисловим підприємствам, які впроваджують і реалізують інноваційну продукцію;

- по-друге, поширення практики надання інноваційним підприємствам середньострокових кредитів зі зниженою відсотковою ставкою.

Висновки. Реалізація запропонованих напрямків активізації інноваційної діяльності в Україні дасть змогу значно підвищити рівень інноваційної активності промислових підприємств, стабілізувати прискорений процес оновлення виробництва, ефек-

тивно використовувати внутрішні і залученні зовнішні інвестиції на інноваційну діяльність.

Список літератури: 1. *Ілляшенко С.М.* Управління інноваційним розвитком: проблеми, концепції, методи: Навчальний посібник. – Суми: ВТД „Університетська книга”, 2003. – 278 с. **2.** *Чухрай Н., Патора Р.* Товарна інноваційна політика: управління інноваціями на підприємстві: Підручник. – К.: Кондор, 2006. – 398 с. **3.** Економіка підприємства: Навчальний посібник/ *П. В. Круш, В. І. Подвігіна, Б. М. Сердюк* та ін.. - К.: Ельга-Н: КНТ, 2007. - 777 с. **4.** *Бубенко П.Т., Прядкін К.К.* Наука та інноваційний процес в Україні / П.Т Бубенко // Проблеми науки. – 2003. − № 4. – С. 8–12. **5.** *Твисс Б.* Управление научно-техническими нововведениями. – М.: Экономика, 1989. **6.** http://library.if.ua/book/4/475.html. **7.** Економіка підприємства: Навчальний посібник/ *Ірина Семернікова, Наталія Мєшкова-Кравченко,*. - Херсон: ОЛДІ-плюс, 2003. - 311 с. **8.** Наукова та інноваційна діяльність в Україні у 2008 році: Статистичний збірник –К.: Держкомстат України, 2009. – 356 с. **9.** *Шовкун І.А.* Інституційне підґрунтя інноваційного розвитку: міжнародний досвід та уроки для транзитивних економік // Економічна теорія. – 2005. - №3. –с. 60-74. **10.** *Говоруха Ж.А.* Питання розвитку інноваційної діяльності підприємств України // Актуальні проблеми економіки. - 2007. - № 8 (74). - С.107.

Подано до редакції 01.04.2011

УДК 65.01

Р.О. ПОБЕРЕЖНИЙ, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ З ВИКОРИСТАННЯМ ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ

В роботі розглянуто питання підвищення ефективності стратегічного управління підприємством шляхом використання інструментів збалансованої системи показників

We considered increasing the efficiency of strategic enterprise management tools by using balanced scorecard

Ключові слова: стратегія розвитку, моделювання, цілі, місія, конкурентні переваги, стратегічне управління.

Введення. Сьогодні, перед вітчизняними машинобудівними підприємствами стоїть ряд складних завдань, зумовлених нестабільністю розвитку економіки: адаптація діяльності підприємств до ринкових умов господарювання, визначення цілей діяльності та стратегії їх досягнення, пошук споживачів і нових ринкових можливостей, фінансових коштів. Вирішення цих і багатьох інших завдань висуває нові вимоги до форм і методів управління та планування, які повинні враховувати зміни, що мають місце в зовнішньому середовищі, і гнучко реагувати на них.

Реалізація цих вимог визначає необхідність перебудови системи управління, формування механізму адаптаційного розвитку підприємств з метою досягнення фінансових результатів і конкурентних переваг. Головною умовою адаптації підприємств до умов зовнішнього середовища, що швидко змінюється може слугувати система стратегічного управління й вирішення методичних і практичних завдань її реалізації на машинобудівних підприємствах.

Постановка завдання. Вирішення питань розробки ефективної системи

стратегічного управління та планування на промислових підприємствах привертає увагу багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців: Ансоффа І., Альстренда Б., Бланка І., Друкера П., Івакіної І., Кліланда Д., Кіндрацької Г.І., Мінцберга Г., Мескона М.Х., Міщенко А.П., Мізюка Б.М., Портера М., Роджерса Ф., Стрікленда А., Томпсона А.А., Уткіна Є., Фатхудинова Р., Шершньової З.Е.

Проте низка важливих питань формування теоретичної та практичної бази для забезпечення ефективного управління підприємством на основі стратегічного аналізу в умовах сьогодення вимагає подальших досліджень. Бо сьогодні, підприємства, які впроваджуватимуть процедури та інструменти стратегічного управління, зіштовхуються зі значними труднощами, подолати які покликані своєчасні наукові розробки.

Методологія. Методологічною основою проведеного дослідження стали наукові праці провідних вітчизняних та зарубіжних учених економістів з проблем стратегічного управління та планування на промисловому підприємстві.

Результати дослідження. Стратегічне управління можна визначити як управління підприємством, яке спирається на людський потенціал як основу організації, орієнтує виробничу діяльність на потреби споживачів, здійснює гнучке регулювання та сучасні зміни на підприємстві, які відповідають потребам суспільства та дозволяють виживати в довгостроковій перспективі.

Як бачимо, стійкій стан підприємства в перспективі залежить від його здатності прогнозувати і гнучко реагувати на умови зовнішнього оточення, що змінюється, утримувати і здобувати нові конкурентні переваги в боротьбі на ринках. Ефективним засобом забезпечення стійкого розвитку є стратегічне управління підприємством.

Для успішного застосування методів стратегічного управління необхідно враховувати загальні, окремі закони управління, середовище, де відбувається діяльність, закони, яким підпорядковується об’єкт управління [1, с. 5]. При цьому дуже важливо оцінювати стан реалізації стратегії та об’єктивно вимірювати отримані результати.

Проведений нами аналіз різноманітних підходів до визначення моделі стратегічного управління на підприємстві показав, що спільними для всіх моделей є наступні кроки:

- формування місії та визначення цілей;
- аналіз середовища;
- аналіз стратегічних альтернатив та вибір стратегії, що найбільш відповідає цільовим установкам підприємства;
- формування стратегічного плану, що складається з програм, проектів, бюджетів, організаційно – технологічних та контрольних заходів;
- оцінка відповідності обраної стратегії цілям підприємства;
- формування та реалізація оперативних заходів щодо реалізації обраної стратегії;
- контроль за виконанням;
- оцінка результатів та коригування.

Важливу роль у процесі здійснення стратегічного управління підприємством відіграє процес виконання стратегії.

Звичайно, задача реалізації стратегії актуальна з тих пір, як стали створюватися стратегії. Однак необхідність успішного розв'язку цього завдання в останні роки стала особливо очевидною. Внаслідок збільшення складності й динамічності зовнішнього конкурентного оточення термін дії обраної стратегії суттєво скорочується. До причин скорочення життєвих циклів стратегій можна віднести, зміни в політиці та оподатковуванні, злиття компаній - клієнтів або конкурентів або можливості, що з'являються внаслідок виникнення нових інформаційних і комунікаційних технологій. При короткому життєвому циклі стратегії, що й постійно скорочується, успіх підприємства значною мірою залежить від можливостей її швидкої й діючої реалізації.

Традиційна точка зору про те, що «не страшно, що нам із процесом реалізації стратегії не вдалося значно просунутися вперед, ми наженемо це в найближчі роки», вже не залишає шансів на успіх.

Реальна та достатня здатність підприємства реалізовувати свою стратегію - це єдино можлива реакція на актуальну проблему скорочення життєвих циклів стратегій. Однак процес реалізації стратегії на практиці являє собою одну із ключових проблем стратегічного управління підприємством.

Слід відзначити, що на розробку, вибір та виконання стратегії суттєво впливають соціально – психологічні процеси, що відбуваються на підприємстві. Варто пам’ятати, що стратегії розробляються та виконуються працівниками підприємства, кожен з яких має власні інтереси, потребі, уподобання, які в тій чи іншій мірі відповідають усталеним формальним та неформальним відносинам та сприяють або суперечать стратегічним цілям [2, с. 378].

Але, надто важливо, щоб розуміння стратегії й свого внеску в її реалізацію було в кожного співробітника, який бере участь у досягненні стратегічних цілей підприємства, бо стратегії можуть бути успішно реалізовані тільки тоді, коли їх розуміють співробітники компанії, і ці стратегії можуть бути «операціоналізовані».

Також, необхідно зазначити, що суттєве місце в структурі процесу реалізації стратегії займає процедура оцінювання результатів.

Саме під час оцінювання необхідно відповісти на наступні запитання:

- чи обрана стратегія є сумісною з можливостями підприємства?
- чи враховує стратегія допустимий ступінь ризику?
- чи достатньо ресурсів для здійснення стратегії?
- чи враховані зовнішні загрози і можливості?
- чи обрана стратегія є найкращим способом використання ресурсів?.

Слід також звернути увагу на те, що оцінка результатів виконання стратегії є складною процедурою, пов’язаною з точністю вимірів та наявністю комплексу показників та критеріїв оцінки.

Відомо, що більшість систем оцінки ефективності базуються на річному бюджеті й оперативному плані підприємства. Дані системи орієнтовані на короткострокові періоди й тактику, і в жодному разі – не на стратегію.

Таким чином, ми бачимо що процес розвитку підприємства в сучасних умовах, забезпечення ефективної комбінації менеджменту, вдалої ситуації в економіці та

турбуванням про удосконалювання робітників, а також контрольований розвиток унікальних видів компетентності підприємства є дуже складним процесом. Офіційні данні свідчать, що тільки 10% вітчизняних підприємств реалізують свою обрану стратегію на практиці. Невдачі пов'язані по - перше з тим, що тільки до 5% працівників розуміють стратегію підприємства, по – друге – більшість підприємств зберігають командно – контрольну орієнтацію, по – третє – на багатьох підприємствах процеси бюджетування та розробки стратегії відокремлені [3, с. 31].

Вказані недоліки, на нашу думку, можливо усунути за допомогою впровадження сучасного методу управління - Збалансованої Системи Показників (ЗСП).

Збалансована система показників є одним з інструментів конкретизації, представлення й реалізації стратегії. Ця концепція сприяє підвищенню ймовірності реалізації наміченої стратегії й адекватній оцінці потенціалу вартості компанії. Концепція Balanced Scorecard була розроблена на початку 90 -х років XX в. командою дослідників Гарвардської бізнес - школи під управлінням професора Роберта Каплана. Каплан і його команда назвали свою розробку «Balanced Scorecard», щоб підкреслити збалансованість («Balanced») системи, яка повинна бути вимірною за допомогою системи показників («Scorecard») [4, с. 18].

ЗСП методологічно і практично сформована як метод управління за кордоном, на вітчизняних підприємствах цей метод ще не зовсім відомий і в практиці широко не використовується. У зарубіжних країнах було проведено дослідження досвіду впровадження ЗСП в практику бізнесу. Основні данні за проведеним дослідження відображено в таблиці 1.

Таблиця 1 - Дослідження досвіду впровадження ЗСП [4, с. 29]

Автор (рік)	Основна сукупність	Змістовні аспекти дослідження
Horvith& Partners (2003)	Компанії Німеччини, Австрії, Швейцарії, що використовують збалансовану систему показників, 100 учасників	Всебічний аналіз аспектів застосування збалансованої системи показників у практиці бізнесу
Bain&Comp.	Великі міжнародні компанії, п = 708 (2003)	Широта використання концепції, задоволеність користувачів різних управлінських концепцій
Lawson, R., Stratton, W.(2002)	Компанії зі США, 150 учасників	Користь від застосування й підстави для впровадження
BankBetriebs-Wirtschaft (2002)	163 німецькі кредитні інститути	Дії по застосуванню й плануванню збалансованої системи показників
Deloitte& Touche (2001)	Інтернаціональне опитування 1000 великих і середніх компаній	Ступінь корисності й число компаній, що використовують збалансовану систему показників
Horva"th&Partners (2001)	Компанії Німеччини, Австрії, Швейцарії, що використовують збалансовану систему показників, 103 учасника	Всебічний аналіз аспектів застосування збалансованої системи показників у практиці бізнесу
IDC Scheer (2001)	2632 випадково відібрані кампанії, 159 учасників, з них 22 - користувачі збалансованої системи показників	Дослідження широти використання й аспектів практичного застосування збалансованої системи показників
PricewaterhouseCoopers (2001)	Тор 200 компаній Німеччини (по обігові 1998), 59 учасників	Загальне дослідження досвіду використання

Bischof, J. (2001)	DAX 100, 89 учасників	Дослідження широти використання й аспектів практичного застосування збалансованої системи показників
FH Trier(2001)	129 німецьких підприємства з найбільшим обігом	Загальне дослідження досвіду використання
Guenther, T., Gruening, M. (2000)	942 компанії, 181 учасник, 38 користувачів збалансованої системи показників	Системи вимірювання результативності - досвід практичного використання, широта застосування збалансованої системи показників
Speckbacher, G., Bischof, J. (2000)	DAX 100, 93 учасника	Дослідження широти використання й аспектів практичного застосування збалансованої системи показників
FH Trier, IDC Scheer AG (2000)	159 компаній Німеччини, Австрії, Швейцарії	Дії по застосуванню й плануванню збалансованої системи показників
Speckbacher, G., Bischof, J. (1999)	DAX 100,93 учасника	Дослідження широти використання й аспектів практичного застосування збалансованої системи показників
Towers Perrin (1996)	62 користувача збалансованої системи показників	Досвід використання збалансованої системи показників

ЗСП передбачає при розробці стратегічних цілей як вирішальні та основні обирати ключові цілі компанії, які необхідно відрізняти від стратегічних заходів.

Щоб спланувати й забезпечити процес реалізації стратегічних цілей необхідно, для кожної з них розробляти відповідні фінансові й нефінансові показники, по яких, у свою чергу, визначаються цільові й фактичні значення. Досягнення розроблених цілей покликано забезпечити реалізація стратегічних заходів. По кожному стратегічному заходу визначаються строки його реалізації, бюджет і чітка відповідальність. Каплан та Нортон запропонували спочатку оперувати чотирма основними перспективами – «Фінанси», «Клієнти», «Внутрішні бізнес – процеси» і «Навчання й ріст».

Існують підприємства, які формулюють свою стратегію занадто односторонньо віддаючи перевагу фінансовим показникам розвитку підприємства. Інщі, занадто «клієнто – орієнтовані» та навпаки забувають про свої фінансові цілі. Деякі підприємства можуть бути надмірно «зациклені» на своїх процесах і не звертають увагу на ринкові аспекти. Рівноправний розгляд чотирьох перспектив дозволяє уникнути такої незбалансованості.

Але при цьому, на наш погляд, менеджери повинні не «заціплюватися» за окремими перспективами, а мати талант та навички цілісного підходу до розгляду діяльності підприємства. Адже частіше можна побачити таке: керівник відділу збуту концентрується на перспективі «Клієнти», фінансовий директор візує перспективу «Фінанси», а менеджер по персоналу відповідає за перспективу «Навчання і ріст». І як результат – у наявності відсутність цілісного підходу до розгляду діяльності підприємства, важливої передумови ефективного процесу розробки й реалізації стратегії.

Збалансована система показників націлена на запобігання ізольованого розгляду окремих перспектив і передбачає розробку системи показників, які забезпечують керівника або менеджера логічним і інтуїтивно зрозумілим інструментарієм.

Методика ЗСП націлює розробників на визначення причинно - наслідкових

зв'язків між стратегічними цілями підприємства і завданням усіх їх структурних ланок і функціональних служб, показуючи яких результатів треба досягти менеджерам різних рівнів та окремим виконавцям, щоб став реальним кінцевий результат – зросли доходи та прибуток, обсяг товарообігу, рівень рентабельності тощо.

Особлива увага в цій методиці приділяється ключовим факторам успіху, до яких відносять фактори, які мають значний вплив, але самі піддаються незначному впливу. При цьому, треба відзначити, що відображати необхідно тільки ті ключові фактори успіху, які уможливлюють певне визначене позиціонування підприємства на ринку.

Маючи у своєму розпорядженні вимірювані показниками фактори успіху, менеджери матимуть змогу порівнювати поточну ефективність з ідеальною (за критеріями). Таким чином, ЗСП виступає таким собі засобом моніторингу і ефективним інструментом як поточного, так і стратегічного управління стратегії підприємства.

Проведене дослідження літературних джерел [1; 2; 3; 4; 5; 6; 7] свідчить про певну одностайність вчених – економістів щодо структури збалансованої системи показників. Переважна більшість дослідників обов'язково включають наступні складові: «фінанси», «клієнти», «внутрішні бізнес – процеси» та «якість та ріст персоналу». Разом з тим, думки вчених щодо кількості, назв та сутності часткових показників, які характеризують складові або перспективи ЗСП мають суттєві відмінності. На нашу думку, це пов'язано з різнохарактерністю об'єктів оцінки за допомогою ЗПС, різними цілями дослідження, галузевими особливостями підприємств, різними напрямками використання ЗСП як засобу управління або як засобу оцінки та моніторингу.

Тому, на наш погляд, при впровадженні ЗСП у формуванні стратегії розвитку підприємства встає нагальна потреба виокремити ті складові ЗСП, які відповідатимуть стратегічним цілям промислового підприємства та суттєво відтворюють наочність та специфіку наведених в них показників.

Для того, щоб правильно описати складові обраної ефективної стратегії розвитку за допомогою ЗСП, необхідно дотримуватися наступних критеріїв їх відбору [5, с. 396]:

- забезпечення зв'язку зі стратегією. Необхідно обирати ті показники, які відображають бажане позиціювання підприємства на ринку, які підкреслюють та відбивають напрямки реалізації обраної стратегії, а не є тільки засобом діагностики поточного стану підприємства;
- кількісне визначення. Тільки кількісне відображення отриманого результату в ході реалізації стратегії дає змогу ефективно оперувати отриманими даними, порівнювати з попереднім станом, оцінювати успіхи та невдачі, контролювати рух підприємства в обраному напрямку та своєчасно вносити корективи;
- доступність. Система інформування та ознайомлення повинна бути гнучкою та доступною, своєчасною та загальною;

Рис. 1 – Алгоритм формування стратегії розвитку з використанням збалансованої системи показників

- зрозумілість. Для ефективної реалізації стратегії кожен, хто приймає участь в цьому напрямку повинен розуміти стратегічні цілі розвитку підприємства та всі ті показники, які їх описують. Бо тільки той хто розуміє - володіє інформацією і може реально приймати рішення та нести відповідальність за виконання робіт;

- збалансованість та цілісність. Показники повинні бути у зв'язку між собою з одного боку та зі стратегією з іншого таким чином, щоб вони доповнювали один одного та покрашення одного показника сприяло покрашенню іншого;

- релевантність та адаптивність. Показники повинні бути пристосовані до зовнішніх та внутрішніх змін, повинні точно відображати процес реалізації стратегії та давати змогу у разі необхідності вносити корективи, проводити процес регулювання.

На підставі викладених вище положень нами розроблена логічна послідовність та алгоритм формування стратегії розвитку підприємства з використанням ЗСП, який відображено на рисунку 1.

Слід зазначити, що для забезпечення довгострокової реалізації стратегії, сформульованої з використанням ЗСП, і гарантування відповідної компетенції усередині підприємства, необхідно інтегрувати ЗСП у систему менеджменту.

Це дуже непросте завдання для існуючих українських промислових підприємств, адже архітектура стратегії - і тим самим збалансованої системи показників, як правило, несумісна з архітектурою існуючої системи менеджменту, яка в основному орієнтована на ієрархічну й функціональну структуру організації. До того ж системи керівництва, планування, звітності й обліку орієнтовані майже винятково на існуючу організаційну структуру.

Висновок. Для інтеграції системи ЗСП у систему керування сучасних промислових підприємств необхідні:

- контролінг, за допомогою якого перевіряється послідовне впровадження стратегічних заходів системи;
- інтеграція системи в стратегічне й оперативне планування для послідовної її адаптації до нової стратегії й точної трансформації операційних цілей і стратегічних заходів у річне планування й бюджетування;
- інтеграція в систему звітності для забезпечення поточного моніторингу досягнення цілей;
- інтеграція в систему керівництва персоналу для закріплення операційних цілей і стратегічних заходів і узгодження цілей з виконавцями.

При цьому необхідно враховувати, що концепція менеджменту ЗСП особливо тісно пов'язана з концепцією акціонерної вартості (Shareholder Value), з концепцією Європейської премії якості (European Quality Award - EQA) Європейського фонду управління якістю (European Foundation of Quality Management - EFQM), із системою мотивації й системою ризик-менеджменту.

Список літератури: **1.** *Малярець Л.М.* Збалансована система показників в оцінці діяльності підприємства. Монографія / Л. М. Малярець, А. В. Штереверя. – Харків: Вид ХНЕУ,2008.-180 с. (Укр.мов.) **2.** *Мізюк Б.М.* Основи стратегічного управління: Підручник. – Львів: Магнолія 2006, 2009. – 544с. **3.** *Івакіна І.* Збалансована система показників. –Х.: Фактор, 2007. – 176с. **4.**. Внедрение сбалансированной системы показателей/ *Horvath & Partners*; Пер. с нем. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. - 478 с. - (Серия «Модели менеджмента ведущих корпораций»). **5.** Сучасні концепції менеджменту: Навч. Посібник / За ред. д-ра екон. Наук, проф. *Л.І. Федулової.* – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 536 с. **6.** *Роберт С.Каплан, Дейвид П. Нортон* Сбалансированная система показателей [пер. с

англ.] – М.: ЗАО «Олимп – бизнес», 2003. – 210 с. **7.** *Томпсон А.А., Стриклен д А.Дж.* Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии: Учебник для вузов/ пер. с англ. Под ред. Л.Г. Зайцева, М.И. Соколовой. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 576с. **8.** *Шершньова З.Є.* Стратегічне управління: Підручник. — 2-ге вид., перероб. і доп. — К.: КНЕУ, 2004. — 699 с. **9.** *Головко Т.В., Сагова С.В.* Стратегічний аналіз: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / За ред. д-ра екон. наук, проф. М.В.Кужельного. — К.: КНЕУ, 2002. — 198 с.

Подано до редакції 01.04.2011

УДК 330.341.1

В.О. МАТРОСОВА, к.е.н., доц. НТУ «ХПІ»
О.Д. МАТРОСОВ, к.е.н., доц. НТУ «ХПІ»

СУТНІСТЬ ТА СКЛАДОВІ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ОСНОВА УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ

Управління та оцінка інноваційним потенціалом потребує визначення його поняття та складу. У статті уточнені поняття та складу інноваційного потенціалу, запропонована структура даної економічної категорії. Розглянуті питання взаємозв'язку та взаємозалежності структурних компонентів інноваційного потенціалу. Окремо надана характеристика елементів ресурсної складової інноваційного потенціалу.

Management and evaluation of innovative potential requires determination of its concept and composition. The article clarified the to the definition of innovation and capacity, the proposed structure of this economic category. The questions of interaction and interdependence of structural components of innovative capacity. Separately, the characteristics of the constituent elements of the innovation potential of the resource.

Ключові слова: Інноваційний потенціал, інноваційна діяльність, інноваційний процес, науково-технічний потенціал, освітній потенціал, інвестиційний потенціал, ресурс, сегмент.

Постановка проблеми. Економічне зростання, забезпечення сталого розвитку виробництва та підвищення рівня життя населення є найважливішими завданнями сучасної України. Провали в економіці та наслідки економічної кризи поставили країну на грань національної безпеки та виживання. У таких умовах перед Україною стоїть задача формування національної моделі розвитку, яка б сприяла ефективному використанню потенціалу та пошуку достойного місця у світовому співтоваристві. Забезпечення високих темпів та якості економічного розвитку базується на загальному підвищенні конкурентоспроможності та активізації інноваційних процесів. На розвиток економічної системи суттєво впливає розвиток інноваційного потенціалу. Поняття «інноваційний потенціал» стало концептуальним відображенням інноваційної діяльності. Оскільки при проведенні дослідження не було виявлено чіткого визначення поняття та складу інноваційного потенціалу, постала необхідність у формуванні цих базових питань з ціллю дієвого управління інноваційною діяльністю на підприємстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Поняття «потенціал» широко вико-

ристовується в економіці. У загальнонауковому контексті воно найчастіше пов‘язується з поняттями «сила» або «міцність» і тому термін «потенціал» традиційно застосовується для характеристики засобів, запасів, джерел або можливостей, які можуть бути використані для вирішення певного завдання або досягнення певної цілі у діяльності підприємства [1].

Наприкінці XX століття вийшло багато публікацій щодо різноманітних аспектів потенціалу і сформувалася теорія потенціалу економічних систем. В економічному контексті потенціал підприємства трактується по-різному: від надзвичайно вузького розуміння як річний обсяг виробництва, який можливий за умови повного використання виробничої потужності підприємства при існуючому організаційно-технічному рівні, як спроможність, внутрішній ресурс системи, енергія, які можуть бути мобілізовані для досягнення певних цілей за певних умов [2] і навіть до всеосяжних категорій – як соціально-економічна система [3].

Найбільш узагальнене тлумачення визначення поняття «потенціал підприємства» надає В.І.Хомяков: потенціал підприємства – це сукупність його можливостей у якій-небудь галузі для досягнення конкретних цілей [4].

Подальші дослідження в межах теорії потенціалу економічних систем призвели до розгляду окремих видів потенціалу: конкурентоспроможного, стратегічного, підприємницького, маркетингового, виробничого, людського, економічного, ринкового.

Своїми дослідженнями у питаннях інновацій та інноваційного потенціалу широко відомі такі російські вчені: Ю.В. Яковец, С.Ю.Глаз`єв, О.Н. Фолом`єв, В.І. Кушлін, В.О. Москвін, О.Н. Цвєтков, В.Д. Андріанов, П.Н. Завлін, А.В. Васил`єв, В.В.Горшков, Є.А. Кретова, Е.А. Уткін, Г.І. Морозова, Н.І. Морозова, О.І. Пригожин, Г.І. Жиц та інші.

Інноваційний потенціал представляється як «накопичена певна кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки і продукції» [5], або тлумачиться як «система чинників і умов, необхідних для здійснення інноваційного процесу» [6], що значно спрощує дійсність, а також звужує сферу вживання цієї важливої категорії.

У визначенні інноваційного потенціалу як «здатності різних галузей народного господарства виробляти наукоємну продукцію, що відповідає вимогам світового ринку» [7], ця категорія прив'язана до конкретного рівня (народне господарство), що також звужує сферу її вживання. Крім того, в цьому випадку з розгляду випадають організаційні інновації і инновації-послуги.

У цих і інших визначеннях інноваційного потенціалу, як правило, розкривається одна або декілька суттєвих характеристик даного явища. В одному випадку акцент переноситься на інституційні структури або засоби формування потенціалу, в іншому йде прив'язка до конкретного рівня (підприємство, національна економіка і так далі).

Таке визначення, як «інноваційний потенціал містить невикористані, приховані

можливості накопичення ресурсів, які можуть бути приведені в дію для досягнення цілей економічних суб'єктів» [8], також свідчить про наявність неоднозначності в розумінні суті інноваційного потенціалу. Дана обставина значною мірою ускладнює розробку практичних рекомендацій з формування і ефективного використання інноваційного потенціалу і, таким чином, негативно позначається на кінцевих результатах інноваційної діяльності.

Відмічене обумовлює необхідність проведення додаткового дослідження інноваційного потенціалу як об'єкту управління (оскільки не можна управляти тим, суть чого не розкрита або розкрита не повною мірою), при цьому уточненню насамперед підлягають зміст і класифікація інноваційного потенціалу.

Досить прозорими і повними в питаннях дослідження інноваційного потенціалу можна вважати висновки Г.І.Жиц [9]. На його думку, під інноваційним потенціалом розуміється кількість економічних ресурсів, які в кожен конкретний момент суспільство може використовувати для свого розвитку. Ці ресурси розподіляються між трьома основними секторами (сегментами, напрямками) макросистеми: науково-технічним, освітнім , інвестиційним. В результаті цього розподілу формуються: науково-технічний потенціал (сегмент або комплекс), освітній потенціал (сегмент або комплекс), інвестиційний потенціал (сегмент або комплекс). Сукупність названих сегментів складає інформаційну базу інноваційного потенціалу макросистеми.

При цьому підході доцільно вважати інноваційним потенціалом не всю кількість ресурсів, які суспільство передбачає використовувати для свого перспективного розвитку, а тільки ту їх частину, яка може бути використана для збільшення об'ємів або поліпшення якості кінцевого вжитку. При цьому слід мати на увазі, що динаміка кількісних і якісних показників вжитку повинна здійснюватися на користь споживачив, а не виробників. Слід зазначити, що існують значні проблеми, пов'язані з розділенням кінцевого споживання на індивідуальне (приватне) і колективне (суспільне), але в даному випадку важливішою є необхідність дотримання раціональних пропорцій між кінцевим і проміжним вжитком.

Науково-технічний сегмент інноваційного потенціалу забезпечує появу нового. Освітній сегмент робить можливим дифузію нового і його продуктивне використання. Інвестиційний сектор перетворює нове безпосередньо в інновацію. Таким чином, величина інноваційного потенціалу розраховується як сукупний підсумковий результат роботи трьох наступних сегментів інноваційного потенціалу: наука – освіта – інвестиції. Проте ця сума не гарантує здобуття необхідного результату методом прямого додавання, а визначається як середній результат їх взаємного впливу.

У виявленні суті інноваційного потенціалу не менш цікавий підхід С.І. Кравченко і І.С. Кладченко [10]. За їхньою думкою, поглиблений аналіз суті і змісту категорії «інноваційний потенціал» доцільно здійснювати, спираючись на змістовні категорії – «потенціал» і «інновація». Так, поняття «потенціал» походить від латинського слова «potentia», яке означає силу, потужність, можливість, здатність, що існує в прихованому вигляді і здатну виявитися при певних умовах. У певному сенсі – це

міра можливого прояву якої-небудь дії, якої-небудь функції. Інколи під «потенційною енергією» мають на увазі будь-яку енергію, яка міститься в системі в прихованому вигляді. У ширшому сенсі потенціал – це сукупність чинників, що є в наявності, і які можуть бути використані та приведені в дію для досягнення певної мети, результату.

Таким чином, поза прив'язкою до конкретної сфери, потенціал можна розглядати як здатність матерії переходити від можливості до реальності, від одного стану в інше (наприклад, від старого до нового) [10]. При цьому потенціал – це міра єдності досягнутого, яке може бути використане з певною метою, і можливого, тобто досяжного при певних умовах.

Сучасні українські автори визначають інноваційний потенціал «як сукупність елементів, які необхідні для вирішення певних виробничих проблем, і готовність суб'єкта господарювання до їх вирішення. Розрізняють інноваційний потенціал економічно-господарської системи, галузі, регіону та окремого підприємства. Інноваційний потенціал окремого підприємства залежить від його виду діяльності, інноваційної можливості, здатності та сприйнятливості до впровадження інновацій та його інноваційної активності.» [11].

Невирішені складові загальної проблеми. Незважаючи на достатність уваги до теоретичних та практичних питань інноваційного потенціалу існуюча інформація не містить системного характеру, має дискретний та неоднозначний характер. Найчастіше інноваційний потенціал ототожнюють з науково-технічним потенціалом. У визначенні інноваційного потенціалу розкривається одна або кілька суттєвих характеристик даного явища.

Формування цілей статті. Невирішені питання теоретичних досліджень обумовлюють необхідність проведення додаткового дослідження інноваційного потенціалу як об'єкту управління, оскільки неможливо управляти тим, сутність чого не розкрита або розкрита не у повному обсязі. Ціллю даної статті є уточнення поняття та складу інноваційного потенціалу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Категорію «інноваційний потенціал» можна трактувати як здібність системи до трансформації фактичного порядку речей в новий стан з ціллю задоволення існуючих або нових потреб (суб'єкта-новатора, споживача, ринку і тому подібне). Ефективне використання інноваційного потенціалу робить можливим перехід від прихованої можливості до явної реальності, тобто з одного стану в інше, від традиційного до нового.

Потенціал – це не просто показник, який характеризує стан об'єкту (системи), а категорія, яка одночасно відображує сутність методологічних основ безлічі реальних процесів і явищ. Саме такий підхід дає можливість адекватно відображати не лише ту або іншу ситуацію, ті або інші стосунки, але і процеси, тенденції їх розвитку і, таким чином, ефективність функціонування економічної системи в цілому. Інноваційний потенціал – це економічна категорія, яка характеризує здібності системи до зміни, поліпшення, прогресу.

Структура інноваційного потенціалу може бути представлена єдністю трьох його складових, які співіснують взаємно, передбачають і обумовлюють один одного і виявляються при використанні як його триєдина сутність: - ресурсною; - внутрішньою; - результативною.

Ресурсна складова інноваційного потенціалу є свого роду «плацдармом» для його формування. Вона включає наступні основні компоненти, що мають різне функціональне призначення: матеріально-технічні, інформаційні, фінансові, людські і інші види ресурсів. Ресурсна складова має базовий характер, тому буде доречним розглянути кожний її елемент окремо:

1. Матеріально-технічні ресурси, які є речовою основою, визначають техніко-технологічну базу потенціалу, яка згодом впливатиме на масштаби і темпи інноваційної діяльності. У свою чергу саме вони формуються в галузях, що виготовляють засоби виробництва, які шляхом вживання нових технологій закладають в них потенційні можливості, що реалізуються або не реалізуються згодом.

2. Інформаційний ресурс, наступна компонента ресурсної складової, – це такі її активні форми як бази знань, моделі, алгоритми, програми, проекти і так далі. Подібно до ферменту переводить матеріальні чинники з латентного стану в активний. Даний вигляд ресурсів, на відміну від інших, практично невичерпний. З розвитком суспільства і активізацією використання знань запаси інформаційного ресурсу не зменшуються, а навпроти, збільшуються. При цьому цей вид ресурсів не самостійний і сам по собі має лише потенційне значення, лише об'єднавшись з іншими ресурсами – досвідом, працею, кваліфікацією, технікою, технологією, енергією, сировиною, він з'являється у «кінетиці» як рухова сила інноваційного потенціалу.

3. Фінансові ресурси входять до складу ресурсної складової інноваційного потенціалу як органічна єдність готівкових ресурсів і невикористаних можливостей їх альтернативного вкладення. Таким чином, вони характеризуються сукупністю джерел і запасів фінансових можливостей, які є у наявності і можуть бути використані для реалізації конкретних цілей і завдань. При цьому об'єм фінансових ресурсів відображує фінансову потужність, здатність системи брати участь у створенні матеріальних благ і надання послуг.

Фінансові ресурси, окрім функції забезпечення, виконують і страхову функцію, безпосереднім чином дублюючи, а також вимірюючи у грошових одиницях матеріально-технічні, інформаційні, людські та інші ресурси, що входять до складу інноваційного потенціалу. Таким чином, значення цього ресурсу неоднозначне. З одного боку, через свою обмеженість він змушує шукати більш економічний варіант, виходити з того, що є, інтенсифікувати використання наявних чинників, тобто приводить в рух всю систему. З іншої – його лімітований характер може загальмувати або погасити формування і реалізацію самого інноваційного потенціалу. Проте, одне залишається безперечним – цей вигляд ресурсів безпосереднім чином (якісно і кількісно) впливає на інноваційний потенціал.

4. Людський ресурс (капітал, чинник) є наступною компонентою ресурсної

складової інноваційного потенціалу, який не просто виконує забезпечуючу функцію, як всі попередні, а виступає головною креативною силою, оскільки все народжується саме в головах людей. Це сукупність проінвестованих суспільно доцільних виробничих і загальнолюдських вмінь, знань, здібностей, якими володіє людина, які їй належать, невіддільні від неї і практично використовуються у повсякденному житті. Важливим є те, що вказана компонента має безпосередній вплив не лише на ресурсну складову інноваційного потенціалу, але і на внутрішню і особливо результативну.

Другою складовою інноваційного потенціалу є внутрішня складова – так званий «важиль», який забезпечує дієздатність і ефективність функціонування всіх попередніх елементів. В цілому, вказана складова характеризує можливість цілеспрямованого здійснення інноваційної діяльності, тобто визначає здатність системи на принципах комерційної результативності залучати ресурси для ініціації, створення і поширення різного роду новин. Таким чином, внутрішню складову можна охарактеризувати через процеси створення і впровадження нового продукту, забезпечення взаїмозв`язку новатора як з наукою, що надає прогресивні ідеї, так і з ринком, споживаючим готовий продукт, а також методи і способи управління інноваційним процесом.

Вказана складова є досить складною і важливою, і тому для детального її аналізу окремі автори пропонують використовувати структурно-інституційний і функціональний підходи. При цьому структурно-інституційний підхід вичленяє структуру інноваційної діяльності з точки зору системи інституційних суб'єктів, що її здійснюють, а також економічні зв'язки із зовнішніми для неї сферами – наукою і виробництвом. Функціональний підхід виявляє тимчасові закономірності інноваційного процесу – виробництво інноваційного продукту, його обмін, розподіл, вжиток і відновлення циклу інноваційного процесу, за яке і відповідає внутрішня складова інноваційного потенціалу.

Третьою складовою інноваційного потенціалу є результативна складова, яка виступає віддзеркаленням концевого результату реалізації наявних можливостей у вигляді нового продукту, отриманого в ході здійснення інноваційного процесу. Таким чином, вона – свого роду цільова характеристика інноваційного потенціалу.

Важливість цієї складової і доцільність відособленого виділення підтверджується тим, що її збільшення, у свою чергу, сприяє розвитку останніх складових (наприклад, ресурсної). Іншими словами, результативна складова є результатом кількісної і якісної зміни, несе в собі потенційні можливості виводу на новий рівень функціонування як інноваційного потенціалу, так і системи в цілому.

Тісний взаємозв'язок ресурсної, внутрішньої і результативної складових інноваційного потенціалу визначає необхідність виявлення на практиці їх оптимального співвідношення, виходячи з ролі і значущості, яку вони грають у формуванні і розвитку потенціалу. Так, наприклад, незначна питома вага ресурсної складової, як правило, обумовлена більшим значенням якісних змін, чим кількісними. При цьому обмеженість необхідних ресурсів часом і простором може бути повністю або частково

подолана інтенсифікацією їх використання, вживанням нових методів організації процесу, пошуком нових джерел їх залучення. Існує певна межа відхилення величини складових інноваційного потенціалу від оптимального рівня. Тобто подальша зміна якого-небудь елементу спричиняє за собою або зниження віддачі від нього самого, або зменшення ефективності функціонування останніх елементів, оскільки всі вони існують в системній єдності.

Охарактеризувати досліджуваний об'єкт можна шляхом виділе-ння різних його видів за допомогою класифікації. Проте відносно інноваційного потенціалу слід зазначити, що неоднозначність і складність даної категорії ускладнює виділення незалежних його видів і, таким чином, робить неможливим формування чіткої єдиної класифікації. Необхідно відзначити, що повне перерахування всіх можливих видів інноваційного потенціалу у вигляді класифікації, найбільшою мірою співпадаючого з реальністю і поставленим завданням, неможливе. Кожен регіон або підприємство само (у залежності від призначення і умов функціонування) має право формувати власну класифікацію, найбільшою мірою близьку до реальності та поставлених завдань.

Висновки. Теорія інноваційного потенціалу як основи інноваційної діяльності не має на цей час системного характеру та чіткої структури. Досі не існує остаточного визначення «інноваційного потенціалу», який міг би бути прийнятий за основу. Склад цього базового поняття також має різні авторські тлумачення та спірний характер. У статті запропоновано визначення «інноваційного потенціалу», як загальної економічної категорії, надана його структурна характеристика. Окремо розглянуті елементи ресурсної складової інноваційного потенціалу.

Теоретичні та методологічні положення інноваційного потенціалу потребують подальшого дослідження та поглибленого вивчення матеріалу попередніх досліджень. Ціллю подальшої роботи має стати розробка методологічної концепції інноваційного потенціалу як основи управління інноваційною діяльністю.

Список літератури: **1.** Бизнес: Оксфордский толковый словар. Англо-русский. – М.: Прогресс-академия, РГГУ, 1995. – 734с. **2.** *Ромашова И.* Инновационный потенциал предприятия / И.Ромашова. – Режим доступа: // http://www.birzhaplus.ru/print.php?9566. **3.** *Клейнер Г.Б.* предприятие в нестабильной экономической среде: риски, стратегия, безопасность / *Клейнер Г.Б., Тамбовцев В.Л., Качалов Р.М.* – М.: Экономика, 1997. – 286с. **4.** *Хомяков В.І.* Формування конкурентоспроможності підприємницького потенціалу підприємства (теоретичні аспекти) / *В.І.Хомяков, Т.Г.Вяткіна, П.С.Вяткін* // Прометей. Рег.зб.наук.праць з економіки. Вип.1(19). – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, ЛТД», 2006. – С.163-166. **5.** *Данько, М.* Инновационный потенциал в промышленности Украины / *М. Данько* // Экономист. – 1999. – № 10. – С. 26 – 32. **6.** *Николаев, А.И.* Инновационное развитие и инновационная культура / А.И. Николаев // Наука и наукознание. – 2001. – № 2. – С. 54– 65. **7.** Рынок: Бизнес. Коммерция. Экономика : толковый терминологический словарь / сост. В.А. Калашников ; под общ. ред. А.П. Дашкова. – 4-е изд., испр. и доп. – М. : Маркетинг, 1998. – С. 131. **8.** *Кокурин Д.И.* Инновационная деятельность / *Д.И. Кокурин*. – М. : Экзамен, 2001. – С. 111. **9.** *Жиц Г.И.* Инновационный потенциал / *Г.И. Жиц.* – Саратов : Сарат. гос. техн. ун-т, 1999. **10.** *Кравченко С.И.* Исследование сущности инновационного потенциала / *С.И. Кравченко, И.С. Кладченко* // Научные труды Донецкого национального технического университета. Серия экономическая. – Донецк : ДонНТУ, 2003. – Вып. 68. – С. 88 – 96. **11.** *Каюда О.П., Колесніченко В.Ф.* Інноваційна діяльність: від оцінки привабливості до інвестиційного забезпечення. Монографія. Харків: ХНЕУ, 2009. – 276 с.

Подано до редакції 01.04.2011

УДК 330.342.001.36

О.В. НИКИФОРОВА, к. э. н., доцент, ХНЭУ, Харьков
А.С. ЯСТРЕБОВА, к. э. н., доцент, ХНЭУ, Харьков

НЕРАВНОМЕРНОСТЬ И ЦИКЛИЧНОСТЬ КАК ОСНОВНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ[1]

Показана актуальность рассмотрения кризиса как обязательной стадии цикла экономического развития. В качестве основных детерминант развития современных социально-экономических систем, отвечающих за усугубление кризиса, рассмотрены неравномерность и цикличность.

The urgency of considering the crisis as an obligatory stage of the economic development cycle is shown in article. Unevenness and cyclicity are considered as the main, responsible for worsening the crisis, determinants of the development of modern socio-economic systems.

Ключевые слова: неравномерность, цикличность, нелинейность, социально-экономическая система, фазы цикла, кризис, рецессия.

Введение. Характерными особенностями конца XX – начала XXI века являются сменяющие друг друга экономические, социальные и финансовые кризисы. Так, сегодня не только Украина, но и более устойчиво развивающиеся страны Европы пытаются оправиться от последствий ставшего глобальным финансово-экономического кризиса 2008 года. Кризис повлиял на соотношение курсов валют, в том числе доллара, гривны, рубля и евро, процентные ставки, стоимость кредита и ипотеки, инвестиции, объемы экспорта и импорта, мировой спрос на энергоносители, инфляцию, занятость населения, рынок недвижимости и т.д. В некоторых странах число жителей, находящихся за чертой бедности, достигло рекордных пределов, уровень жизни населения упал.

Экономическая наука оказалась бессильной перед лицом глобального финансово-экономического кризиса, что сместило фокус актуальных исследований в сторону изучения закономерностей кризисных явлений, выявления причин и предпосылок их возникновения, исследования их масштабов и периодичности.

Постановка проблемы. Несмотря на пристальное внимание, прикованное к вопросам формирования кризисов, в экономических исследованиях часто упускается из виду тот факт, что кризис является обязательной фазой цикла, которую проходит каждая социально-экономическая система на пути своего развития. Таким образом, кризисы в развитии социально-экономических систем (далее СЭС) неизбежны. Ключевым вопросом становится не предотвращение кризиса как такового, а контроль за его течением и сокращение его разрушительных последствий.

[1] Исследование выполнено в рамках украинско-российского научно-исследовательского проекта «Модели оценки неравномерности и циклической динамики социально-экономического развития регионов Украины и России», который осуществляется по результатам конкурса НАН Украины и РГНФ-2010 (проект №1-10/10-02-00716а/U/)

В данном контексте внимание следует сместить на те особенности современных социально-экономических систем, которые определяют глобальность кризисов последнего времени. Речь идёт о неравномерности и неоднородности, нелинейности и циклической динамике развития СЭС.

Методология исследования. Методологическую базу исследования составляют работы отечественных и зарубежных ученых, посвященные циклической динамике развития социально-экономических систем, неравномерности и нелинейности развития СЭС.

Результаты. Согласно [1, 2], социально-экономическая система определяется как целостная совокупность взаимосвязанных и взаимодействующих социальных и экономических институтов (субъектов) и отношений между ними, возникающих в ходе распределения, перераспределения и потребления материальных и нематериальных ресурсов, а также производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг. Наибольший интерес в разрезе изучения цикличности и неравномерности развития территорий вызывают, прежде всего, региональные социально-экономические системы.

Необходимо отметить, что тема социально-экономической неравномерности развития СЭС является одной из наиболее обсуждаемых в мире. Политики, экономисты и социологи всё чаще говорят об асимметрии регионального развития [5-6], росте неравномерности развития территорий [7-9], дивергенции [10-11], дифференциации и несбалансированности [1, 2] развития стран и регионов. Все эти термины применяются для описания ситуации подобия роста отдельных элементов, формирующих социально-экономическую систему региона, страны, мира и ведущих к негативным тенденциям, угрожающим целостности системы в целом. Именно поэтому неравномерность развития рассматривается как основной фактор дестабилизации и коренных изменений в картине мирохозяйственных связей. Доминирующая сегодня теория несбалансированного развития предполагает, что без государственного регулирования рынок объективно увеличивает региональные расхождения в силу цикличности и самоорганизации рыночного механизма, что закрепляет высокое развитие одних регионов и слабость других [3]. Различия уровня оплаты и условий труда в развитых, развивающихся и слаборазвитых странах приводит к потокам нерегулируемой миграции, что вызывает невиданный перелив трудовых ресурсов. Результаты работы [12] дают еще более интересную картину: для Европы на основе эмпирических данных доказана положительная взаимосвязь темпов роста ВВП на душу населения стран и роста регионального неравенства в них.

По данным А.А. Акаева, В.А. Садовничего [13] 20% населения мира, формирующие так называемый «золотой миллиард» и сосредоточенные менее чем в 30 странах мира, потребляют 85% всех производимых в мире товаров и услуг. При этом соотношение между доходами двадцати самых богатых и самых бедных стран, согласно приведенным в [13] данным, достигает уровня 40 к 1.

Российские ученые основным фактором дестабилизации экономической и социальной ситуации в своей стране видят усиление фрагментарности и поляризованности развития территорий России. В частности Соколовский М. В. подчеркивает, что особую значимость для России приобретает решение проблем неравномерности регионального развития и сокращения контрастов в социально-экономическом положении регионов, прежде всего, на базе формирования эффективной пространственной структуры экономики страны при соблюдении баланса интересов всех регионов России [8].

С экономической точки зрения проблемы неравномерности регионального развития можно интерпретировать следующим образом: кто-то больше вкладывает в общую копилку, а кто-то больше из этой копилки берет. Кроме «экономической несправедливости», такая ситуация приводит к существенным различиям уровня и качества жизни в различных регионах страны, искажает процесс национальной самоидентификации, усиливает общую разобщенность населения, а также вес этнических и политических противоречий.

Как и в России, современный этап развития экономики Украины характеризуется структурными диспропорциями регионального развития, проявляющихся в несбалансированных темпах роста групп регионов-доноров и регионов-реципиентов, несбалансированных темпах роста экономической и социальной сфер различных регионов [1]. По мнению авторов работы [3] существенные региональные диспропорции сегодня превратились в главный тормозящий фактор обеспечения высоких темпов экономического роста на всей территории государства.

Так, неоднородность экономического развития регионов косвенно можно оценить по показателю привлекательности инвестирования. Капитальные инвестиции по регионам Украины за 2009 г. распределены явно неравномерно (коэффициент вариации по среднеквадратическому отклонению составляет 105%). Такая структурная неоднородность в инвестировании полностью поддерживается на уровне региональной «отдачи»: коэффициент вариации по показателю валового регионального продукта (ВРП) в 2009 г. составил 105%. Различия в ВРП на душу населения в Украине являются значительными – коэффициент вариации для 2009 г. равен 56% [4].

Во многом ситуация гипертрофированности негативных проявлений неравномерности развития территорий в Украине и России имеет общие черты и причины возникновения. Так, Российская Федерация имеет максимальную площадь в мире, Украина же является самой крупной страной, территория которой полностью находится в Европе. Такие размеры территорий обуславливают значительное удаление и, как следствие, обособление регионов. Ввиду особенностей перераспределения межрегиональных трансфертов и наличия некоторых запаздываний финансовых потоков в региональных СЭС; разделения труда в региональном разрезе, которое не всегда является эффективным; территориального размежевания ресурсного потенциала и энергобазы наблюдаются неравномерность, диспропорции в социально-экономическом развитии регионов, что приводит к неравновесному состоянию

экономической системы в целом. Усугубляет неравномерность тот факт, что Россия и Украина имеют явную сырьевую специализацию регионов, крайне низкую конкурентоспособность несырьевых отраслей, слабую и несовершенную финансовую систему, сильную ее зависимость от мировых товарных и финансовых рынков. Таким образом, процесс усиления неравномерности несет в себе угрозы для территориальной целостности этих стран.

Необходимо отметить, что неравномерное развитие территорий является важной детерминантой социального неравенства, т. е. неравенства между индивидами [10]. Естественно в большинстве стран мира, в том числе и в Украине, и в России, существуют программы социального выравнивания, помощи малообеспеченным, адресных социальных льгот и так далее. Однако этого зачастую недостаточно для преодоления разрыва, порождаемого различным экономическим развитием территорий. Когда бедными оказываются не отдельные люди, а целые территории, стимулировать предпринимательскую активность, настроить людей на преодоление внешних воздействий даже психологически, не говоря об экономических факторах, становится слишком трудно. Кроме того, полноценную политику перераспределения и выравнивания доходов может позволить себе только достаточно «богатое» государство (примером может служить Франция, Швеция). При более низком уровне средних доходов, характерном для Украины и России, перераспределение финансовых средств и дотирование населения менее благополучных регионов вызывает негодование и обострение социальной напряженности в сравнительно более благополучных регионах. Также во многих странах фиксируется привыкание к дотационности, и, как следствие, снижение экономической и деловой активности, что еще более усиливает различия в темпах развития регионов [10, 4].

Кроме того, в период застоя и спада закономерным выбором правительства становится создание «точек роста», получение существенного прироста эффективности от концентрации производства, т.е. действий, противоречащих задаче социально-экономического выравнивания территорий [10,4]. Усиление внимания к вопросам равномерности регионального развития происходит в период экономического благоденствия и роста.

Таким образом, неравномерность развития регионов приводит к:

–замедлению общенационального экономического роста, обусловленному необходимостью направления части ресурсов на региональное выравнивание, а не на стимулирование приоритетных направлений развития;

– повышению социальной напряженности в обществе;

– усилению дезинтеграционных процессов;

– формированию угрозы региональных кризисов;

– не возможности проведения единой экономической и социальной политики;

– снижению эффективности использования потенциала межрегионального и приграничного сотрудничества;

– к усложнению решения экологических и других общенациональных проблем [11, 4].

Поэтапное уменьшение уровня территориальной дифференциации экономического развития и социального обеспечения граждан принадлежит к приоритетным задачам государственной региональной политики Украины [3] .

Баланс между социальной справедливостью и общегосударственной эффективностью является наиболее сложным вопросом формирования региональных программ в современном мире. А именно в этом вопросе наиболее ярко проявляется связь между современными тенденциями неравномерности и цикличности развития социально-экономических систем. Проблемы, возникающие в связи с неравномерностью развития регионов, усиливаются в периоды экономических кризисов, а иногда и порождают их.

Так, несколько лет назад мировая экономика столкнулась с глобальным финансово-экономическим кризисом небывалой глубины. По сути, мировая экономика новейшего времени – это последовательно сменявшие друг друга финансово-экономические кризисы, которые взяли свое начало еще в XIX веке с падения Венской фондовой биржи и продолжились в конце 20-х г.г. прошлого века Великой депрессией. В конце XX века, начиная с кризиса на фондовой бирже США, прокатилась волна кризисных явлений, вовлекших все большее число стран. Последние годы кризисы представляли собой непрерывную цепочку, достигшую апофеоза в 2008 г., ознаменованном глобальным финансово-экономическим кризисом.

Недостаточное внимание ученых к экономике кризиса повлекло за собой наличие определенного вакуума в вопросах изучения причин кризисных явлений. Безусловно, экономическая наука в последние годы оперировала такими понятиями, как «нестационарная среда», «нелинейная экономическая динамика», «системный подход», однако причины кризисных явлений, их связь с циклической природой экономических показателей, обуславливаемых нелинейностью процессов в экономике, факторы цикличности, которые могли бы стать маркерами кризисов, закономерности развития кризисов в социально-экономических системах не рассматривались. Именно сложность социально-экономических систем, нелинейность, свойственная большинству из них, обусловила наличие скачков или волнообразных изменений в экономике и финансах. А систематические кризисные явления, скачки, бифуркации ведут к наступлению глобальных катастроф. Поэтому данные вопросы требуют более тщательного анализа.

Пытаясь выявить причины возникновения кризисов в сложных СЭС, экономисты еще в первой половине XX века обратили внимание на периодичность возникновения подобных явлений. Была выдвинута гипотеза о наличии четкой последовательности изменений экономических процессов, заключающихся в чередовании спадов и подъемов в развитии СЭС. Получила развитие теория экономических циклов, обязанная своему рождению таким ученым как К. Кларк, У. Митчелл, К. Маркс, Н. Д. Кондратьев, Й. Шумпетер и многим другим.

Исходя из теории экономических циклов, динамика изменения показателей СЭС носит нелинейный характер и состоит из накладывающихся друг на друга и на общую тенденцию роста волн различной длины и периодичности, отражающих повторяющиеся временные циклы.

Наиболее упоминаемыми в научной литературе являются четыре вида циклов [13-16]:

– длинные волны Кондратьева, длительностью 45-60 лет (главные движущие силы – научно-технический прогресс, вызывающий структурные изменения в социально-экономических системах, технические волны);

– ритмы Кузнеца (15-25 лет, связаны с особенностями циклов инвестирования в оборудование производственного назначения, а также здания и сооружения, зачастую упоминаются просто как «строительные циклы»);

– среднесрочные циклы Жугляра (7-11 лет, «инвестиционные циклы», связаны с колебаниями ВВП, занятости и инфляции);

– и краткосрочные циклы Китчина (2-4 года, циклы, связанные с колебанием запасов, «деловые» или «коммерческие» циклы).

Поздеев В.Л. описывает цикл как чередование положений активного равновесия, определяемых подъемом или спадом деловой активности системы [15]. В целом, под экономическим циклом понимают определенный повторяющийся для экономической системы порядок состояний системы (фаз цикла). Классическим является подход, базирующийся на выделении основных четырех фаз: рецессии, депрессии, оживления и подъема (рис. 1).

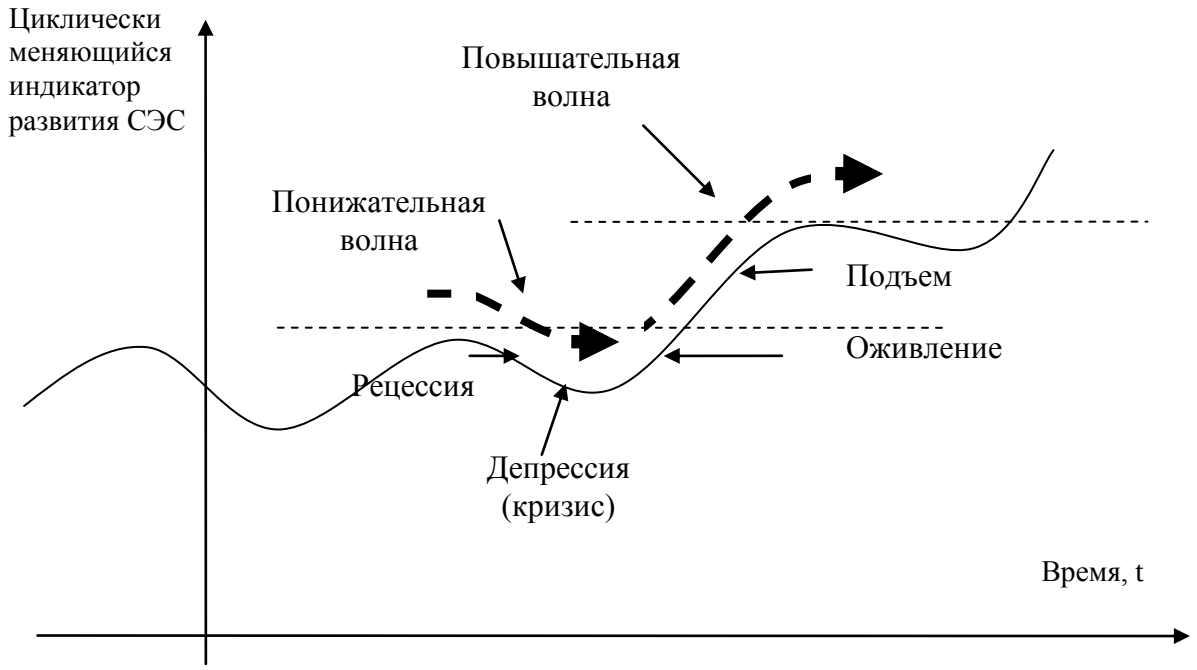

Рис. 1. Фазы экономического цикла

Менее популярной, но удобной для определенных исследований является двухфазная модель цикла, в рамках которой выделяют только спады и подъемы в динамике развития СЭС. Существует и более подробное дробление фаз (шестифа-

зовая модель цикла, предполагающая большую детализацию возрастающей и спадающей части волны, отражающей цикл).

Классическая четырехфазная модель цикла [13-14, 16]:

1. Фаза рецессии (спада, сжатия рынка, собственно кризис) – состояние экономической системы, которое предполагает ухудшение основных показателей социально-экономического развития СЭС, начало «понижательной» волны развития. Эта фаза характеризуется снижением уровня деловой активности, что выражается в резком сокращении уровня производства и неполной загрузке производственных мощностей, снижении покупательной способности промышленных предприятий, финансовых организаций и домохозяйств, росте безработицы, череде банкротств, росте ссудного капитала.

Фаза рецессии зачастую рассматривается как период, оздоравливающий экономику. В условиях обострения конкурентной борьбы на рынке остаются наиболее сильные игроки, предприятия вынуждены снижать себестоимость производимых товаров и услуг, оптимизировать производственные процессы. Рецессия обостряет конкуренцию, но способствует модернизации производства. В стадии рецессии или, другими словами, кризиса заключаются его основные черты: с возникновением кризиса заканчивается один период развития экономики и начинается другой. Без кризиса не было бы и цикла. Взаимодействие кризисов и циклов подчеркивается в таких работах как [13-14, 16].

2. Фаза депрессии (дно) – фаза некой стабилизации, локального равновесия, когда достигается наиболее глубокая точка падения. Данная фаза может длиться достаточно долго. Дальнейшего ухудшения ситуации не происходит, но и источников улучшения ситуации нет. При кризисе перепроизводства на этой фазе начинается рассасывание товарных запасов, стабилизируются цены и устанавливаются новые условия хозяйствования.

Зачастую фазы рецессии и депрессии объединяют общим термином «понижательная волна». Фазы оживления и роста, соответственно, формируют вторую волну цикла – «повышательную».

3. Оживление (рост, стадия расширения) – постепенный выход из кризиса. Сопровождается восстановлением доверия на рынке.

Условное окончание стадии оживления обычно относят ко времени достижения экономикой предкризисного уровня.

4. Подъем (рост, бум, экспансия) – фаза ускоренного экономического развития, продолжение «повышательной» волны развития экономики. Возникает масса новых товаров, предприятий, выражено растут капиталовложения, стабилизируются курсы ценных бумаг. Открытие новых предприятий ведет к росту рабочих мест и снижению безработицы, возрастанию доходов и покупательной способности населения, что увеличивает потребительский спрос и ведет к еще большему росту производства – раскручиванию экономической спирали. На данной стадии фиксируется повышение уровня и качества жизни населения. Однако скачкообразное улуч-

шение состояния СЭС ведет к повтору цикла, за очередным повышением приходит следующий спад.

В целом первопричиной циклического характера развития экономики является противоречия между стратегиями производителей и потребителей благ. Типичные кризисы XX века связаны с перепроизводством на отдельных товарных рынках. Динамика раскручивания цикла выглядит в этом случае следующим образом. Рост производства товаров или услуг при постепенно затухающем спросе приводит к ситуации перепроизводства. Предприятия продолжают в силу инерции наполнять рынок всё большим количеством невостребованных продуктов, что ведет к стремительному падению цен. В результате – предприятия закрываются или сокращают производственные мощности, идет череда увольнений, снижение оплаты труда. Домохозяйства вынуждены сокращать расходы, поскольку нет работы, а, следовательно, и доходов. Спрос на товары падает еще больше, что еще более усложняет положение предприятий и т.д.

Еще одной типичной для XXI века причиной кризисообразования является разрыв между финансовым и реальным сектором экономики. Можно рассматривать данный кризис как перепроизводственный – перепроизводство специфического товара – денег (капитала).

В условиях экономического спада обостряется ситуация внутри стран, на свет выходят застарелые проблемы, вопросы давно требующие решения. Для Украины последний финансово-экономический кризис обнажил проблему узкой диверсификации развития части регионов-доноров, и застарелой региональной неоднородности и неравномерности развития, высокой зависимости от внешних рынков сбыта при неразвитости собственного рынка.

Выводы. В случае наложения периодов спада на различных уровнях иерархии и в рамках волн различной периодичности кризисы СЭС протекают в более тяжелой форме. Неоднородностть и неравномерность развития территорий, являющиеся главными особенностями современности, накладывают отпечаток на углубление и увеличение продолжительности фазы рецессии в общей динамике развития СЭС, делают кризисы поистине глобальными.

Список литературы: **1.** *Клебанова Т. С.* Модели пространственной кластеризации социально-экономического развития регионов / *Т. С. Клебанова, Л. С. Гурьянова* // Економичні проблеми та перспективи розвитку житлово-комунального господарства на сучасному етапі: Матеріали II міжнародної науково-практичної конференції. – Харк. нац. акад. міськ. госп-ва; - Х.: ХНАМГ, 2010. – с. 277-282. **2.** Адаптивные модели в системах принятия решений: Монография / Под ред. *Н. А. Кизима, Т. С. Клебановой.* – Х.: ИД «Инжек», 2007. – 368 с. **3.** Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-єкономічного розвитку: монографія / [за заг. ред. З. С. Варналія]. – К. : Знання України, 2005. – 398 с. **4.** www.ukrstat.gov.ua **5.** ***Ревенко А.*** Асимметрия регионального развития / Зеркало недели, май 2006. - №18(597). **6.** Сацик В. І. Антициклічне регулювання за умов глобалізації : Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.01.01 / Київ. нац. екон. ун-т ім. В.Гетьмана. — К., 2006. — 18 с. **7.** *Красильников О.Ю.* Неравномерность развития структурных сдвигов в экономике регионов / Современные макроэкономические процессы: тенденции и противоречия. Саратов: Приволж. книж. изд-во, 2002. С. 38 – 48 с. **8.** Соколовский М.В. Неравномерность регионального развития: особенности проявления и направления преодоления : Автореферат дис. канд. экон. наук :

08.00.05 : Кемерово, 2004. - 209 с. **9.** *Перов АВ.* Неравномерность экономического развития как проблема при кластерообразовании // Взаимосвязь национального и региогального воспроизводства: вопросы теории и практики: Межвуз. сб. науч. тр. / Под ред. БД. Бабаева. -Иваново: Иван. гос. ун-т, 2007. **10.** Филип Мартин География неравенства в Европе / журнал SPERO - №9. – 2008. **11.** *Раевнева Е.В.* Статистический анализ неравномерности развития регионов Украины / Е. В. Раевнева, О. А. Гейман, А. Ю. Бобкова // БизнесИнформ. – №4(2). – 2009. – с. 125-129. **12.** Crozet M., Koenig P. The cohesion vs growth tradeoff: Evidence from EU regions (1980-2000). – Mimeo, University of Paris I, 2005. **13.** О новой методологии долгосрочного циклического прогнозирования динамики развития мировой системы и России / А.А. Акаев, В.А. Садовничий // Прогноз и моделирование кризисов и мировой динамики. — М.: ЛИБРОКОМ, 2009. С. 5-69. **14.** *Шумпетер, Й.* Теория экономического развития - М. : Прогресс, 1982 . - 455 с. **15. Поздеев** В. Л. Методология экономического анализа циклических колебаний в развитии хозяйствующих субъектов : автореф. дис. На соискание ученой сетпени доктора екон. наук: 08.00.12 - Йошкар-Ола, 2008. - 50 с. **16.** Яковец Ю. В. Циклы. Кризисы. Прогнозы - М. : Наука, 1999 . - 448 с.

Подано до редакції 05.04.2011

УДК 338.2:346.12

Ф.В. АБРАМОВ, к.е.н., НТУ“ХПИ”, Харьков

ФАКТОРЫ ДИНАМИКИ ЗАПРЕТИТЕЛЬНОГО ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

В данной статье рассматриваются факторы динамики запретительного законодательства. Показано, что основным фактором динамики запретительного законодательства является уровень издержек соблюдения запретительного законодательства.

In with paper we study the determinants of dynamics of prohibition law. It is found that the main determinant of dynamics of prohibition law's costs.

Ключевые слова: формальные правила, культурные нормы, эффект безбилетника.

Введение. В каждом обществе существуют товары и услуги потребление и производство которых осуждается обществом. Производство некоторые из этих товаров также запрещено действующими в обществе формальными правилами (формальные правила, полностью запрещающие либо частично ограничивающие производство и распространение отдельных товаров и услуг, мы далее будем называть запретительным законодательством).

Несовпадение морально-этических норм части населения с требованиями действующих формальных правил может стать причиной возникновения нелегального рынка запрещенных товаров и ряда других негативных явлений. Наличие негативных последствий, к которым может привести введение запретительного законодательства, побуждает ряд исследователей говорить о необходимости смягчения запретительного законодательства либо, в отдельных случаях, об его полной отмене [1-3], что противоречит точки зрения большинства исследователей [4, 5].

Постановка задачи. Целью данной статьи является выявление факторов динамики запретительного законодательства.

Результаты исследования. Для выявления факторов определяющих динамику запретительного законодательства нам необходимо выделить все стороны, чьи интересы, так или иначе, затрагиваются данным законодательством.

Прежде всего, введение запретительного законодательства отражает интересы той части населения, которая выступает против производства и распространения запрещаемого товара — сторонников запретительного законодательства. Причины, по которым данная сторона выступает за запрет отдельных товаров, могут быть различны, но, как правило, мотивы противников производства и распространения запрещаемого товара носят не экономический характер и обусловлены доминирующими культурными нормами.

Следующей стороной, чьи интересы непосредственно затрагиваются введением запретительного законодательства, являются потребители запрещенных товаров и услуг. Морально-этические нормы данной группы допускают производство и потребление запрещенного товара, что не совпадает с соответствующими нормами остальной части населения и требованиями действующего законодательства. В результате этого, несмотря на наличие законодательного запрета, в обществе продолжает существовать ненулевой спрос на запрещенные товары. Последней стороной, чьи интересы затрагивает введение запретительного законодательства, являются производители подпадающих под запрет товаров и услуг. Из изложенного видно, что изменение запретительного законодательства затрагивает интересы следующих сторон: сторонников запретительного законодательства, производителей запрещенного товара и потребителей данного товара.

При дальнейшем анализе факторов динамики запретительного законодательства нам необходимо будет учитывать следующие факторы: соответствие положений запретительного законодательства интересам заинтересованной стороны, относительные размеры заинтересованной стороны и ее организованность. Очевидно, что после введения запретительного законодательства названные факторы не остаются неизменными, однако для их изменения требуется определенное время. Поэтому мы будем рассматривать два временных периода после введения запретительного законодательства: переходной период — период непосредственно после изменения запретительного законодательства, когда заинтересованные стороны только приспосабливаются к нововведениям, и стационарный период — период, когда все заинтересованные стороны успели адаптироваться к произошедшим изменениям законодательства.

В начале переходного периода введение запретительного законодательства приводит к тому, что законопослушные производители запрещенного товара прекращают его производство и уходят с рынка. При наличии спроса на запрещенный товар (т.е. в случае когда морально-этические взгляды определенной части населения не совпадают с действующим законодательством) их место начинают занимать нелегальные производители данного товара. В стационарном периоде криминализация отрасли завершается, и на рынке присутствуют только нелегальные производители.

Криминализация отрасли и другие сопутствующие ей негативные последствия запретительного законодательства приводят к возникновению дополнительных издержек соблюдения требований запретительного законодательства, обусловленных дополнительными расходами на содержание правоохранительных органов, ростом числа преступлений связанных с потреблением запрещенного товара, ухудшением здоровья потребителей запрещенных товаров из-за низкого качества нелегальной продукции и т. д.

Следует обратить внимание на то, что, в отличие от положительных последствий (сокращение производителей запрещенного товара), негативные последствия (криминализация отрасли) введения запретительного законодательства начинают проявляться только после завершения переходного периода и, следовательно, все последствия введения запретительного законодательства могу быть оценены в полной мере только в стационарном периоде. Рассмотрим теперь, как будут изменяться выше названные факторы после введения запретительного законодательства.

На первый взгляд, нелегальные производители запрещенных товаров и услуг более всего заинтересованы в легализации предлагаемых ими товаров, а ограниченная численность нелегальных производителей и их организованность будут только способствовать достижению данной цели. Однако подобное утверждение будет справедливо только в самом начале переходного периода, когда рассматриваемая отрасль представлена преимущественно законопослушными производителями, вынужденными сворачивать свое производство. К концу переходного периода количество производителей сокращается вследствие ухода с рынка законопослушных производителей. Оставшиеся нелегальные производители, как правило, стремятся получить полный контроль над поставками запрещенного товара на определенной территории. Следовательно, можно утверждать, что введение запретительного законодательства приводит к монополизации отрасли. Таким образом, законодательный запрет производства и распространения отдельных товаров обеспечивает нелегальным поставщикам монопольные прибыли. Поэтому после завершения переходного периода в интересах нелегальных производителей запрещенных товаров будет сохранение законодательного запрета на производство данных товаров.

Несмотря на то, что запретительное законодательство непосредственно ущемляет интересы потребителей запрещенных товаров (как в переходном, так и в стационарном периоде), у данной заинтересованной стороны имеется меньше всего возможностей для отмены введенного ранее запретительного законодательства, даже в том случае если численность данной группы возрастает (за счет новых поколений, чьи культурно-этические нормы не совпадают с доминировавшими ранее неформальными правилами). Данная ситуация может быть объяснена тем, что потребители запрещенных товаров являются наименее организованной из всех выше названых групп. Действительно, потребление запрещенных товаров осуждается обществом, а в некоторых случаях является уголовно наказуемым. Поэтому потребитель запрещенного товара пытающийся отстоять свои интересы сталкивается с высокими мораль-

ными издержками осуждения общества либо высокими штрафными санкциями. Все это приводит к тому, что после принятия запретительного законодательства эффект безбилетника для данной группы проявляется значительно сильнее, чем для других заинтересованных групп.

Если в двух предыдущих случаях можно было однозначно показать, будет ли в стационарном периоде запретительное законодательство соответствовать интересам рассматриваемой заинтересованной стороны, то в случае сторонников запретительного законодательства ответ на данный вопрос зависит от уровня издержек соблюдения требований запретительного законодательства.

Если на начальном этапе введение запретительного законодательства полностью соответствует интересам сторонников запретительного законодательства, то по мере завершения переходного периода также завершается и процесс криминализации данной отрасли и все более явно начинают проявятся негативные последствия введения запретительного законодательства. Поэтому, в стационарном периоде, соответствие положений запретительного законодательства интересам данной заинтересованной стороны зависит от соотношения издержек соблюдения запретительного законодательства и издержек легализации — издержек, обусловленных наличием отрицательных внешних эффектов от легализованного потребления запрещенных ранее товаров и услуг.

Рост издержек соблюдения запретительного законодательства может стать причиной отказа сторонников запретительного законодательства от своих прежних требований, если издержки соблюдения запретительного законодательства будут превышать издержки легализации.

Как видно из рассмотренного выше ни потребители, ни производители запрещенного товара не могут быть инициаторами отмены запретительного законодательства. Единственной стороной, которая, в стационарном периоде, может стать инициатором отмены запретительного законодательства является сторона, инициировавшая его принятие — сторонники запретительного законодательства. Но даже в тех случаях когда полная либо частичная отмена запретительного законодательства соответствует интересам данной заинтересованной стороны, существуют факторы, препятствующие отмене запретительного законодательства.

Основная причина, по которой противники производства и распространения запрещаемого товара могут продолжать настаивать на сохранении запретительного законодательства, несмотря на наличие негативных последствий вызванных данным законодательством, заключается в том, что культурные нормы, побуждавшие сторонников запретительного законодательства настаивать на его введении, относительно постоянны и медленно изменяются с течением времени, что существенно препятствует его реформированию. Также, негативные явления являющиеся следствием законодательного запрета тех или иных товаров далеко не очевидны [4-6] и могут не ассоциироваться членами общества с введением запретительного законодательства. Кроме того, негативные последствия введения запретительного законода-

тельства распределяются среди всего общества и могут быть недооценены противниками производства и распространения запрещенного товара.

Выводы. Неорганизованность потребителей запрещенных товаров, с одной стороны, и отсутствие у производителей заинтересованности в легализации производства запрещенных товаров приводят к тому, что единственной группой способной инициировать полную либо частичную отмену запретительного законодательства является группа, инициировавшая его введение. Основным же фактором, определяющим динамику запретительного законодательства после его принятия, является уровень издержек соблюдения запретительного законодательства.

Список литературы: **1.** *Lee L.W.* Would Harassing Drug Users Work? / *L.W. Lee* // Journal of Political Economy. – 1993. – Vol. 101, № 5. – P. 939-959. **2.** *Moore M.* Policies to Achieve Discrimination of the Effective Price of Heroin / *M. Moore* // American Economic Review. – 1973. – Vol. 63., № 2. – P. 270 — 277. **3.** *Eatherly B.J.* Drug-law Enforcement: Should We Arrest Pushers or Users? / *B.J. Eatherly* // Journal of Political Economy. – 1974. – Vol.82., № 1. – P. 210 — 214. **4.** *Becker G.* Rational Addiction and the Effect of Price on Consumption / *G. Becker, M. Grossman, K.M. Murphy* // The American Economic Review. – 1991. – Vol. 81., № 2. – P. 237-241. **5.** *Becker G.* A Theory of Rational Addiction / *G. Becker, K.M. Murphy* // Journal of Political Economy. – 1988. – Vol. 96. – P. 675-700. **6.** *Donohue J.J.* The Impact Of Legalized Abortion On Crime / *J.J. Donohue III, S. D. Levitt* // The Quarterly Journal of Economics. – 2001. – Vol.116, №2. – P. 379–420. **7.** *Foote C.L.* The Impact Of Legalized Abortion On Crime: Comment / *C.L. Foote, C.F. Goetz* // The Quarterly Journal of Economics. – 2008. – Vol.123, №1. – P. 407–423. **8.** *Donohue J.J.* Measurement Error, Legalized Abortion, And The Decline In Crime: A Response To Foote And Goetz / *J.J. Donohue III, S. D. Levitt* // The Quarterly Journal of Economics. – 2008. – Vol.123, №1. – P. 425–440.

Подано до редакції 07.04.2011

УДК 330.12:339.1

М.В. ШИПІЛОВА, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ НА ПРОВАЛИ РИНКУ НА ПРИКЛАДІ РЕГУЛЮВАННЯ ЗОВНІШНІХ ЕФЕКТІВ

Стаття присвячена впливу соціального капіталу на добробут суспільства через регулювання позитивних та негативних екстерналій. В роботі показано, яким чином відбивається наявність соціального капіталу на провалах ринку: підсилюються позитивні зовнішні ефекти та зменшуються негативні.

The article is devoted to the impact of social capital to the market failures. This effect is shown on the positive and negative externalities cases. It's stated that social capital can enforce positive external effects and decreases negative ones.

Ключові слова: соціальний капітал, провали ринку, позитивні екстерналії, негативні екстерналії, добробут.

Вступ. Провали ринку були і залишаються невирішеною частиною проблем практичної ринкової економіки. Це стосується перш за все проявів негативних зовнішніх ефектів в економічній діяльності та недооцінки позитивних зовнішніх ефектів, викликаних діяльністю економічних суб'єктів. Особливо гостро питання ефекту

таких дії щодо третіх осіб (якими може бути і все суспільство) постає в ринкових економіках, які продовжують формуватися під впливом багатьох різноспрямованих факторів. До таких факторів відносяться як світові процеси глобалізації, так і локальні процеси реформації національних економік. З одного боку, є завдання інтегруватися в світове співтовариство, з його більш соціально орієнтованим ринком, з іншого – необхідно спочатку сформувати ефективний ринковий механізм в межах національних умов існування. Одночасне вирішення зазначених проблем є надскладним і потребує уваги з боку сучасних дослідників ринкових відносин.

Попередники в особах учених Дж. С. Міля, А. Пігу, Р. Коуза, М.Олсона, Дж. Стигліца та багатьох інших доклали до вирішення проблеми провалів ринку (і екстерналій зокрема) вагомий внесок. Вони керувались положеннями економічних шкіл, до яких належать, а також тими аспектами, що виходили на перший план в різні періоди розвитку ринкової економіки. На сучасному етапі актуальність поставленної проблеми не зникає, а урізноманітнюються та розвиваються підходи щодо її вирішення.

Методологія. Напрямками, що тримають одні з лідируючіх позицій в економічній науці сучасності виступають неокласична теорія а також інституціоналізм. Неоклассика, з одного боку, відповідає консервативному предмету економічної теорії, інституціоналізм, з іншого – динамічно змінюваним умовам економічної реальності, для розуміння яких міждисциплінарний підхід є дуже важливим. Саме ними ми користуємося для дослідження феномену соціального капіталу і його впливу на добробут суспільства.

Результати дослідження. В попередніх дослідженнях нами вже було зазначено, що наявність соціального капіталу обумовлює такий тип поведінки людини у відповідності з прийнятими нормами, що не призводить до втрат інших учасників соціально-економічних відносин [3]. Відбувається навіть протилежне: людина свідомо віддає частину ефекту від своєї діяльності іншому суб'єкту, який може не мати жодного відношення до створення ефекту. Але таким чином відбувається зростання добробуту другой сторони без значних втрат першої. В умовах інформаційної економіки, економіки знань такі процеси передачі «ефектів» стосуються перш за все саме інформації та знань. Хоча не виключається можливість передачі інших цінностей нематеріального і матеріального характеру.

При такій передачі індивідом своєї інтелектуальної, фізичної енергії, свого часу іншим учасникам спільноти, не уникнути поступок безпосередніми власними інтересами особи (через обмеженість людських можливостей). Для того, щоб збільшити рівень реалізації суспільних інтересів, треба відволікти зусилля від реалізації власних інтересів, відмовитися від дій на їхню користь. І навпаки, для реалізації індивідуальних інтересів, маємо відмовлятися від реалізації певної частки суспільних.

Як було відзначено вище, причиною таких дій людини в групі є створюване в організаціях (групах) суспільне благо у вигляді розділених відносин взаємного визнання та взаємодопомоги. Останні зменшують для індивіда рівень невизначеності,

створюють певні переваги та вигоди, тобто підвищують рівень добробуту. Суспільним благом, що створює такий ефект в групі людей є соціальний капітал. Йому в цьому сенсі притаманні наступні ознаки суспільного блага: 1) невиключеність: неможливо або складно (потребує додаткових витрат) виключити особу з числа тих, хто «споживає» це благо; 2) неконкурентність: кожен новий споживач не повинен сплачувати за це благо [5]. При цьому за рахунок створення даного суспільного блага підвищується, як вже було зазначено раніше, рівень добробуту індивіду, групи осіб та суспільства.

М. Олсон, аналізуючи (малі) групи, доводив, що вони можуть існувати та забезпечувати себе суспільними благами за відсутності примусу через те,що «в малих групах кожен суб'єкт (або принаймні один з них) бачить, що його особистий виграш від надання колективного блага перевищує загальні витрати від надання колективного блага; існують індивіди, становище яких поліпшиться від надання колективного блага, навіть якщо вони самі будуть змушені сплачувати усі витрати на це» [4, С. 42].

На нашу думку, дію соціального капіталу як суспільного блага розділеного в суспільстві, можна розповсюдити також на рівень окремих ринків та національної економіки в цілому.

Для цього вважаємо за доцільне використати концепцію «провалів ринку» та зовнішніх ефектів (позитивних та негативних екстерналій).

Тож, за визначенням провали ринку є ситуаціями, коли ринковий механізм не може забезпечити ефективного розміщення та використання ресурсів. Тобто рушійні сили ринку призводять до зниження рівня добробуту в суспільстві. Ми сконцентруємося на кількох показових прикладах провалів ринку для того, щоб наочно продемонструвати позитивний вплив соціального капіталу.

Перш за все, звернімо увагу на зовнішні ефекти. Позитивні або негативні екстерналіі є, відповідно, додатковими вигодами чи втратами від обміну, що отримує третя сторона, яка не брала участі в обміні. Ці екстерналії також визначаються як непрямі витрати або переваги від споживання чи виробництва товарів та послуг, не включені в ціну.

Прояв зовнішніх ефектів вперше виявив та описав ще Дж. С. Міль. За його думкою, освіта, отримана людиною, «не тільки сприяє розвиткові особистості та фахівця, а й стимулює суспільство до руху шляхом цивілізації, до отримання віддачі у вигляді наукових розробок та досягнень» [3]. Тобто, благо, отримане однією людиною для індивідуального задоволення власних потреб, надає третім особам (і суспільству) позитивний ефект.

Пізніше проблемою переймалися А. Пігу, Р. Коуз, Р. Кутер та інші вчені. Так, Р. Коуз стверджував, що при невеликих трансакційних витратах і специфікованому праві власності ринковий механізм спрацює автоматично і зовнішні ефекти інтерналізуються у внутрішні шляхом встановлення домовленості між контрагентами [2]. Але виявилось, теорема, запропонована Р. Коузом, є актуальною тільки за умови невеликої кількості учасників угоди. Якщо кількість суб'єктів угоди збільшується, тра-

нсакційні витрати різко зростають. І це призводить до неможливості встановлення домовленостей та інтерналізації ефектів. Тому на сучасному етапі досліджень доцільно виявляти, за рахунок чого можна мінімізувати величину сукупного збитку.

Нагадаємо, що зовнішні ефекти з'являються і у випадку виробництва, і за умови споживання товарів та послуг. Використовуючи неоклассичний граничний підхід до проблеми, зовнішні ефекти можна показати за допомогою таких понять як граничні приватні витрати (MPC) – витрати фірми на виробництво товару (прямі й непрямі, змінні та постійні тощо), що покладені в основу ринкової ціни; та граничні суспільні витрати (MSC) – вартість, яку реально сплачує суспільство за виробництво даного товару, включаючи негативні екстерналії. Графічно взаємозв'язок між наведеними категоріями може бути ілюстрований наступним чином (Рисунок 1):

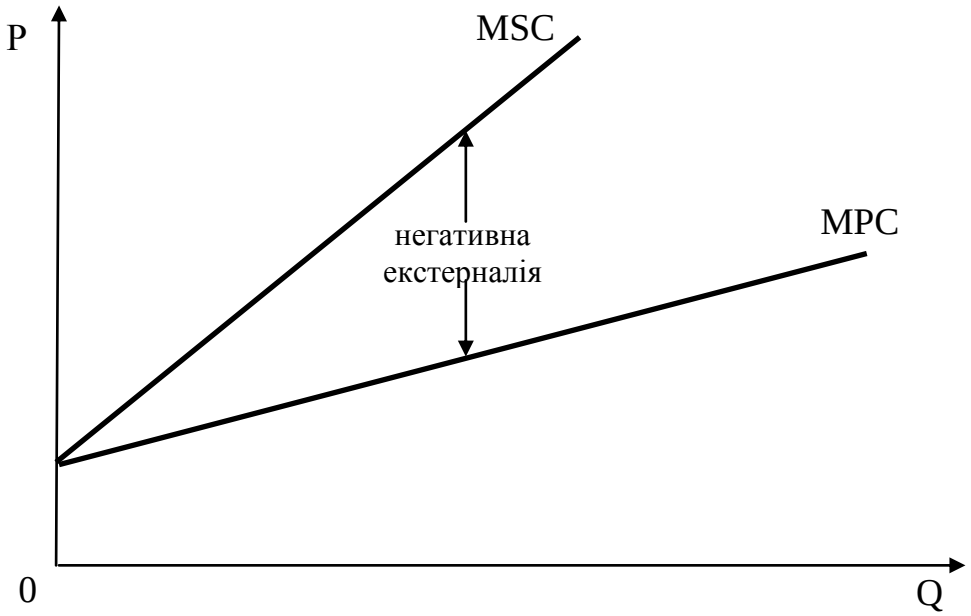

Рис. 1. – Взаємозв'язок між приватними витратами виробництва,суспільними витратами виробництва та негативними екстерналіями

Як правило, екстерналії зростають разом з обсягами виробництва, але якщо екстерналії фіксовані, то лінії приватних та суспільних граничних витрат виробництва будуть паралельні, і відстояти одна від одної на величину негативних екстерналій.

Типовим прикладом негативного зовнішнього ефекту є забруднення річкової води та прилеглого ґрунту шкідливими відходами виробничої діяльності місцевого заводу. Окрім суспільних втрат, викликаних безпосередньо забрудненням (загибель риби, нестача питної води, хвороби місцевого населення), з'являються ще й витрати по очищенню води, та ліквідації наслідків забруднення.

Позитивний зовнішній ефект у виробництві може бути викликаний переробкою відходів у нові товари, тобто, безвідходним виробництвом, яке зменшує навантаження на зовнішнє природне середовище.

З точки зору споживання, екстерналії можуть бути показані через співвідношення категорій граничних приватних переваг (MPB), що показують рівень задово-

лення індивідуальних потреб (тобто корисність від споживання товару) і виражаються в максимальній сумі грошей, що готові сплатити споживачі за певну кількість товару; та граничних суспільних переваг (MSB), що на додачу до граничних приватних переваг містять в собі позитивні екстерналії.

Наприклад, вакцинація кожного індивіда окремо створює позитивний ефект не тільки для нього, а також для оточуючих осіб, оскільки зводить до мінімума небезпеку захворіти для спільноти в цілому, і, відповідно, зменшити витрати на ліки в подальшому. Людина ж, що палить, своїм індивідуальним споживанням створює негативний вплив на оточуючих, створюючи передумови для захворювань легень тощо серед некурців. Це є проявом негативної екстерналії в споживанні.

Зазвичай, чим більше благ споживають індивіди, тим більші додаткові ефекти, тому графічна інтерпретація виглядає наступним чином:

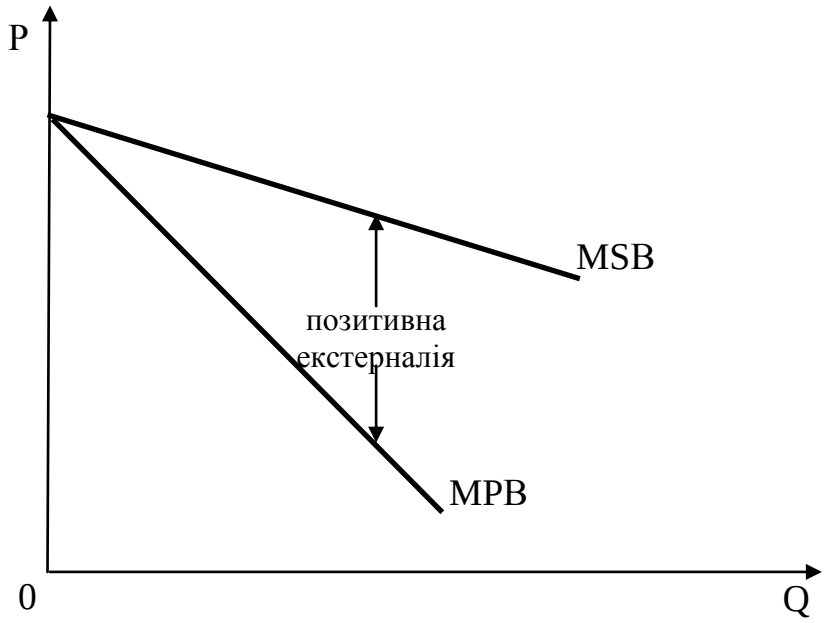

Рис. 2. – Взаємозв'язок між приватними та суспільними перевагами від споживання та позитивними екстерналіями

Щоб проаналізувати ринок на предмет додаткових втрат та переваг суспільства, ми суміщаємо графіки, що відображають обидві сторони обміну: споживачів (що орієнтуються в своїх рішеннях на власні граничні переваги) та виробників (для яких орієнтиром є граничні приватні витрати).

Якщо для спрощення моделі ми припустимо, що на ринку немає позитивних екстерналій (тобто приватні та суспільні переваги співпадають (MPB=MSB), то ситуація виглядає наступним чином: максимізація добробуту досягається за умови, коли граничні суспільні витрати виробництва дорівнюють граничним суспільним перевагам. Графічно ці умови показані в точці перетину ліній MSC та MSB (точці Y з координатами P_1 (ціна, що враховує суспільні втрати) та Q_1 (обсяг за відповідної ціни).

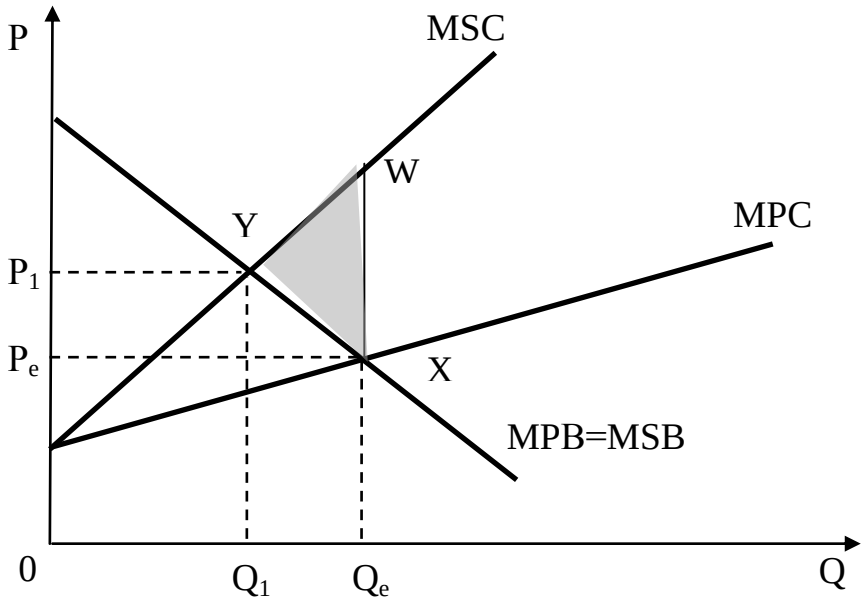

Рис. 3. – Негативні екстерналії та трикутник втрат добробуту

Ринкова конкуренція ігнорує вплив негативних екстерналій, тому рівновага на конкурентному ринку відображається точкою X з координатами P_e (рівноважна ціна) та Q_e (рівноважний обсяг). Але за такого обсягу зростають негативні екстерналії до рівня WX. І, враховуючи виграш суспільства від більш низької ціни, чисті втрати добробуту складають величину, що заключена в площі трикутника XWY. То є величина втрат суспільства через ігнорування негативних екстерналій.

Щодо впливу соціального капіталу як специфічного суспільного блага, то він постає в тому, що: по-перше, соціально відповідальний бізнес, учасники якого є носіями соціального капіталу, поводиться таким чином, щоб зменшити негативні зовнішні ефекти; по-друге, індивіди-носії соціального капіталу добровільно погоджуються сплачувати більшу ціну для їх же зменшення. Тобто, дії кожної сторони спільно направлені на підвищення добробуту суспільства через скорочення втрат добробуту. Наприклад, підприємства інвестують в екологічно-лояльне виробництво, а споживачі направлено купують товари таких підприємств навіть за більшої, ниж звичайна ринкова ціна. Або в ціну товару включений благодійний внесок на вирішення однієї з нагальних проблем суспільства. Графічно це може бути продемонстровано наступним чином:

На малюнку показано, що у зв’язку з наявністю в суспільстві соціального капіталу, механізм дії якого був описаний вище, негативні екстерналії ринку зменшуються з величини XW до величини $X_{SC}W_{SC}$, а чисті втрати добробуту суспільства через прагнення індивідів лише власного задоволення зменшились з величини XWY до величини, обмеженої трикутником $X_{SC}W_{SC}Y$. Певно, що в залежності від рівня накопичення соціального капіталу, точка рівноваги може зміщуватись по-різному, але саме у напрямку до соціального оптимуму (Y).

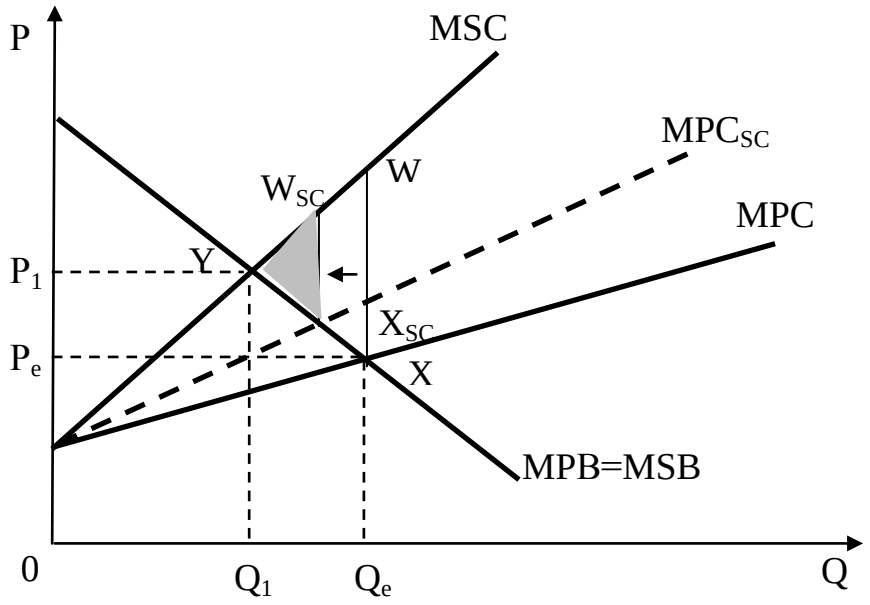

Рис. 4. – Вплив соціального капіталу на зменшення втрат добробуту

При цьому соціальний капітал проявляє саме властивості суспільного товару, невиключеність (якщо більшість населення цілеспрямовано поводиться саме таким чином, то кожен член суспільства почувається більш захищеним і заможним) та неконкурентність (жоден не сплачує за те, щоб користуватися перевагами соціального капіталу в тому чи іншому суспільстві).

Така ж ситуація з впливом соціального капіталу на підвищення суспільного добробуту через збільшення позитивних екстерналій. Графічна інтерпретація наведена на рисунку нижче:

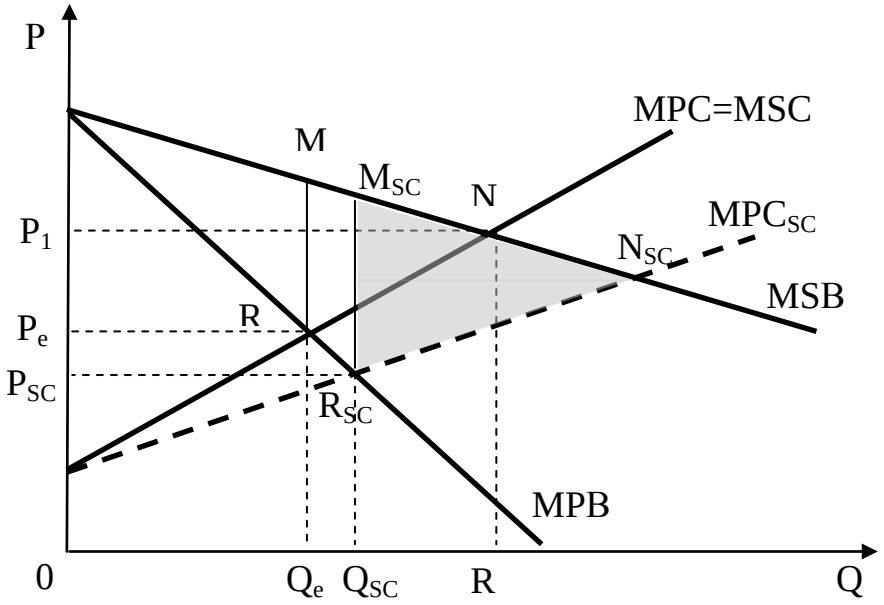

Рис. 5. – Позитивні екстерналії та зростання добробуту під впливом соціального капіталу

Припускаючи, що в даному випадку негативні екстерналії не проявляються і граничні приватні витрати дорівнюють граничним суспільним витратам

(MPC=MPS), розглянемо ситуацію, за якої ринок може досягти максимізації добробуту на більш високому рівні (MSB=MSC).

Перш за все, зазначимо, що, за умов ігнорування ринком позитивних екстерналій, на ньому спостерігається недовиробництво та недооцінка обмінюваного товару (точка рівноваги на перетині приватних граничних витрат та граничних приватних вигод, точка R з координатами Q_e та P_e). В точці соціально оптимальної рівноваги N обсяг та ціна більші (Q_2 та P_2). Трикутником MNR показано загальне перевищення суспільних переваг над суспільними витратами.

За умови наявності соціального капіталу виробники розширюють виробництво таким чином, що рівноважний обсяг зростає, а рівноважна ціна знижується для товарів, що мають позитивний вплив на суспільство в цілому (ті ж вакцини, наприклад). На графіку це можна показати поворотом лінії граничних витрат за годинниковою стрілкою. Внаслідок таких змін пропозиції відбувається підвищення позитивних екстерналій від величини MR до величини $M_{SC}R_{SC}$ і, відповідно, зростання чистих суспільних переваг від величини MNR до величини $M_{SC}N_{SC}R_{SC}$.

Для зниження негативних зовнішніх ефектів пропонуються перш за все методи, що стосуються безпосереднього державного втручання: від заборони на виробництво та використання деяких благ, введення акцизного збору на «шкідливі» товари, інтерналізації, створення ринку прав на виробництво негативних екстерналій до соціальної антиреклами [6]. Так само, як для стимулювання позитивних екстерналій - державне субсидіювання виробників, що створюють продукцію з позитивними екстерналіями, державні трансферти та пільги суб'єктам, що в процесі споживання породжують позитивні ефекти, фінансове заохочення до споживання «корисних» товарів та інвестування у створення позитивних екстерналій, соціальна реклама тощо [Там же].

Висновки. На нашу думку, окрім зазначених заходів, на державному рівні необхідно створювати передумови для формування та підвищення рівня соціального капіталу. Саме наявність даного суспільного блага може мати мультиплікаційний ефект у зростанні позитивних та зменшенні негативних екстерналій.

Створення та підтримка державою відповідних інституцій (наприклад, місцевих громад самоврядування, житлових комітетів, неурядових організацій), а також управління розвитком перш за все освітньої сфери являють собою першочергові завдання для формування певного високого рівня соціального капіталу в суспільстві.

Список літератури: 1. *Архієреєв С., Шипілова М.* «Сутність соціального капіталу індивіду з позицій неоінституціональної та неокласичної економіки»//Социальная экономика. - №1. – 2010. – С. 145-159. **2.** *Коуз Р*. Фирма, рынок, право / Пер. с англ. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с. **3**. *Милль Дж. С*. Основы политической экономии. Т. 3. / Пер. с англ.; Под общ. ред. член.-кор. АН СССР А.Г. Милейковского. – М.: Изд-во Прогресс, 1981. – 447 с. **4**. *Олсон М*. Логіка колективної дії. Суспільні блага і теорія груп/ Переклад з англ. післямова С. Слухая. – Київ: Лібра, 2004. – 272 с. **5.** *Стиглиц Дж. Ю*. Экономика государственного сектора/ Перевод с англ. − М.: МГУ, ИНФРА-М. 1997. – 720 с. **6.** *Ткаченко Н.О*. Державне регулювання екстерналій// www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/ Vzuk/2009_19/51_57.pdf

Подано до редакції 07.04.2011

УДК 65.012

Н.М. ПОБЕРЕЖНА, ст.викл., НТУ «ХПІ», Харків

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ

В роботі розглянуто проблеми розвитку галузі машинобудування та розкрито питання використання методичного підходу до оцінки виробничого потенціалу

We consider the problem of mechanical engineering and disclosed the use of methodical approach to assessing production potential

Ключові слова: розвиток, виробничий потенціал, класифікація ресурсів, оцінка потенціалу, алгоритм розрахунку.

Введення. У цей час ринкова економіка країни поставила перед машинобудівними підприємствами принципово нові завдання. Складність і висока динамічність процесів, що відбуваються на ринку машинобудівної продукції, обумовлюють необхідність ретельного контролю й аналізу ситуації в зовнішньому й внутрішньому середовищі кожного промислового підприємства, уміння передбачити виникаючі проблеми.

В умовах, що створилися, об'єктивна оцінка виробничих можливостей машинобудівних підприємств, а також параметрів і характеристик їх виробничого потенціалу мають велике значення для прийняття своєчасних економічних, технічних і соціальних рішень, як для поточного, так і для перспективного розвитку галузі.

Постановка завдання. Проведені дослідження дають можливість стверджувати, що сучасні методи й підходи до оцінки виробничого потенціалу підприємств і фірм, що існують у науково-практичних розробках, досить обмежені й потребують відповідних доповнень і змін.

Методологія. Методологічною основою дослідження є системний підхід до оцінки виробничого потенціалу машинобудівних підприємств і ефективності його використання на підґрунті теоретичних і методичних основ економіки й управління підприємствами; теорії потенціалу підприємств, ситуаційного аналізу, економічного та фінансового аналізу.

Результати дослідження. Як було зазначено в Державній програмі розвитку машинобудування на 2006 – 2011 роки, метою Програми є створення конкурентоспроможного машинобудівного комплексу, здатного в умовах інтеграції та глобалізації розв'язувати завдання щодо забезпечення основних секторів реальної економіки інноваційно-ефективною продукцією власного виробництва, а також збільшення обсягу її експорту. Але сьогодні машинобудівні підприємства зіткнулися з рядом складностей, які не дають змогу для активного розвитку їх виробничого потенціалу.

До основних проблем в галузі машинобудування на наш погляд відносяться:

- недостатня платоспроможність споживачів продукції;
- недосконалість механізму середньо- та довгострокового кредитування виробників і споживачів продукції та високі ставки кредитування (Вартість кредитних ресурсів, досягає 18 - 20 відсотків річних. Оскільки середня рентабельність галузі становить 10 відсотків, то користуватися кредитними ресурсами можуть лише деякі підприємства. Це зумовлює малі обсяги інвестування, відсутність оборотних коштів, а отже - неповне використання можливостей для розвитку, низьку конкурентоспроможність, високу кредиторську заборгованість);
- недостатня ефективність механізму часткової компенсації вартості складної техніки та фінансового лізингу;
- нерозвинутість інфраструктури ринку (відсутність реального моніторингу, дистриб'юторської системи, фірмового технічного обслуговування);
- невідповідність галузі та структурування підприємств умовам вільної конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринку, насамперед щодо здатності швидко створювати і освоювати серійне виробництво конкурентоспроможної продукції;
- застарілість основних фондів, низький їх технічний рівень, відсутність обладнання, придатного до переналагодження без значних витрат для впровадження ресурсозберігаючих технологій;
- низький кадровий потенціал;
- повільна адаптація підприємств машинобудування до роботи в ринкових умовах.

До глобальних та специфічних національних проблем, які оточують українські машинобудівні підприємства, здійснюють на них вплив і потребують врахування при складанні ефективної стратегії розвитку цих підприємств можна віднести:

А) Природно – ресурсна складова:

- вичерпання власних запасів паливно-енергетичних ресурсів;
- залежність економіки від подорожчання паливно-енергетичних ресурсів;
- висока енергоємність і низька енергоефективність економіки;
- висока залежність від імпорту паливно-енергетичних ресурсів.

Б) Науково – технологічна складова:

- відставання від провідних країн світу в переході до нового технологічного укладу;
- уповільнення науково-технічного прогресу.

В) Економічна складова:

- низький рівень конкурентоспроможності економіки;
- низький рівень економічних свобод;
- низький рівень свободи підприємництва;
- високий податковий тягар, відсутність реформ і складність податків;
- невисокий рівень привабливості для прямих іноземних інвестицій;

- низький рівень кредитоспроможності й висока вірогідність дефолту;
- низька диверсифікованість експорту.

Г) Екологічна складова:

- зміна клімату та глобальне потепління;
- низький рівень використання поновлюваних джерел енергії;
- відсутність цілеспрямованої політики в області екології [1].

Таким чином, бачимо, що керівникам, засновникам та менеджерам вищого рівня машинобудівних підприємств при розробці майбутніх стратегічних напрямків розвитку необхідно враховувати вищезгадані проблеми, проводити дослідження ринку, конкурентів та потреб споживачів з метою виявлення впливу зовнішнього середовища та формувати високоефективний потенціал підприємства, здатного забезпечити конкурентоспроможність організації.

Багатоцільовий характер діяльності сучасних машинобудівних підприємств потребує дослідження особливостей кожної цілі, її змісту, ролі, взаємозв'язків та взаємовпливу. М. Х. Мескон вважає, що будь - яка організація ставить перед собою цілі в чотирьох основних сферах, відповідно до умов, яким організація має задовольняти для досягнення успіху [**Ошибка! Источник ссылки не найден.**, с.48 – 50]: виживання; результативність; ефективність; продуктивність.

Безумовно, виживання не декларується як найважливіша мета діяльності організації, адже воно не відображує жодного досягнутого результату, а лише засвідчує факт існування організації. У той же час, не можна не визнати, що існування є необхідною умовою для досягнення будь-яких результатів діяльності організації.

Інші три сфери постановки цілей діяльності підприємства – результативність, ефективність і продуктивність – вже пов'язані з досягненням певного важливого для організації результату. При цьому, на думку Пітера Друкера, результативність є слідством того, що «робляться вірні справи» (doing the right things), тоді як ефективність є слідством того, що «справи робляться вірно» (doing things right) [2, с.48]. Іншими словами, результативність відображає співвідношення отриманого результату й поставленої мети, відповідаючи на запитання, якою мірою її досягнуто, а ефективність відображає абсолютне співвідношення отриманих результатів і витрати на їх отримання, як правило, у вартісному виразі.

Необхідно відмітити, що Р. Акофф, досліджуючи процеси управління корпораціями, дійшов до висновку, що головними цілями діяльності їх керівники вважають виживання і зростання [0, с.53]. Дійсно, на практиці більшість керівників великих організацій вважають зростання важливою складовою успіху [4, с.17].

Отже, ми вважаємо, що до ключових чинників успіху від яких залежить досягнення функціональних цілей ефективної діяльності підприємства необхідно віднести: виживання; результативність; ефективність; зростання.

Ці ключові чинники успіху можна використовувати як додаткові специфічні характеристики напрямку проведення методики оцінки виробничого потенціалу

підприємства.

Проведення оцінки виробничого потенціалу, аналітичне дослідження, його результати та використання їх в управлінні виробництвом мають відповідати певним методологічним принципам [5, с. 18 - 19]:

1) аналіз має бути науковим, тобто базуватися на положеннях діалектичної теорії пізнання, враховувати вимоги економічних законів розвитку виробництва, використовувати досягнення НТП і передового досвіду, найновіші методи економічних досліджень;

2) аналіз має бути комплексним. Комплексність дослідження та оцінки виробничого потенціалу потребує охоплення всіх ланок і всіх сторін діяльності промислового підприємства;

3) системний підхід, за якого кожний об'єкт, що вивчається та оцінюється, розглядають як складну динамічну систему, елементи котрої певним способом пов'язані між собою та із зовнішнім середовищем. Вивчення кожного об'єкту належить здійснювати з урахуванням усіх внутрішніх і зовнішніх зв'язків, взаємозалежності і співпорядкованості його окремих елементів;

4) аналіз має бути об'єктивним, конкретним, точним. Він має базуватися на достовірній, перевіреній інформації, що реально відображає об'єктивну дійсність, висновки його потрібно обґрунтувати точними аналітичними розрахунками;

5) аналіз має бути дійовим, активно впливати на процеси виробництва та їхні результати;

6) аналіз має бути оперативним, що потребує вміння приймати управлінські рішення та втілювати їх у життя;

7) оцінюючи певні прояви економічного життя та результатів господарювання, необхідно враховувати відповідність їх державній економічній, соціальній, екологічній, міжнародній політиці і законодавству.

Для того, щоб методика відповідала цим вимогам, необхідно, перш за все, зі всієї сукупності статистико-математичних методів, що використовуються, для розрахунку комплексного інтегрального показника виробничого потенціалу вибрати метод, найбільшою мірою відповідний змісту даної економічній категорії. Основними методами інтегральної оцінки виробничого потенціалу є:

- метод грошової оцінки всіх ресурсів з подальшим їх підсумовуванням в єдиний інтегральний показник;
- метод розрахунку приватних індексів забезпеченості кожним ресурсом з їх подальшим підсумовуванням і діленням на кількість ресурсів;
- метод визначення зваженого загального індексу забезпеченості ресурсами за допомогою середньої геометричної;
- метод, заснований на оптимізаційних моделях;
- метод базисних виробничих функцій;
- метод на базі кореляційно-регресійної моделі.

Ефективне управління виробничим потенціалом автором пропонується прово-

дити з урахуванням складових виробничого потенціалу та результативних показників на підставі результатів оцінки та моніторингу фінансово – економічного стану підприємства.

Основними процесами, за допомогою яких будується система оцінки ефективності, є розробка критеріїв ефективності; розробка системи показників і практичних процедур; управління на базі критеріїв; оновлення і перевірка на відповідність цілям організації. До основних складових виробничого потенціалу автором віднесено наступні:

- складова внутрішніх бізнес - процесів;
- фінансова складова;
- кадрова складова;
- інвестиційна складова;
- інноваційна складова;
- маркетингова складова.

При формуванні показників ефективності використання запропонованих складових виробничого потенціалу необхідно застосовувати наступні принципи:

- принцип комплексної оцінки чинників. Кожен показник системи характеризує вплив на даний процес якого-небудь чинника або групи чинників;
- принцип функціональної спрямованості, що припускає використання показників, що характеризують рівень: планування, організації, обліку і контролю, мотивування і стимулювання, координації і регулювання;
- принцип ієрархічності показників припускає їх ранжирування від загальних до часткових. принцип інформаційного забезпечення;
- принцип забезпечення співставності;
- принцип безперервності, що припускає включення в систему додаткових показників у міру надходження нових даних про об'єкт дослідження.

Висновок. Оскільки основним критерієм ефективності функціонування підприємства є досягнення максимального кінцевого результату діяльності при оптимальному використанні виробничих і фінансових ресурсів, то, відповідно, основне завдання управління виробничим потенціалом полягає передусім у раціональному розподілі названих ресурсів із метою досягнення найвищих показників.

Список літератури: 1. Постанова Кабінету Міністрів України від 21 червня 2006 року № 1001 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/ **2.** *Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф.* Основы менеджмента [пер. с англ Л.И. Евенко]. – М.:Дело, 1997. **3.** *Акофф Р.* Планирование будущего корпорации / Р. Акофф; под общ. ред. В. И. Данилова-Данильяна. – М.: Прогресс, 1985. – 328 с. **4.**. *Дойль П.* Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. – СПб. : Питер, 1999. – 560 с. **5.** *Савицька Г.В.* Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. Посіб. – 2-ге видан., випр.. і доп. – К.:Знання, 2005. – 662 с.**6** *Ламбен Ж. Ж.* Стратегический маркетинг. Европейская перспектива / Ж. Ж. Ламбен; [пер. с фр.]. – СПб. : Наука, 1996. – 326 с.**7.** *Мінцберг Г.* Зліт і падіння стратегічного планування / Генрі Мінцберг; [Пер. з англ.]. – К.: Видавництво Олексія Капусти, 2008. – 412 с.

Подано до редакції 08.04.2011

УДК 331.104.2

К.О. ЛОПУХОВА, аспірант ХНЕУ, Харків

ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ НА МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Розглянуто стан корпоративної культури на підприємствах машинобудівного комплексу Харківської області. Розроблено пропозиції щодо удосконалення методів управління в машинобудівній галузі.

The state of corporate culture on the machine-building enterprises of Kharkov region. A proposal to improve management practices in the field machine.

Ключові слова: корпоративна культура, машинобудування, кадрова політика.

Введення. Процеси структурної перебудови організацій, що відбувалися в роки незалежності України, характеризуються повільністю та незавершеністю. Внутрішнє становище більшості машинобудівних підприємств не відповідає ринковим умовам. Застаріле обладнання, несвоєчасна оплата праці, погана мотивація молодих спеціалістів, неефективні методи управління — такий перелік розповсюджених проблем на сучасних, вітчизняних підприємствах машинобудівного комплексу.

Досвід провідних машинобудівних підприємств свідчить про значну роль корпоративної культури та доводить необхідність визнання її ролі в управлінні підприємством. Тому, актуальним завданням покращення морально-психологічного клімату в організаціях і забезпечення подальших позитивних змін у секторі економіки є дослідження найвагоміших чинників корпоративної культури на діючих підприємствах машинобудівного комплексу Харківської області.

Постановка задачі полягає у всестороньому дослідженні та обґрунтуванні стану корпоративної культури на машинобудівних підприємствах Харківського регіону. А також, у вирішенні в процесі дослідження наступного ряду теоретичних питань: визначення місця машинобудування Харківської області та здійснення аналізу його стану; аналіз чинників корпоративної культури, що визначають її стан на діючих машинобудівних підприємствах; розроблення пропозицій щодо удосконалення методів управління в машинобудівній галузі.

Методологія дослідження. У ході вирішення поставлених задач наукового роботи були використані наступні методи дослідження: аналіз та синтез, сходження від абстрактного до конкретного, методи порівняння та узагальнення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження питань корпоративної культури висвітлено у працях іноземних та вітчизняних науковців: Хіміч І.Г., Хаєт Г.Л., Перчук О.В., Бала О.І., Ландіна Т.В., Виханський О.С., Співак В.А., Мерседа Д. Аналіз стану промисловості, зокрема машинобудівного комплексу, відображено в працях таких науковців, як: Великий Ю.В., Гавкало Н.Л., Романішин С.Б., Макаренко М.С., Дороніна М.С..

Однак, незважаючи на значну кількість наукових та практичних досліджень, залишається багато невисвітлених питань, щодо проблематики корпоративної культури на підприємствах машинобудівного комплексу, зокрема Харківської області. Поза увагою залишаються питання опрацювання та подання статистичної інформації про стан корпоративної культури. Саме ці причини зумовили необхідність здійснення цього дослідження.

Результати дослідження. Машинобудування — це галузь, яка забезпечує потреби держави у машинах, устаткуванні, транспортних засобах, транспортних засобах, послугах з їх технічного обслуговування і ремонту, у тому числі населення у технічних засобах господарського і культурно-побутового призначення та інших товарів широкого вжитку [1]. Машинобудівний комплекс одна з ключових галузей промисловості України. Безумовно розвиток машинобудування є індикатором промислового та економічного рівня держави.

Соціальна значущість машинобудування на Україні визначається тим, що комплекс об'єднує близько 2,0 тисяч великих та середніх підприємств, та 9,2 тисячі малих підприємств,тобто близько 40% від кількості підприємств, що знаходяться на балансі в промисловості. Кількість зайнятих в машинобудуванні працівників складає близько 0,8 млн. ос., що становить майже третину усіх працюючих в промисловості [2]. В Україні розвинене широко профільне машинобудування, підприємства якого формують складній, взаємопов'язаний машинобудівний комплекс. Провідними галузями комплексу є приладобудування, тракторне та сільськогосподарське машинобудування.

У регіональному аспекті машинобудування має певні тенденції та особливості. Спеціалізацію машинобудування за регіонами представлено в табл. 1[3]

Отже, у кожному регіоні розвиваються різні галузі машинобудування. Харківська область визначається широкопрофільністю виробництва – оптичне приладобудування, продукція військово – промислового призначення, сільськогосподарські машини, літаки, виробництво турбін тощо.

Машинобудування – провідна галузь індустріального комплексу Харківщини. На неї припадає 18,6% загального обсягу реалізації промислової продукції області, зосереджено більше п'ятої частини основних засобів переробної промисловості; зайнято 69,1 тис. осіб, або 38,8% від загальної чисельності працівників промисловості [4].

Незважаючи на кризу 2009 р., коли обсяг реалізованої продукції знизився більш ніж на третину, у наступному році ситуація стабілізувалась та набула тенденції до нарощування, яка триває і в поточному році. Динаміку обсягів реалізованої продукції машинобудівних підприємств Харківщини наведено в табл. 2 [4].

Внесок області у загальнодержавне виробництво машинобудівної продукції досить вагомий.

У 2010р. Харківщина посіла перше місце у виробництві насосів відцентрових для перекачки рідин та підйомників рідин; її частка у загальнодержавному обсязі цієї продукції склала 61,3%.

Таблиця 1 - Спеціалізація машинобудування за регіонами України [3]

Регіони	Спеціалізація машинобудування
Донбас	Важке, транспортне
Західний	Хімічне, електромеханічне, сільське машинобудування
Подільський	Обладнання, прилади, електротехнічне, сільськогосподарське
Придніпровський	Електрохімічне, сільськогосподарське, автомобільне, важке машинобудування
Причорноморський	Суднобудування, будівельно-шляхове, підйомно-транспортне, верстати, обладнання та прилади
Харківський	Енергетичне, електротехнічне, сільськогосподарське, транспортне
Центральний	Верстати, обладнання, прилади, електрорадіотехнічне, хімічне

Таблиця 2 - Динаміка обсягів реалізованої продукції машинобудівних підприємств Харківської області [4]

Підгалузі машинобудування	Роки						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	млн. грн.						
Машинобудування	4055,37	4396,03	4894,32	6466,52	8599,66	7933,36	9765,82
-виробництво машин та устаткування	2015,4	2209,75	2335,63	2966,93	3921,52	3354,44	4540,16
-виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	1302,90	1460,61	1800,93	2418,04	3123,32	3120,4	3326,69
-виробництво транспортних засобів та устаткування	737,06	725,66	757,75	1081,64	1554,80	1458,96	1899,66

Машинобудівниками Харківщини вироблено більше третини вітчизняного обсягу велосипедів, майже чверть – тракторів для сільського та лісового господарства, 14,4%, – електродвигунів та генераторів змінного струму, електродвигунів універсальних, 6% – конвеєрів та елеваторів [4]. Значне місце займають паливна, радіоелектронна, фармацевтична, харчова та легка промисловість.

Аналіз даних, представлений в табл. 2, свідчить про значні темпи нарощування обсягів реалізованої продукції у машинобудівній промисловості Харківського регіону. Так, ріст обсягів реалізованої продукції за період з 2007 по 2010 рр. становить 41,7%. З наведених даних бачимо, що кризу 2009 року подолано та спостерігається стабілізація та тенденція нарощування об’ємів реалізованої продукції.

Збільшення обсягів виробництва пов’язане, перш за все, зі стабільною

роботою провідних машинобудівних підприємств, наявністю довгострокових договорів з постачальниками сировини та споживачами готової продукції, активною маркетинговою діяльністю, розширенням асортименту та освоєнням нових видів продукції.

Проте, незважаючи на інтенсифікацію виробництва та покращення фінансових результатів підприємств, спостерігається незначне зростання середньої заробітної праці. Згідно з даними [4,5] спостерігається така динаміка середньомісячної заробітної плати табл.3.

Таблиця 3 - Динаміка середньомісячної номінальної заробітної плати машинобудівних підприємств Харківської області [4,5]

Види виробництв	Роки						
	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
	у середньому на одного штатного працівника, грн..						
Виробництво машин та устаткування	639	832	1068	1380	1791	1744	2253
Виробництво електричного, електронного, оптичного устаткування	555	737	952	1264	1633	1658	2098
Виробництво транспортних засобів та устаткування	704	864	1129	1492	1901	1704	2411

Як бачимо з табл.4, спостерігається тенденція до зростання заробітної плати. Її ріст становить 28% у 2008р., 32% - 2010р., проте, у 2009 р. – кризовий рік для машинобудівної галузі, спостерігається зниження середньої заробітної плати на 4%. Загалом, аналізуючи дані табл.3, спостерігаємо позитивну тенденцію росту середньомісячної номінальної заробітної плати. Згідно з даними Головного управління статистики у Харківській області, станом на липень 2011р. середня заробітна плата зросла на 17%. Однак, її розміри, все ж таки, значно поступаються середній заробітній платі іноземних конкурентів.

Для підвищення ефективності функціонування підприємствам необхідно зосередити увагу на кадровій політиці. На сучасному етапі фактор трудових ресурсів є пріоритетним у державній програмі розвитку машинобудівного комплексу на 2006-2011 роки, затвердженої Постановою Кабінету Міністрів України від 18.04.2006 № 516 [6]. Необхідно звернути увагу на професійний та культурний розвиток працівників.

Тобто, в контексті дослідження корпоративної культури першочергово зосереджено увагу на проблемні питання кадрового забезпечення. Перед сучасними підприємствами машинобудівного комплексу Харківщини постають такі перепони, як плинність кадрів, втрати робочого часу, недостатня професійна підготовка, стан умов праці, незацікавленість молодих спеціалістів у роботі на промислових підприємствах.

В області відбувається скорочення середньорічної кількості найманих

працівників рис. 1

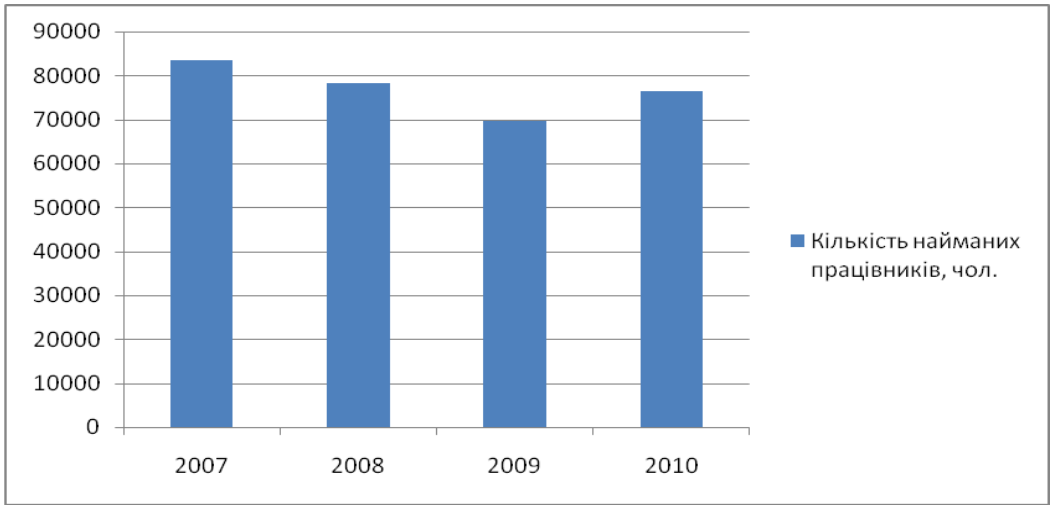

Рис. 1 - Середньорічна кількість найманих працівників у машинобудуванні Харківської області

Отже, за чотири роки простежується значне скорочення кадрів, що в подальшому призведе до неефективного функціонування відповідних підприємств. Рух робочої сили відбувається за рахунок вибуття та прийняття працівників, але переважно за рахунок вибуття, а саме плинності кадрів та скорочення штатів [7].

Однією з проблем на багатьох підприємствах машинобудівного комплексу, є середній вік працівників, який перевищує 55 років. Щодо ряду нових професій, пов'язаних із створенням і застосуванням комп'ютеризованих виробництв, упровадженням високих технологій, ця проблема потребує особливої уваги.

Підтвердженням факту недооцінювання ролі корпоративної культури також є стан умов праці, рівень інтелектуального та соціального розвитку працівників машинобудівних підприємств Харківщини. За офіційними даними статистики підвищили кваліфікацію 13,3% до облікової кількості штатних працівників, однак відсоток робітників, які проходили навчання безпосередньо у спеціалізованих закладах, є доволі низьким, лише 7,6%. Це свідчить про формальну зацікавленість менеджерів та керівників у підвищенні кваліфікації працівників. Підготовку кадрів машинобудування пройшли лише 3,7% до облікової кількості штатних працівників. Зареєстровано 52 інноваційно-активних підприємств,що становить 22,7% до загальної кількості промислових підприємств [8].

Щодо умов забезпечення розвитку корпоративної культури, варто звернути увагу на невідповідність умов праці. Так станом на початок 2010 року маємо дані, що кількість робітників, які працюють в умовах, що не відповідають санітарно-гігієнічним нормам, складає 13150 осіб, що становить 19,4% до облікової кількості штатних працівників. Однак порівняно із 2007 р. відбулось скорочення кількості таких працівників на 81,7%. Позитивним є факт здійснення виплат за роботу у шкідливих умовах[8].

Недостатня увага менеджерів та керівників підприємств машинобудівного комплексу Харківщини до робітників, спричиняє неефективне використання робочого часу (табл.4).

Таблиця 4 - Використання фонду робочого часу працівників підприємств машинобудівного комплексу Харківської області [8]

Види виробництв машинобудування	Фонд робочого часу	Відпрацьовано		Неявки з поважних причин	Втрати робочого часу
		годин	відсотків до фонду робочого часу		
виробництво машин та устаткування	1992	1461	73,3	216	315
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	1982	1438	72,6	214	330
виробництво транспортних засобів та устаткування	2035	1605	78,9	245	185

З даних табл.4 можемо зробити висновки, що на машинобудівних підприємствах Харківського регіону існує проблема недостатнього використання робочого часу. В середньому це близько 72%. Також спостерігається проблема втрат робочого часу, що становить 830 годин. Переважна частина з них неявки та відпустки з дозволу, ініціативи адміністрації.

Невідповідність технологій, застаріле обладнання, шкідливі умови праці, необґрунтовані дії менеджерів інституційного та технічного рівнів гальмують ефективність діяльності працівників, відповідно й трудову дисципліну, яка є індикатором розвитку корпоративної культури.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Проведений аналіз статистичної інформації та власних досліджень дають змогу дійти таких висновків.

Підприємства машинобудівного комплексу Харківської області посідають провідне місце у промисловості України. Визначають політичну, економічну та соціальну безпеку держава.

Проте, внутрішнє становище більшості машинобудівних підприємств не відповідає ринковим умовам господарювання: існування надто великих енергоємних виробництв, застарілого обладнання, недостатнє впровадження прогресивних технологій та наукових досягнень, низька якість виготовленої продукції, проблеми у кадровій політиці не сприяють досягненню рівня конкурентоспроможності розвинутих країн.

Дослідження факторів корпоративної культури довели, що машинобудівні підприємства приділяють недостатню увагу таким її складовим, як інтелектуальний та соціальний розвиток, плинність кадрів. Ігнорування корпоративної культури

негативно впливає на використання працівниками робочого часу та порушення трудової дисципліни.

Необхідно зосередити увагу на процес формування та розвитку корпоративної культури оцінюванням її рівня. Також рекомендовано підвищити кваліфікацію менеджерів інституційних та технічних рівнів. У державній програмі розвитку машинобудівного комплексу доцільно передбачити окремі заходи та витрати з підвищення рівня корпоративної культури.

Список літератури: 1. Машинобудування в Україні: тенденції, проблеми, перспективи / Під. заг. ред. чл.-кор. НАН України *Б. М. Данилишина.* – Ніжин: ТОВ «Видавництво «Аспект-Поліграф», 2007. – 308 с. **2.** *Великий Ю.В.* Сучасне машинобудування: криза і її причини/ *Ю.В. Великий* // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського. Сер. Економічні науки. – 2010р. - №4. – с. 6-11. **3.** *Ромашин С.Б.* Аналіз стану та тенденції розвитку машинобудівної галузі / *С.Б. Ромашин, Н.І. Горбаль* // Науковий вісник національного лісотехнічного університету України. – 2009. – Вип. 19.6. – с. 131-138. **4.** *Гайворонська Л.О.* Про роботу підприємств машинобудування у Харківській області [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Головного управління статистики у Харківській області Режим доступу http://uprstat.kharkov.ukrtel.net. **5.** Офіційний сайт Головного управління статистики у Харківській області Режим доступу http://uprstat.kharkov.ukrtel.net. **6.** Державна програма розвитку машинобудування на 2006-2011 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від 18.04.2006 р. №516. **7.** *Бала О.І.* Стан корпоративної культури машинобудівних підприємств Львіщини: тенденції та перспективи / *О.І. Бала, Т.В. Ландіна* // Вісник НУ “Львівська політехніка” "Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку".-2008.-№624.- С. 258-265.

Подано до редакції 11.04.2011

УДК 659:664.3(477)

Р.Б. ГУДЗ, магістр, НТУ «ХПІ», Харків
М.І. ЛАРКА, к.е.н., проф. НТУ «ХПІ», Харків

ВДОСКОНАЛЕННЯ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглядаються питання вдосконалення комунікативної політики промислового підприємства. Проаналізовано існуючу комунікаційну політику ПРАТ «ХЖК» та запропоновано комплекс заходів щодо підвищення її ефективності.

The article deals with improving the communication policy of the industrial enterprise. Analysis of existing communication policies PRAT “HZHK” and suggested measures to improve its effectiveness.

Ключові слова: комунікативна політика, вдосконалення, формування, збільшення ефективності, комплекс комунікаційних програм.

Вступ Становлення і розвиток ринкових відносин в Україні змушують підприємства шукати нові шляхи підвищення рівня своєї конкурентоспроможності. Здійснюючи свою діяльність в умовах стрімкого розвитку нових технологій, істотного збільшення ролі інформації в усіх сферах суспільного життя, якісного і кількісного зростання конкурентного середовища, підприємства змушені забезпечувати систему ефективних комунікацій свого бізнесу з зовнішнім і внутрішнім середовищем. Най-

важливішим інструментом збереження і зміцнення ринкових позицій виробничих структур є здійснення ними ефективної комунікаційної політики, а також постійне її вдосконалення.

Проблема удосконалення комунікаційної політика підприємства на сьогоднішній день є дуже актуальною. На національних підприємствах можна спостерігати неефективний розвиток маркетингових комунікацій. На підприємствах, як правило, відсутня чітка система планування і контролю комунікаційної політики, немає чітких комплексних комунікаційних програм, відсутнє інформаційне забезпечення всіх дії компанії, а також існує проблема суб'єктивного оцінювання ефективності реалізації комунікаційної політики. Саме тому, одним із головних завдань кожного підприємства є збалансування між собою всіх засобів комунікаційної політики, щоб досягти найкращого результату при мінімальних витратах. Тому що саме ефективна комунікаційна політика стає однією з вирішальних умов ринкового успіху підприємств.

Мета статті Метою даного дослідження є аналіз існуючого стану та розробка рекомендацій щодо вдосконалення комунікаційної політики ПРАТ «Харківський Жировий Комбінат».

Основні результати досліджень Питання формування комунікаційної політики були розглянуті багатьма науковцями, а саме: Ж. Ж. Ламбеном, Ф. Котлером, Д. Аакером, О. Старостіною, Т. Примаком, А. Павленком, А. Бойчуком, Дж., Барнетті, С. Моріарті та ін.

Що стосується вітчизняної літератури, то маркетингові комунікації стали об'єктом вивчення вчених зовсім недавно - менше десятиліття тому. Тому основною фаховою літературою цього напрямку є праці зарубіжних вчених.

Аналіз досліджень науковців показав, що не існує єдиного підходу до класифікації інструментів і каналів маркетингових комунікацій. Але у більшості підходів, запропонованих авторами, до класифікації елементів комунікацій можна віднести: рекламу, персональний продаж, стимулювання збуту і паблік рилейшнз. Причому в літературі кожен елемент маркетингових комунікацій (реклама, PR, стимулювання, особистий продаж) є окремим напрямком, самостійним об'єктом вивчення. Кожна зі складових маркетингових комунікацій має свої особливості, але усі вони доповнюють одну одну, створюючи єдиний комплекс [1].

При формуванні системи маркетингової комунікації підприємству необхідно: визначити цільову аудиторію, з'ясувати цілі комунікації, створити звернення, вибрати канали комунікації, визначити бюджет, прийняти рішення про можливість поєднання різних способів просування і окрім того оцінити результати просування, тобто ефективність, а також здійснити координацію всього процесу [2].

Вдосконалення комунікаційної політики розглянемо на прикладі ПРАТ «Харківський Жировий Комбінат». Метою вдосконалення є підвищення інформованості цільової аудиторії, підвищення обсягів продажів продукції, збільшення прибутку і зміцнення лідируючих позицій на ринку «Харківського жиро-

вого комбінату».

Харківський жировий комбінат − одне з найстаріших підприємств масложирової промисловості України. Його історія починається з 1 серпня 1932 р. В даний час підприємство є одним із лідерів олійно-жирової промисловості України. ПРАТ «ХЖК» займається випуском наступної продукції: соапстоку, саломасу, кулінарного жиру, м'якого і столового маргарину, майонезу, кетчупу, соусів і гірчиці.

Як такого плану маркетингової діяльності на підприємстві немає. Має місце план заходів, розроблений відділом збуту і включає цілі та заходи щодо «маркетингу», серед яких можна виділити: щомісячне відстеження і аналіз обсягу продажів, аналіз причин зменшення (збільшення) обсягів реалізації; аналіз структури споживачів; аналіз рівня і тенденцій попиту; аналіз цінової, збутової і рекламної стратегій та методів просування продукції, які використовуються основними конкурентами; виявлення сегментів ринку для основних груп продукції, їх частки і позицій на кожному сегменті ринку; аналіз причин незадоволеного попиту на продукцію компанії і розробка пропозицій по зниженню її розмірів; виявлення точок насичення збуту по групах продукції і окремих її видах; розробка пропозицій щодо освоєння нових ринків, сегментів ринку і пропозицій по диверсифікації; розробка пропозицій по освоєнню нових видів продукції; систематизація, аналіз і контроль плану маркетингу; проведення заходів по просуванню продукції на ринок: реклама; стимулювання збуту.

Стратегічними цілями підприємства є: 1. Розширення ринків продажів і закупівель. 2. Стабільна реалізація продукції на ринках: країн СНД, країн південно-східної Азії, Європейського союзу. 3. Збільшення обсягів виробництва і реалізації.

Оперативні цілі підприємства: 1. Отримання прибутку за допомогою збільшення обсягу продажів і збільшення частки ринку. 2. Вдосконалення системи маркетингових комунікацій, що забезпечує поліпшення обізнаності споживачів про продукцію підприємства які: прагнуть придбати продукцію підприємства; вибрати продукцію підприємства; купити продукцію підприємства.

Необхідність вдосконалення комунікаційної політики підприємства пояснюється рядом причин: недостатньою інформованістю цільової аудиторії про товари підприємства; підприємству не вдалося сформувати імідж «лідера якості і продажу» у свідомості споживачів; відсутній емоційний зв’язок зі споживачами; немає конкретного маркетингового плану; не враховується те, що підприємство працює на ринках B2B і B2C та ін.

Дослідження показали, що «ХЖК» працює на ринку B2B і на ринку B2C. Ринок B2B підприємство ділить на такі сегменти: миловарні підприємства, система громадського харчування, харчова промисловість хлібобулочних і борошняних кондитерських виробів. Ринок B2C включає населення і становить 62%. Цільовими споживачами є люди з середнім рівнем доходу у віці 20-45 років.

З метою збільшення ефективності, комунікаційні програми доцільно розробляти спеціально для кожного сегмента ринкової ниші [2].

В промисловому маркетингу головним інструментом комунікації є особисті продажі, тоді як споживчий маркетинг робить основний акцент на рекламу і стимулювання збуту [3].

Нами було запропоновано розробити комплекс маркетингових програм окремо для різних ринків (B2B і B2C). На ринку B2B запропоновано використовувати наступні засоби комунікації: особистий продаж і стимулювання збуту.

Ми пропонуємо використання наступних заходів:

− перед торговим персоналом необхідно ставити певні цілі, які вони можуть досягти;

− розробка програми лояльності, яка покликана утримати постійних клієнтів, шляхом надання їм додаткових послуг, створення системи знижок та відстрочок платежу;

− розробка торгових купонів для організації. Мета – збільшити частоту і об'єми закупівель;

− при підготовці торгового персоналу необхідно використовувати тренінги з продажу, робота з протиріччями, професійне ведення переговорів;

− розробка стандартів обслуговування клієнтів по телефону та при здійсненні особистого продажу;

− використання інструментів управління взаємовідносинами з клієнтами шляхом розробки та використання форм обліку покупців продукції, на основі якої можна здійснювати сегментацію клієнтів з метою більш повного задоволення їхніх потреб;

− створення системи контролю за діяльністю торгового персоналу, шляхом розробки системи критеріїв та удосконалення мотивації праці;

− використання директ-маркетингу: необхідно створити сучасний web-сайт, який, крім стандартного наповнення (історія компанії, каталог продукції, контакти та ін.) дозволив би менеджерам здійснювати інтерактивну взаємодію з клієнтами: можливість отримати прайс-лист компанії з останніми змінами; оформити заявку на купівлю продукції; отримати професійну консультацію менеджера з продажу або навіть керівника підрозділу.

На ринку B2C, на якому реклама і зв'язки з громадськістю відіграють головну роль у досягнення основної мети, ми пропонуємо проведення наступних заходів:

− рекламна кампанія. Мета - проінформувати потенційних споживачів про наявність даного товару на ринку. Використання масової реклами на телебаченні, зовнішня реклама (біг-борди), розміщення реклами в друкованих виданнях та виготовлення поліграфічної реклами (POSM- матеріали);

− цінове стимулювання продажів. Мета – стимулювати додаткові і пробні покупки, збільшити об'єм одиничної покупки;

− конкурси і лотереї. Мета – спонукати до неодноразових покупок, укріпити образ торгової марки;

− використання інструментів мерчендайзингу;

− PR, а саме спонсорські програми, прес-конференції, та благодійні акції.

Висновки Реалізація запропонованих маркетингових заходів в рамках політики комунікацій стосовно покращення реклами, стимулювання та мерчандайзингу та інших аспектів організації діяльності компанії призведе до підвищення інформованості цільової аудиторії про продукцію «Харківського жирового комбінату», збільшить частоту і об'єми закупівель, буде стимулювати додаткові пробні покупки, спонукає до неодноразових покупок, сформує і укріпить імідж «лідера якості і продажу» і як результат призведе до підвищення обсягів продажів продукції, збільшення прибутку і зміцнення лідируючих позицій на ринку в умовах жорсткої конкуренції. Перелічені заходи впливатимуть на діяльність організації як в довгостроковому, так і в короткостроковому періоді.

Список літератури: 1. *Ламбен Ж.Ж.* Стратегічний маркетинг. Європейська перспектива. Пер. з французької. − СПб. : Наука, 1996. − 589 с. 2. *Примак Т.О.* Маркетингові комунікації в системі управління підприємством / Т.О.Примак. – К. : Експерт, 2001. − 387 с. 3. *Уебстер Ф.* Основи промислового маркетингу / Ф. Уебстер. − М.: Видавничий дім Гребенікова. 2005. − 416 с.

Подано до редакції 11.04.2011

УДК 658.8:658.6-053.5

К.О. ЛУЦЕНКО, магістр, НТУ «ХПІ», Харків
О.П. КОСЕНКО, доц., НТУ «ХПІ», Харків

ПРОБЛЕМИ МАРКЕТИНГУ ДИТЯЧИХ ТОВАРІВ ТА ДИТЯЧИХ БРЕНДІВ В УКРАЇНІ

В даній статті розглядаються особливості маркетингу орієнтованого на дітей. Проводиться аналіз проблем маркетингу дитячих товарів та українських дитячих брендів.

In this article the features of marketing targeted at children. An analysis of marketing problems of children's goods and Ukrainian children's brands.

Ключові слова: маркетинг орієнтований на дітей, сучасні діти, дитячі бренди, вітчизняні виробники, український ринок.

Вступ. Маркетинг, орієнтований на дітей - не нове явище, однак сьогодні воно має більш широкий розмах у всьому світі, ніж будь-коли. Актуальність даної статі полягає в тому, що сьогодні сучасні діти стали привабливою аудиторією для маркетологів, тому що вони придбали велику купівельну спроможність, а також більший вплив на своїх батьків в порівнянні з попереднім поколінням. Дитина, кажучи рекламною мовою, - це споживач «три в одному»: він витрачає свої кишенькові гроші, впливає на покупки батьків, а у майбутньому дорослому житті витратить вже зароблені гроші на улюблені бренди. Згідно з даних компанії «Kids Market Consulting» в Україні зростає кількість дітей, котрі витрачають більше 30 гривень на тиждень. Структура кишенькових грошей у дітей на вересень 2010 р. представлена на рисунку 1:

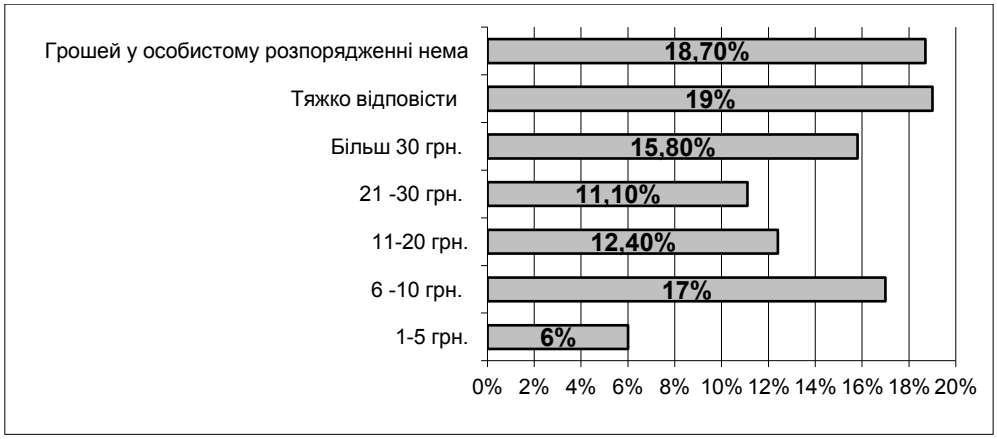

Рис. 1 - Структура кишенькових грошей у дітей

Слід зазначити, що дитяча аудиторія є привабливою ще тому, що діти дуже імпульсивні при здійсненні покупок і їм відносно легко розлучитися з грошима, діти - лояльніші й уважніші глядачі реклами, вони в змозі здійснювати покупки для спільного родинного столу, приймаючи самостійне рішення про купівлю тих чи інших марок, голос дитини може бути вирішальним при здійсненні багатьох великих сімейних покупок [7].

Постановка задачі. Наявність попиту на дитячі товари за більш ніж скромною пропозицією привертає до експериментів з "маленькими" ТМ все більше вітчизняних компаній. Для ефективної праці на ринку України вітчизняним виробникам треба чітко усвідомлювати усі особливості та специфічні проблеми саме цього ринку. Якщо українські компанії зможуть розібратися в них і взяти до уваги, вони зможуть отримати найвдячніших і найвідданіших споживачів. Задача статті полягає у виявленні існуючих проблем українських дитячих брендів та маркетингу дитячих товарів, їх аналіз та можливі шляхи вирішення.

Методологія. Для написання даної статті використовувалися методи дослідження: спостережний і аналітичний, та методи обробки інформації: збір, систематизація, аналіз найвагоміших фактів [1].

Результати досліджень. Варто підкреслити - коли ми говоримо про дитячі бренди, ми ясно розуміємо, що їх цільовою споживчою групою є діти. Якщо в якості цільової групи обрані батьки дітей, це вже не дитячий бренд.

Діти вже стають незалежними від будинку. Вони живуть своїм життям в стороні від мам і тат. Вони вже достатньо дорослі, щоб сформувати свою власну ясну думку про різні бренди. Це досить самостійна ринкова група, щоб сформувати робочий профіль, корисний для довгострокових планів будь-якого фахівця з маркетингу.

У своїй книзі Мартін Ліндстром поділив дітей на 4 основні групи: екстремісти, ті, що переконують, послідовники, рефлексивні.

Екстремісти - незалежні, бунтівні. Вони налаштовані проти моди, і ймовірно, проти брендів. Тим не менше, вони часто ототожнюють себе з брендами, які відображають їх бунтівний характер. Вони знайомляться з продуктами і брендами задовго до інших та комбінують старі продукти по новому, винаходять їх наново і роб-

лять їх модними.

Ті, що переконують – найбільш популярна група дітей. Їх рішення приймаються групою. Це група, з якою спеціалісти з маркетингу працюють разом. Їх вплив безцінний в любому випадку. В деякій мірі, причина їх неперевершеності лежить в здатності до швидкого прийняття нових тенденцій.

Послідовники - являють собою окрему течію і складають велику частину сучасних дітей. Вони слухають, тих хто переконує. Ніколи нічого не пробують першими. Їх почуття власної гідності не дуже високе і вони не вважають себе модними.

Рефлексивні - ця група намагається підвищити свою популярність і доступність серед своїх однолітків часто без особливого успіху. Вони є яскраво вираженими послідовниками, яким не вистачає відчуття власної гідності. В них мало друзів, але вони прагнуть до соціального визнання.

Незважаючи на спроби класифікувати дітей за чіткими категоріями, в рамках цих груп можливі різні варіанти. Проте категоризація допомагає нам зрозуміти, що діти мають відмінності та внутрішню ієрархію, яка, більшою мірою, визначає їх взаємини з брендами та їх коефіцієнт прийняття. Знання цієї ієрархії найцінніше, коли необхідно визначити найбільш підходящу підліткову групу для певного бренду. Неправильний вибір, неправильне звернення або неправильний імідж можуть легко підірвати ефект компанії [2].

Іще на початку дев'яностих американський маркетолог Джеймс МакНіл сказав: «Діти більше не сини і дочки споживачів. Вони і є споживачі!». Років 10 тому ця фраза могла викликати здивування у керівників українських компаній, котрі не помічали цей сегмент споживачів, але вже сьогодні вони готові розглядати їх у якості цільової аудиторії своїх товарів і послуг.

Зараз на українському ринку існує багато агентств різних видів. Деякі з них готові працювати і просувати дитячі марки. Наприклад, компанія «BrandAid», котра спеціалізується в основному на створенні брендів. В її арсеналі праця з такими вітчизняними торгівельними марками: «Лакомка», «Хрещатик», «Бім-бім» [3].

Важливим поштовхом розвитку маркетингу, котрий спрямований на дитячі товари стало відкриття в Україні з 2002 року першого і єдиного спеціалізованого маркетингового агентства «Kids Market Consulting». Воно працює виключно із дитячою аудиторією. Його клієнтами є такі вітчизняні бренди як: «Жувіленд», «Сандорік», «Живчик», «Фанні», «Конті». Також, його клієнтами є і відомі іноземні компанії: «MacDonalds», «KIDDITOP», «Rainford», «Nesquik», «Crayola» [4].

Проаналізувавши різні погляди (як науковців, так і спеціалістів маркетингових агентств, котрі безпосередньо працювали і працюють в цій галузі) на тему розвитку дитячих брендів в Україні, методів їх просування та проблем, що з ними пов'язані, можемо виділити основні напрямки, на які слід звернути увагу в першу чергу.

1. *Дитячий ринок не сегментований* - В журналі «Компаньйон» за 01.06.2005р. Лілія Мамлєєва, керівник департаменту «BrandResearch» групи компаній BrandAid у статті «Соляріс дитячого маркетингу» відмічає: «Загальні принципи створення

дитячих і дорослих брендів багато в чому схожі. Складність же полягає у визначенні та аналізі цільової аудиторії, вузькою сегментації та постійної генерації ідей, які найбільш ефективно будуть стимулювати дітей до вибору того або іншого продукту. Якщо говорити про дитячий ринок, в Україні він не сегментований більшістю виробників, а регіональна специфіка ще мало ким враховується .

Вирішуючи це завдання, можна застосовувати як західну, так і вітчизняну класифікацію. Провідні світові виробники виділяють такі вікові категорії: kids (4-8 років), twins (8-12 років) і teens (13-16 років). В Україні ж ще з радянських часів дитячу аудиторію поділяють на 4 групи: дошкільнята (4-6 років), молодші школярі (7-9 років), молодші підлітки (10-12 років) і підлітки (13-16 років). Такі розділення є досить формальними, оскільки враховують лише загальні характеристики вікової групи, а не особливості сприйняття і психологію дітей. Наприклад, діти 4-8 років більше схильні до пошуку спільних інтересів, у віці 8-12 років - до незалежності та індивідуальності, тоді як для 13-16-річних важлива приналежність до певної групи» [5].

2. *Нерозуміння на кого орієнтований бренд* - Як відмічає Наталя Березівскька – директор компанії «Kids Market Consulting» в статті «Дорослі проблеми дитячих брендів» (журнал «Дзеркало реклами»), одна з головних проблем вітчизняного дитячого брендінгу - нечітке розуміння того, на кого ж орієнтований бренд, оскільки, як правило, платить за дитячі продукти одна аудиторія, а стимулює прямо чи опосередковано покупку і споживає - інша. Основна помилка виробників продукції для дітей у тому, що багато в чому вони покладаються на дорослих, мовляв, платять однаково батьки. Найчастіше вибір креативу реклами, каналів комунікації ґрунтується на думці дорослих, а не на відчуттях і особливостях поведінки дітей. А дитячій аудиторії не приділяється належної уваги. Не можна скидати з рахунків, що головний споживач дитячих продуктів - дитина. Потрібно вивчати їх потреби, запитувати в них, що подобається, що ні, розмовляти з ними [6].

3. *Відсутність дитячих каналів* - У якості комунікації, котра використовується для просування дитячих товарів, найдієвішою є, в першу чергу, як і для інших споживчих товарів, телебачення. Але проблема полягає в тому, що жодна компанія в Україні не знає точної відповіді на питання, коли і де краще розміщувати рекламу для дітей. Це пов'язано з відсутністю українських дитячих каналів, необхідної кількості телепередач, низкою законодавчих обмежень. У той же час більшість дітей є постійними глядачами дорослих програм, через які дитячі виробники поки не наважуються говорити з дітьми.

4. *Неготовність вітчизняних виробників займатися створенням бренду*. - Нами було виявлено, що локальні виробники не намагаються активно працювати з дитячою аудиторією. Вони більшою мірою проводять маркетингові та рекламні кампанії, котрі спрямовані на дитячу та молодіжну аудиторію, чим створюють окремі бренди та займаються їх просуванням. Дитячих брендів «вітчизняного виробництва» на українському ринку, як було мало, так і залишилося. Зараз ключові тренди на ринку товарів та послуг для дітей формуються в першу чергу міжнародними

брендами, наприклад такими як: «LEGO», «Danone», «McDonalds».

Більшість іноземних виробників, навіть не створюючи окремі дитячі бренди, стратегічно виділяють дітей і підлітків як єдину цільову аудиторію, тоді як українські компанії, навіть створюючи сильні дитячі бренди, із часом гублять завойовані риночні позиції, допускаючи прості помилки. По-перше, це непослідовність і переривчастість комунікацій. По-друге, неготовність виробників займатися створюваним брендом та розвивати його в рамках єдиної стратегії десятиліттями. Друга проблема пов'язана також із негараздами вітчизняного ринку праці. На нашому рину існує велика плинність кадрів, а особливо управлінського напрямку. Бренд – менеджери, приходячи на нове місце, прагнуть ствердитися і самоствердитися, додавши щось своє в розвиток бренду, отримати особистий досвід і, заради кар'єрного просування, змінити бренд. Це далеко не завжди позитивно позначається на товарі чи послузі. Але дана проблема є загальною для українського маркетингу, і дитячі товари - її окреме проявлення.

Висновок. Для того щоб не допускати помилок вітчизняним компаніям треба намагатися слідувати наступним вимогам: не вирішувати за дитину, не покладатися тільки на думку батьків, питати думку самих дітей, підтримувати високу частоту комунікацій, ставитися до дітей з повагою та говорити з ними на їхній мові. Також, як ми бачимо, майже всі найбільш типові проблеми українських брендів - це проблеми, пов'язані з їх ростом і розвитком.

Список літератури: 1. Методологія і організація наукових досліджень. *Крушельницька О.В.* Науковий посібник -К.: Кондор, 2009 - 192с. **2.** *Линдстром, Мартин и Сейболд, Патрисия.* Детский брэндинг. / Пер. с англ. Под ред. И.В. Андреевой. – СПб.: Издательский Дом "Нева", 2004. – 320 с. **3.** http://blogbrandaid.com/ourbrands/.**4.**http://www.kids.com.ua/clients.**5.**http://www.companion.ua/Articles/Content?Id=6370.**6.**http://www.kids.com.ua/publications/15
7.http://www.torgsoft.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=250&Itemid=109

Подано до редакції 14.04.2011

УДК 658.001.8

Ю.В. ШАПОВАЛОВА, магістр, НТУ «ХПІ», Харків
М.В. МІРОШНИК, к.е.н., доцент, НТУ «ХПІ», Харків

ОПТИМІЗАЦІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ СТРУКТУРИ МАРКЕТИНГОВОЇ СЛУЖБИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У роботі розглядаються роль служби маркетингу в управлінні маркетинговою діяльністю на підприємстві в сучасних ринкових умовах, основні форми структурної організації служби маркетингу на підприємстві, а також на прикладі українського промислового підприємства розглядається існуюча служби маркетингу та пропонуються заходи щодо її оптимізації.

The paper examines the role of the marketing service in the management of marketing activity at the enterprise in the current market conditions, the main forms of structural organization of

marketing service at the enterprise, as well as on the example of Ukrainian industrial enterprise is considered the existing service marketing and proposes measures for its optimization.

Ключові слова: маркетингова діяльність, управління маркетингом, служба маркетингу, організаційна структура, ринок, підприємство.

Вступ У сучасних умовах ринкової економіки, коли ринкова конкуренція стає більш жорсткою, в результаті появи більш досконалих методів і форм суперництва підприємств на ринку, управління маркетинговою діяльністю на підприємстві набуває все більшого значення. Тому для реалізації планів маркетингу на підприємстві створюється служба маркетингу.

Служба маркетингу в сучасних ринкових умовах - це та найважливіша ланка в управлінні підприємством, яка спільно з виробничою, фінансовою, торгівельно-збутовою, технологічною, кадровою та іншими видами діяльності створює єдиний інтегрований процес, спрямований на задоволення запитів ринку та отримання на цій основі прибутку. Тому служба маркетингу створюється на підприємстві насамперед для забезпечення гнучкого пристосування підприємства до мінливої ринкової ситуації та до вимог споживачів на ринку. Це дозволяє підняти інтереси ринку над інтересами окремих видів діяльності підприємства і дає можливість забезпечити його конкурентоспроможність.

Структура і чисельність служби маркетингу на промисловому підприємстві визначається такими факторами, як розмір чистого прибутку; номенклатура продукції, її обсяг та складність виробництва; кількість ринків, їх кон'юнктура, освоєна частка, перспективність окремих сегментів та рівень конкуренції на них. Сьогоднішні задачі, які стоять перед службою маркетингу достатньо складні. Вони потребують постійного моніторингу з метою адаптації ринкової стратегії окремих структурних одиниць та підприємства в цілому до мінливих умов зовнішнього середовища. Ефективна реалізація вищезазначеного можлива за умовою існування на підприємстві служби маркетингу, організаційна структура якої є мобільною, ринково-орієнтованою та професійноюю

Дану проблему в своїх роботах розглядали багато відомих дослідників таких як Пелих А. С., Гаркавенко С.С , Котерова Н.П., Астахова І. А., Петруня Ю.Є., Заяць Т.А., Пилипенко О.О., Котлер Ф., Яковлєв А. І. та інші.

Постановка задачі Метою досліджень є оптимізація організаційної структури маркетингової служби промислового підприємства ДП ВАТ «АТ НДІРВ» «Радмір», обґрунтування існуючих в теорії маркетингу організаційних структур даних служб, їх аналіз та співставлення.

Методологія Методологічну базу досліджень склали роботи вітчизняних та зарубіжних вчених в галузі маркетингу взагалі, розробці, аналізу і конкретизації організаційних структур маркетингової служби, тощо. В процесі дослідження використовувались загальнонаукові методи аналізу і синтезу, порівняння, аналогії, узагальнення.

Результати дослідження Кожне підприємство зацікавлене в ефективному управлінні своєю маркетинговою діяльністю. Йому потрібно знати, як аналізувати ринкові можливості, відбирати оптимальні цільові ринки, розробляти ефективний комплекс маркетингу і успішно управляти втіленням у життя маркетингових завдань. Організація маркетингу на підприємстві передбачає формування структурного підрозділу - служби маркетингу для керування всіма видами маркетингової діяч діяльності.

Аналіз літературних джерел дозволив нам узагальнити функції та завдання служби маркетингу. До основних з них ми віднесли:

- формування ринкової стратегії підприємства. Завданнями даної функції є аналіз і прогнозування потреб, попиту, кон'юнктури ринку, факторів конкурентної переваги власних товарів, якості та ресурсоємності товарів конкурентів, зв'язків підприємства з зовнішнім середовищем, мінімізація ризиків та максимізація ринкових можливостей, щляхом активізації товарної, асортиментної, цінової та збутової політик;

- реалізація концепції маркетингу через розв'язання таких завдань, як розробка науково-обгрунтованої ринкової концепції маркетингової діяльності підприємства, впровадження міжнародної системи якості (ISO 9000, ISO 9004), ефективного менеджменту, реалізація комунікаційної політики та політики ФОП (формування попиту);

- реклама товару і стимулювання збуту. Ця функція передбачає визначення цілей реклами, її методів, правил та засобів, активізація політики СТИЗ (стимулювання збуту);

- забезпечення маркетингових досліджень, які дозволяють удосконалити службу маркетингу, здійснити кадрове, технічне та інформаційне забезпечення досліджень, визначити у якості завдань форми внутрішнього та зовнішнього зв'язку служби маркетингу з іншими структурними підрозділами підприємства та ринкового середовища.

Реалізація означених функцій і завдань здійснюється службою маркетингу, причому паритетність цих функцій залежить від організаційної структури самої служби, яка може бути побудована на функціональній, товарній, регіональній сегментній та комбінованій (матричній) основі.

Найпоширенішою практикою є функціональна організація служби маркетингу. У цьому випадку формуються групи фахівців з маркетингу, виділяються управлінці, які керують різними видами (функціями) маркетингової діяльності.

Основною перевагою функціональної організації є простота управління. З іншого боку, у міру зростання товарного асортименту і ринків фірми, ця схема втрачає свою ефективність. Для компаній, що торгують по всій території країни, використовується інший підхід: координація за географічним (регіональним) принципом.

Перевага цієї організації в тому, що торгові агенти можуть жити в межах обслуговуваних ними територій, можуть краще дізнаватися клієнтів і ефективно працювати з мінімальними витратами часу і коштів на роз'їзди.

Фірми з широкою товарною номенклатурою та різноманітністю марочних то-

варів використовують організацію за товарним принципом. Організація за товарним принципом не замінює функціональної організації, а є ще одним рівнем управління. Всім товарним виробництвом керує маркетинг-директор по всій товарній номенклатурі, якому підпорядковуються керівники за групами товарів, яким у свою чергу підпорядковуються маркетологи, кожен з яких відповідальний за дослідження ринку, планування виробництва, асортименту, управління просуванням та збутом конкретних товарів. Кожен керуючий за групою товарів самостійно розробляє маркетингову програму, стежить за її виконанням, контролює результати.

Переваги цієї організаційної структури в тому, що керуючі з товару, в тому числі по другорядних товарах, координують весь комплекс маркетингу по своєму товару та швидко реагують на виникаючі на ринку проблеми. Недоліки в тому, що часто виникають конфлікти через недостатність прав у керуючих по товарах і система обходиться дорожче, ніж передбачається спочатку.

Багато фірм продають товари свого асортименту на різних за своїм характером ринках, виділяючи на них певні сегменти. Використання організації за сегментним принципом бажано в тих випадках, коли у різних ринків різні купівельні звички або різні товарні переваги. Організація за сегментним принципом аналогічна системі організації з товарному виробництву. Керуючий по роботі з ринком керує діяльністю кількох керуючих по окремих ринків, відповідає за розробку перспективних і річних планів по збуту та іншим видам функціональної діяльності.

Гідність цієї системи полягає в тому, що фірма будує свою роботу стосовно до потреб споживачів, складових конкретні сегменти ринку.

Перед фірмами, що продають безліч різних товарів на багатьох ринках, постає проблема: скористатися системою організації з товарного виробництва, що вимагає від керуючих по товарах знання ринків, які сильно відрізняються один від одного, або застосувати у себе систему організації за ринковим принципом, при якій керуючі по роботі з ринками обов'язково повинні бути знайомі з різними товарами, що можна придбати на їхніх ринках, або ж використовувати комбіновану (матричну) систему – за функціями і товарами, функціями і регіонами, функціями і споживачами, що в цілому дозволить скоротити дублювання робіт маркетологів служби.

Слід підкреслити, що можливості створення відділів маркетингу є прерогативою великих підприємств, до яких відноситься об'єкт нашого дослідження ВАТ «Радмір». Воно засновано у 1996 році і є дочірнім підприємством АТ «НДІРВ» (Акціонерне товариство «»).

Основними видами діяльності підприємства є: розробка та виробництво промислової медичної техніки її постачання, ремонт і сервісне обслуговування. Основними споживачами медичного обладнання «Радмір» є установи Міністерства Охорони Здоров'я України, приватні та відомчі клініки, в тому числі країн близького та дальнього зарубіжжя.

Організаційна структура підприємства представлена на рис. 1.

Згідно наведеної схеми організаційної структури підприємства підрозділ з маркетингу є складовою одиницю відділу маркетингу та збуту, з безпосереднім підпорядкуванням загальному начальнику відділу. Проведений аналіз звітів маркетингового підрозділу показав його функціональну орієнтацію, причому домінуючою функціонує виступає збутова діяльність. В той час як загальна мета служби маркетингу – оптимізація процесів виробництва (в тому числі його інноваційність), управління просуванням та збутом на основі комплексного дослідження ринку, споживачів, їх попиту та платоспроможності.

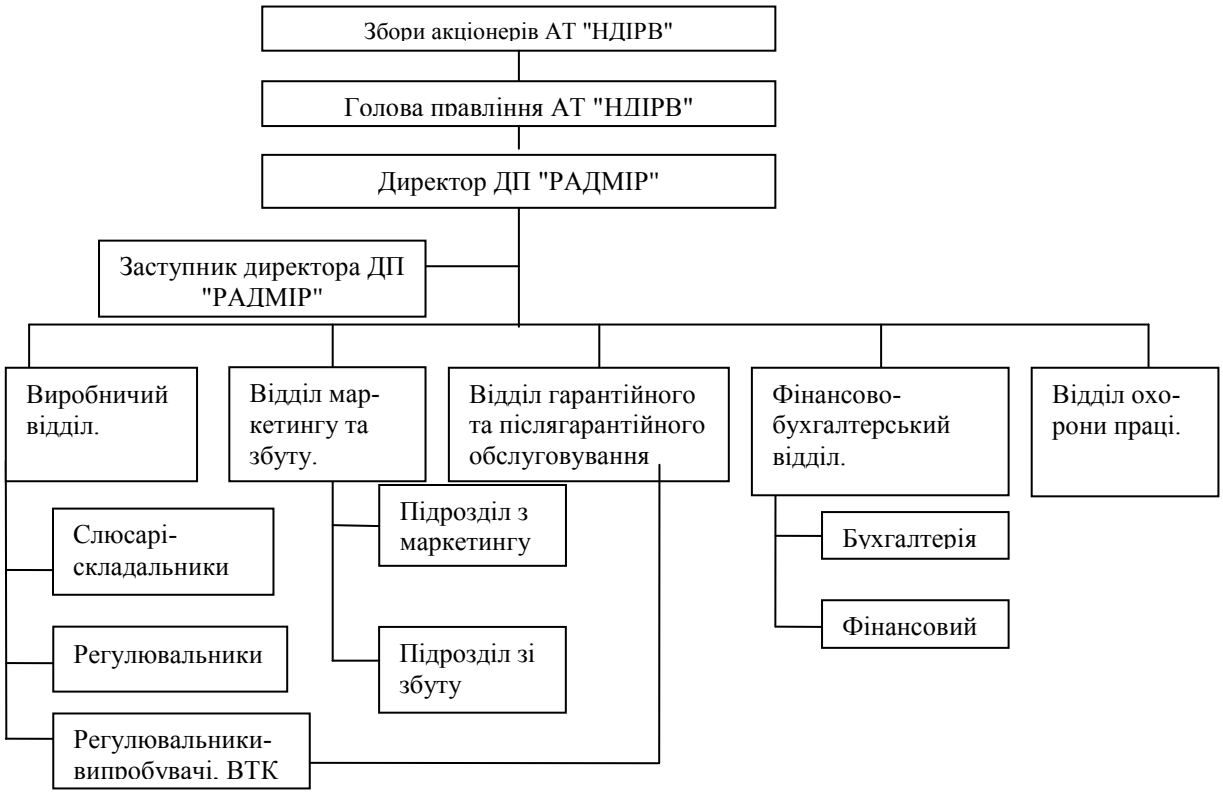

Рис. 1 – Організаційна структура «РАДМІР»

Вважаємо за доцільне провести реструктуризацію відділу маркетингу та збуту, надати найвищу валентність саме його маркетинговій спрямованості.

За основу структури служби маркетингу зручно прийняти структуру служби збуту, так як збут продукції є логічним завершенням процесу виявлення попиту, створення продукції, її виробництва та просування до споживача. Пропонована нами організаційна структура служби маркетингу на підприємстві ДП ВАТ «АТ НДІРВ» «РАДМІР» представлена на рис. 2.

Вважається за необхідне створити відділ реклами, формування попиту та стимулювання збуту та зв'язати з громад кістю (PR). Цей відділ буде створювати позитивний імідж підприємства, формувати і вивчати попит споживачів, доносити інформацію про свою продукцію потенційному клієнту, приймати участь у роботі відділу маркетингових досліджень та брати участь у розробці маркетингового плану і стратегії маркетингу. Створений відділ повинен розробляти заходи рекламної кампанії, пропонувати систему умов щодо стимулювання збуту, активно формува-

ти попит на продукцію підприємства на ринку, виконувати аналіз і проводити прогнозування основних кон'юнктуростворюючих факторів ринку, визначити реальний попит на продукцію та його платоспроможність.

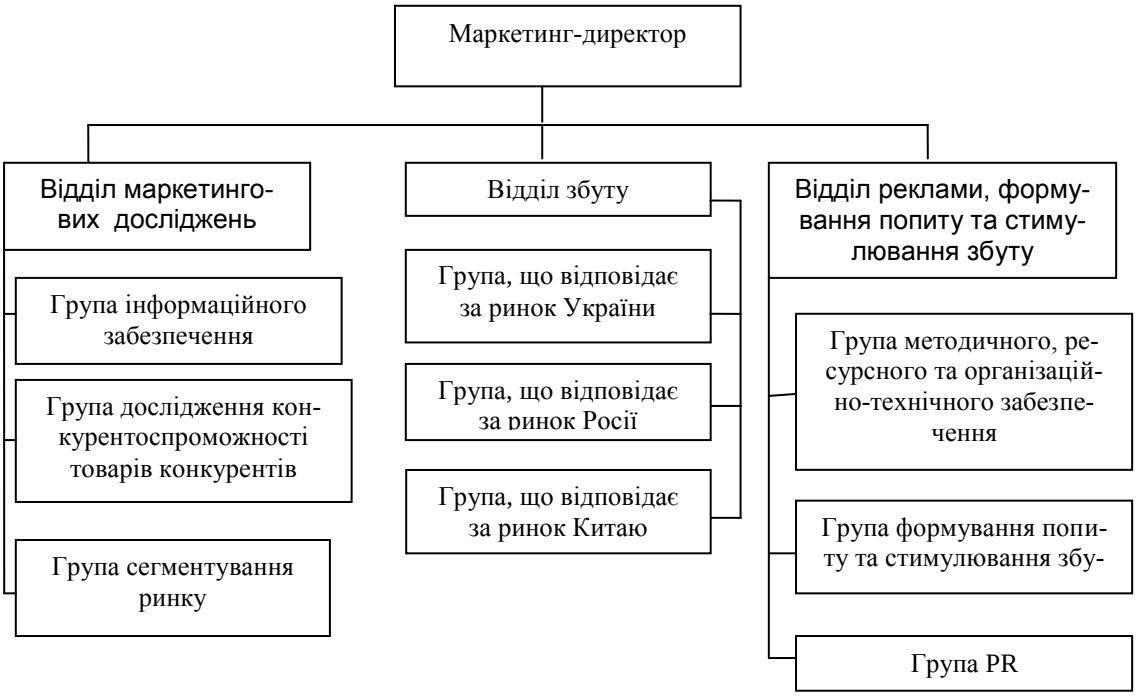

Рис. 2 – Проект організаційної структури служби маркетингу на підприємстві «РАДМІР»

У зв'язку з тим, що обсяг продажів по всьому асортименту на ринку скорочується, пропонуємо створити експортні підрозділи за регіональною ознакою: національний ринок, ринок близького зарубіжжя (акцент - Росія), ринок дальнього зарубіжжя (акцент - Китай).

Групи, що відповідають за певні ринки досліджують структуру, склад і організацію роботи збутової мережі в регіоні, розробляють проекти співробітництва з посередниками і торговими організаціями, безпосередньо займаються заключенням контрактів, збутом продукції.

Для проведення маркетингових досліджень, а також для прогнозування і планування маркетингу, для досліджень факторів, що впливають на структуру і динаміку споживчого попиту, визначення потреби в продукції та інших досліджень ринків збуту і попиту доцільно створити відділ маркетингових досліджень та вивчення ринків збуту. Підрозділи служби маркетингу тісно пов'язані між собою. Кожне з них вирішує свої завдання, спрямовані, в остаточному підсумку на визначення попиту, задоволення вимог споживачів, забезпечення збуту продукції на вітчизняному ринку та її просуванню на зарубіжні ринки

Перевагами спроектованої організаційної структури є: націленість на певні групи споживачів та їх потреби; загострює увагу і дає досвід у питаннях вивчення структури закупівель і споживання в конкретних областях; може служити платфо-

рмою для координованих поставок різних видів продукції даного сегменту споживачів і для розробки системного підходу.

Висновки

Проведено теоретичне обґрунтування значущості маркетингових служб для ефективного функціонування підприємства на ринку, при цьому проведено узагальнення основних функцій та завдань маркетингових служб; проаналізовано існуючу організаційну структуру підприємства «Радмір», при цьому зазначено, що існуючий відділ маркетингу та збуту потребує реорганізації; розроблено проект реорганізації організаційної структури служби маркетингу на аналізованому підприємстві, який доведено до керівництва підприємства.

Список літератури: **1.** *Пелих А. С.* Організація підприємницької діяльності. – Москва: ІКЦ «МарТ», 2003. – 135с. **2.** *Гаркавенко С.С.* Маркетинг. Підручник. — Київ: Лібра, 2004. – 650с. **3.** *Котерова* Н.П. Основи маркетингу. — Москва: Академія. 2003.—144 с. **4.** *Астахова І. А.* Маркетинг: Навч. посіб./Харківський національний економічний ун-т. - Харків.: Вид. ХНЕУ, 2006. – 20-25 с. **5.** *Петруня Ю.Є.* Маркетинг: Навч. посібник. — Київ: Знання, 2007. - 312 с. **6.** *Заяць Т.А., Пилипенко О.О.* Управління маркетингом на підприємстві. — Донецьк: Юго-Восток, 2006. - 190 с. **7.** *Котлер Ф.* Маркетинг. Менеджмент: Перевод с английского. — Санкт-Петербург.: Пітер. 2003.-104-108 с. **8.** http://www.radmir.kharkov.com/

Подано до редакції 18.04.2011

УДК 330.341.1

В.В. ЯЦИНА, аспирант, НТУ «ХПІ», Харків

ОСОБЛИВОСТІ ВИЗНАЧЕННЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В роботі проведено аналіз різних підходів до трансакційних витрат. Визначені їх місце серед інших видів витрат підприємства, а також показана роль і значення даного явища для прийняття рішень економічного змісту. Сформульовано перспективи їх подальших досліджень.

The different approaches to transaction costs have been analyzed. Their place among other kinds of enterprise costs are defined. The role and importance of this event for making economic decision are shown. The prospects of their further researches are formulated.

Ключові слова: трансакційні витрати, теорія трансакційних витрат, інституціональне середовище, угода, трансакція, фактори впливу.

Вступ Проблема трансакційних витрат особливо актуальна для вітчизняної економічної науки. Стан високої стабільності розвинених ринків США й Західної Європи створює менш ефективні стимули для розвитку теорії трансакційних витрат, ніж нестабільний стан українського ринку, нерівномірність процесу його розвитку, нерозвиненість інституціонального середовища, правового поля і його механізмів, невизначеності специфікації прав власності. Тому перед вітчизняною наукою встає завдання критичного аналізу стандартних допущень, використовуваних у традиційних моделях закордонної інституціональної економіки, і вироблення нових рішень, здат-

них урахувати специфічні умови сучасного українського ринку, що виникають у процесі його становлення.

Нинішній стан економіки припускає посилення впливу традиційних факторів величини трансакційних витрат і появу їх нових джерел. Сьогодні, коли зовнішнє середовище діяльності окремої фірми, основного елемента сучасної економіки, стало менш сприятливим, а регулюючий вплив держави - більше твердим, роль наукового підходу в рішенні актуальних проблем впливу трансакційних витрат на її діяльність різко зростає. При цьому особливого значення набуває пошук економічних методів, що дозволяють максимально точно виявити кількісні параметри, тому що традиційний бухгалтерський підхід не повністю відображає спектр витрат виробництва й реалізації й приводить до істотних перекручувань.

Постановка задачі Виділення цілого нового класу витрат дозволило порушити питання про реакцію економічних агентів на їх присутність. Через те, що трансакційні витрати обмежують можливості взаємовигідного співробітництва, економічні агенти виявляються зацікавлені в їхньому скороченні і будуть готові вживати необхідні для цього міри. Ефективне управління будь-якими витратами, трансакційними зокрема, можливе за умови системного збору і аналізу інформації про них за видами, місцями виникнення і носіями. Виникає необхідність провести аналіз різних підходів до трансакційних витрат, їх місця серед інших видів витрат, а також роль і значення даного явища для прийняття рішень на всіх рівнях економіки.

Методологія Трансакційні витрати обмежено відображаються в системі бухгалтерського обліку, тому доцільним є, застосування соціологічного методу і проведення анкетного опитування керівників виробничих підприємств з використанням методу експертних оцінок.

Базовою одиницею аналізу в теорії трансакційних витрат визнається акт економічної взаємодії, угода, трансакція. Категорія трансакції розуміється гранично широко й використовується для позначення обміну як товарами, так і юридичними зобов'язаннями, угод як короткострокового, так і довгострокового характеру, що вимагають як детального документального оформлення, так і простого взаєморозуміння сторін. Витрати й втрати, якими може супроводжуватися така взаємодія, одержали назву трансакційних витрат.

Різні інститути мають неоднакову ефективність із погляду економії трансакційних витрат. Одні справляються із цим завданням краще, інші - гірше. І це пояснює еволюцію організаційних структур. Ті, що вимагають занадто високих витрат, відмирають, ті, що виявляються більше економічними, виживають і одержують поширення. Економія трансакційних витрат виступає як свого роду "двигун" інституціональної еволюції.

Одна з найважливіших особливостей трансакційних витрат полягає в тому, що вони допускають значну економію на масштабах діяльності. Постійні компоненти є у всіх видах трансакційних витрат, тому, коли інформація зібрана, нею може користуватися будь-яка кількість продавців і покупців, отже, вартість розробки законодавст-

ва або адміністративних процедур, які теж є трансакційними витратами, мало залежить від того, яке число осіб підпадає під дію.

Позитивний аспект трансакційних витрат проявляється у вигляді витрат на ринкову адаптацію підприємства, які спрямовуються на формування та закріплення його конкурентної позиції, тому їх можна інтерпретувати як видатки. Проведення аналізу, дозволяє виявити, наскільки проведення основних господарських процесів, які є підґрунтям формування трансакційних витрат на підприємстві (постачання, реалізація, забезпечення послугами в умовах макроекономічних реалій), відповідають рівню, що забезпечує найвищі результати господарювання. Такий критерій обумовлює параметри, що унеможливлюють трансакційні втрати за рахунок відповідного рівня трансакційних видатків.

В рамках теорії трансакційних витрат немає одностайності щодо пояснення їх природи. Відомо, принаймні три варіанти пояснення того, звідки і чому при виконанні угоди виникають трансакційні витрати: підхід теорії трансакційних витрат, підхід теорії суспільного вибору і підхід теорії угод. Теорія трансакційних витрат висуває на передній план те, що ринок інформації погано розвинений, а цінові сигнали спотворені внаслідок високої монополізації ринку і структурних диспропорцій. Теорія суспільного вибору акцентує на незавершеності формування ринку, на розмірах національного ринку і великій кількості його учасників. Теорія угод пояснює високий рівень трансакційних витрат нестабільністю співвідношень різних угод і їх фрагментацією. Будь-який підхід можна застосувати для пояснення того, що трансакційні витрати виникають при економічній діяльності в Україні. Можно говорити як про поганий стан розвитку інформаційного ринку, так і про незавершеність формування ринків в Україні.

Методологічні проблеми в підходах до визначення поняття трансакційних витрат і розмаїтість їх проявів істотно ускладнюють пошук факторів, які впливають на рівень трансакційних витрат.

Для ринкових контрактів визначальним фактором є ступінь стандартизації благ і захисту прав власності на ринку. Залежно від цього економічні агенти обирають або структуру обміну, що забезпечує найменший рівень трансакційних витрат через можливості економії на масштабі та високій конкуренції як між особами, які торгують, так і між посередниками; або систему обміну, коли важливої є фігура контрагента.

Для внутріфірмових трансакцій істотним є те, що власники фірми можуть обрати структуру керування таким чином, щоб мінімізувати трансакційні витрати залежно від особливостей зовнішнього середовища, виду діяльності, причому відбувається вибір між різними організаційними формами з метою вилучення таких контрактів, забезпечення яких пов'язане з високими трансакційними витратами. Після вибору структури керування відбувається коректування мережі контрактів відповідно до змін у зовнішньому середовищі та переговірній сили членів фірми.

Результати дослідження На підставі узагальнення наукових поглядів ідентифіковано домінантні характеристики трансакційних витрат, а саме: 1) їх виникнення

пов'язано з глобалізацією інформаційного простору і необхідністю нормативно-правового забезпечення ринкової взаємодії; 2) сутність економічних витрат, що передбачає розподіл на втрати і видатки, які необхідні для попередження та/або подолання цих втрат; 3) інституційна природа явища, тобто обумовленість існування трансакційних витрат факторами загальнонаціонального характеру. Отже, трансакційними вбачаються сукупність економічних витрат на організацію і проведення контрактації між суб'єктами економічних взаємовідносин, що обумовлені відповідними формальними і неформальними умовами функціонування на ринку.

На рівень трансакційних витрат впливає стабільність інституційного середовища - чим стабильний рівень, тим за інших рівних умов, трансакційні витрати менші.

Недосконала економічна модель розвитку країни, а також відсутність діючих економічних реформ, які в першу чергу позначаються на підприємницькому кліматі, є впливовим фактором, який стримує розвиток ринкових відносин,. Оскільки проблема виміру трансакційних витрат залишається методологічно невирішеною, отже, відсутні відповідні показники, які характеризують фактори впливу, пропонується досліджувати непрямі (опосередковані) індикатори, які певним чином пов'язані із трансакційними витратами. Перспективи подальших досліджень полягають у пошуку підходів, моделей і методів визначення оптимальної величини трансакційних витрат підприємств залежно від підгалузевої приналежності, обсягів виробництва та інших специфічних рис, а також визначення ефективності трансакційної діяльності.

Список літератури: **1**. Науково-теоретичні та методичні основи управління трансакційними витратами підприємства / *Л.В. Базалієва.* – Харків: ХНЕУ, 2009. – 163 с. **2.** *Булеев И.П.* Управление трансакционными издержками в переходной экономике / Ин-т экономики промышленности НАН Украины / И.П. Булеев. – Донецк, 2002. – 154 с. **3.** *Архиереев С.И.* Трансакционные издержки и неравенство в условиях рыночной трансформации. – Х.: Бизнес Информ, 2000. – 288 с. **4**. *Коуз Р.* Фирма, рынок и право: Пер. с англ. Б. Пинскера; науч. ред. Р. Капелюшников. – М.: Новое издательство, 2007. – 224 с. **5**. *Йохна М.А.* Трансакційні витрати: сутність, значення, проблеми вимірювання та планування // Вісник Технологічного університету Поділля. – 2002 – №5, ч.2. Економічні науки. – С.31-36. **6**. *Козаченко Г.В.* Загальні показники оцінки трансакційних витрат підприємства / Г.В. Козаченко, Г.А. Макухін // Регіональні перспективи. – 2004. – № 3–5 (40–42). – С. 7–9.

Подано до редакції 20.04.2011

УДК 06.08

С.В. ГАРМАШ, ст. викл., НТУ «ХПІ», Харків

ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНІЗАЦІЇ

Жоден процес управлінської діяльності не обходиться без комунікацій між людьми, тому застосування в управлінській діяльності практик нейролінгвістичного програмування є необхідною передумовою ефективного функціонування організації.

Any process of managing activity is accompanied with communication between people. That's why using means of neuro-linguistic programming in activity of any manager is necessary precondition of effective functioning of any organization.

Ключові слова: нейролінгвістичне програмування, суб'єктивний досвід, ефективні комунікації, менеджмент організації.

Вступ Ефективна діяльність будь-якої організації вимагає вироблення напрямку її розвитку. Саме тому працівники відділу управління персоналом повинні вміти сформулювати поставлені цілі організації і знайти засоби їх досягнення та реалізації на кожному етапі. Це вимагатиме від них знання принципів планування і прийняття рішень, вирішення конфліктів і т.ін.

Інструментом впливу на діяльність підлеглих виступає можливість керівника вплинути на рівень задоволення їхніх активних потреб. Всі форми впливу та влади спонукають людей виконувати бажання іншої людини, задовольняючи тим самим активні потреби. Люди очікують та передбачають наслідки тієї чи іншої поведінки. Керівник чи особа, яка здійснює вплив, також передбачає ефект свого впливу на поведінку виконавця.

Постановка завдання полягає в можливості ефективного застосування в управлінській діяльності практик нейролінгвістичного програмування.

У роботі менеджера слід застосовувати не тільки психологічні прийоми, але і психотерапевтичні, зокрема метод нейролінгвістичного програмування.

Методологія НЛП не претендує на роль об'єктивної істини. Це модель, і вважається, що моделі повинні бути корисними.

НЛП – нейролінгвістичне програмування – це метод психотерапії, створений на стику неврології та лінгвістики, заснований на факті потужного впливу мовних форм і структур на свідомість та підсвідомість людини. З самого початку, будучи створеним як медична наука про здорове мислення, нейролінгвістичне програмування майже відразу зробило крок з медицини в бізнес, управління, рекламу і багато інших областей життя.

«Нейро» - це частина складних слів, що вказує на ставлення до нервової системи. У даному випадку вона означає основну ідею НЛП: наша поведінка бере початок в нервових процесах, пов'язаних із зором, слухом, дотиком і особливостями розумових процесів.

«Лінгвістичне» - складова назви підкреслює роль мови комунікації та впливу на адресата.

«Програмування» вказує на цілеспрямованість впливів і наявність певної програми для досягнення мети.

Першооснови НЛП були розроблені приблизно в 1973 році Річардом Бендлером і Френком Пьюселіком, на той час студентами, та Джоном Гріндером, професором лінгвістики, в співпраці з відомим вченим Грегорі Бейтсоном. В кінці 1980-років з НЛП виділилися ще декілька груп з своїми, оригінальними підходами. Серед них можна назвати Тоні Роббінса, батька лайф-коучинга, Тодда Джеймса, що розвиває підхід під назвою «терапія на лінії часу» і Роберта Ділтса, який створив школу, відому як «Системне НЛП».

Основні принципи НЛП ґрунтуються на тому, що у людини є безліч природних, корисних і необхідних фільтрів. Мова - це фільтр. Це карта людських думок і переживань, відокремлена від реального світу. Наші переконання теж діють як фільтри, змушуючи нас діяти певним чином і звертати увагу на одні речі на шкоду іншим. НЛП пропонує деякий спосіб думати про самих себе і про навколишній світ, воно само є фільтром. Щоб застосовувати НЛП, людина не зобов'язана змінювати свої переконання або цінності, просто потрібно бути цікавим і готовим до експерименту.

Техніки нейролінгвістичного програмування - це особливим чином організовані послідовності дій, які відповідають наступним чотирьом умовам: вони працюють, даючи ті результати, для котрих вони призначені; опис слідує техніці «крок-за-кроком», так що техніка може бути освоєна і відтворена кожним, навіть не маючим спеціальної освіти; у всіх вправах закладений критерій витонченості, тобто використовується мінімальна кількість кроків для досягнення результату; техніки не залежать від конкретного змісту, тому є універсальними.

Кожна техніка НЛП передбачена для вирішення тієї чи іншої проблеми. Глобальне завдання НЛП – привести людину до вирішення проблеми.

НЛП іноді визначають як емпіричну епістемологію. Останнє означає, що воно спирається на особистий досвід та спостереження.

Багато прихильників НЛП вважають, що воно ближче до технології, ніж до науки, і часто відносять його до подібності інженерії, оскільки НЛП намагається відповісти на питання «що працює?», а не на питання «що істинне?». Вони б сказали, що прагнуть створювати практичні моделі і зручні підходи, коли поведінкова гнучкість розглядається як ключ до успіху.

У НЛП мається на увазі, що структура особистого досвіду глибоко індивідуальна. Тобто ця структура унікальним чином розвивається протягом власного життя людини під впливом різних внутрішніх і зовнішніх чинників. Тому жоден з методів НЛП не слід поширювати на всіх людей.

Первинною сферою застосування нейролінгвістичного програмування була сфера мовних і комунікативних явищ в психотерапевтичному процесі. НЛП вчить, що наш досвід формується із відчуттів, сенсорних репрезентацій і фізіологічних особливостей людини. У НЛП немає обмеження щодо того, що може бути передано в рамках або за допомогою сенсорних систем, допускається можливість синестезії, іншими словами, переживання однієї форми відчуттів усередині іншої сенсорної системи. Таким чином, в НЛП вважається, що допустимо і логічно досліджувати сам суб'єктивний досвід людини. Наслідком даного факту стала широка варіація явищ, в яких застосовується НЛП.

НЛП використовується для отримання і застосування ефективних способів зміни своєї поведінки, психоемоційного стану і світосприймання в цілому. За задумом його творців, воно призначене для того, щоб надати практиці нейролінгвістичного програмування комплекс переконань і прийомів роботи із собою й іншими людьми для оптимального і ефективного виконання задач найрізноманітнішого масштабу й

індивідуальної значущості - від успішного здійснення повсякденних поведінкових актів до визначення своїх цілей у довгостроковій перспективі. У нейролінгвістичному програмуванні інтерес представляє те, як окрема людина мислить і переживає навколишній світ. При цьому в НЛП прагнуть надати як інструмент набір основних переконань, в які, на думку творців НЛП, корисно повірити. При цьому, враховуючи спрямованість на суб'єктивний досвід, акцент робиться на тому, які переконання для людини саме «суб'єктивно корисні», а не які і якою мірою відповідають «істині».

В рамках дослідження нас більше цікавлять аспекти НЛП, пов’язані з процесом управління колективом.

Жоден процес управлінської діяльності не обходиться без комунікацій між людьми, отже глибоке розуміння комунікаційного процесу, а також вміння схиляти співробітника або групу до власної думки, нормалізуючи тим самим процес роботи організації, є вкрай важливим в роботі менеджера.

Мета комунікації – добитися точного розуміння суті повідомлення, що передається. Значення комунікації полягає в досягненні відповідної реакції. Вважатимемо ефективною ту комунікацію, при який: точно передається значення повідомлення; встановлюється зворотний зв'язок з одержувачем інформації. НЛП є одним із засобів навчання ефективному спілкуванню. В НЛП існує цілий набір технік, що дозволяє управлінцю удосконавлювати свою майстерність комунікації. Всі вони були засновані на базових передумовах НЛП і на результатах спостереження за людьми, що досягли видатних успіхів в певній області. Застосовуючи техніки НЛП, можна добитися не тільки головної мети комунікації – адекватного сприйняття повідомлення, що передається, але і зробити сам процес спілкування комфортним для обох співбесідників. Прийнято вважати, що в основі спілкування лежить довіра співбесідників один до одного. Рівнем довіри визначається якість комунікації. В НЛП довіра підрозділяється на свідоме і несвідоме (підсвідоме). Свідома довіра пов'язана з тим, наскільки добре співбесідники знають один одного. Але більшою мірою на якість комунікації впливає несвідома довіра. За даними, приведеними А. Любимовим, співвідношення впливу свідомого і несвідомого довір'я на результат спілкування складає 1/6:5/6 [1].

Існує також ряд нейролінгвістичних прийомів комунікації для застосування їх до спілкування з групою осіб, в тому числі і трудового колективу. З. Горін виділяє такі прийоми приєднання до групи, як: приєднання до емоцій (напр., якщо у групи веселий настрій, оратор демонструє, що у нього теж), приєднання по ритму (напр., вести виступ в ритмі, заданому музикою, яку група прослуховувала перед зустріччю), приєднання на рівні розділення цінностей («мене, як і вас, турбує»), приєднання на рівні розділення реальності (оратор повідомляє групу, що він бачить, чує, відчуває те ж, що і група), приєднання за шаблоном «5-4-3-2-1» (прийом, узятий з еріксоніанського гіпнозу) [2].

Такі прийоми «приєднання» часто свідомо або несвідомо застосовують вітчизняні політики, змінюючи наголос у словах або навіть самі слова, що можна визначити «політичним кокетством» або звичайною безграмотністю.

Спостерігаючи за людьми, засновники НЛП Дж. Гріндер і Р. Бендлер помітили, що різні люди сприймають навколишній світ по-різному і відповідно до цього вибудовують свою поведінку. Узагальнивши ці дані, вчені побудували модель людського сприйняття, засновану на понятті репрезентативних систем. Згідно цієї моделі, вся інформація, яку людина одержує із зовнішнього середовища, поступає до нього по трьох каналах: візуальному (В) – те, що людина бачить, аудіальному (А) – те, що людина чує, і кінестетичному (К) – все, що людина відчуває. До кінестетичного каналу відносяться тактильні відчуття (відчуття шкірою), олфакторні (запах), густаторні (смак), проприоцептивні (відчуття тіла) і вестибулярні (відчуття рівноваги). Також до кінестетичного каналу відносять власне відчуття, т. з. емоції. Це пояснюється тим, що емоції самі по собі не існують, вони мають які-небудь зовнішні прояви, як правило пропріоцептивні (наприклад, страх може виражатися як тяжкість в ногах і прискорене дихання, хвилювання – як відчуття колення в животі і т. д.) Так, поступивши через зовнішні органи чуття, інформація обробляється відповідною репрезентативною системою.

Другий важливий момент в організації спілкування – це рівні і дистанції спілкування. Знання глибинної структури мови може допомогти управлінцю правильно будувати свою мову, найбільш чітко передаючи значення повідомлення, а також бачити спотворення значення в повідомленні співбесідника і вірно реагувати на них. «Якщо ми навчимося виділяти з мови співбесідника подібні мовні схеми і шаблони і усвідомлювати обмеження, які накладаються ними, ми зможемо найбільш осмислено реагувати на почуття» [3].

Результати дослідження В роботі менеджерів дуже важливий принцип, відповідний прояву гнучкості: «якщо те, що ви робите, не спрацьовує, спробуйте зробити що-небудь інше». В спілкуванні важливо бути гнучким в словах, мисленні, сприйнятті і поведінці. Сенсорна гострота дозволяє бути гнучким в сприйнятті. У гнучкої поведінки є переваги: нова поведінка викликає і нову відповідну реакцію, і, можливо, ви доб'єтеся бажаного результату, використовуючи різні нові способи поведінки.

Таким чином, застосовуючи техніку НЛП в управлінні колективом організації, можна управляти підлеглими, а також продуктивно приймати участь в процесі ділового спілкування. Здібність підстроювати свою власну мову під предикати інших є дуже важливою при встановленні довірчих відносин, що має сенс при тривалій спільній роботі. Результат зміни мови менеджера з метою підстроїтися під людину, з якою він спілкується, має дві сторони: перше, людина починає себе вільніше відчувати в спілкуванні з ним, починає більш довіряти керівнику. Друге, менеджер створює навколишнє середовище, яке сприяє більш ефективним результатам спілкування та роботи.

Висновки НЛП є незамінним помічником в управлінні та бізнесі. Це підвищення ефективності внутрішніх і зовнішніх комунікацій компанії і підтримка управлінських рішень.

Можна говорити про два варіанти використовування НЛП в компанії: особисте

й інституційне. Під особистим застосуванням мається на увазі застосування НЛП окремим топ-менеджером або групою менеджерів. В цьому випадку НЛП використовується індивідуально або стає частиною організаційної культури. Такий варіант використовування дає достатньо швидкий і добре відчутний ефект. Найважливішим елементом в цьому випадку є навчання і «емоційне зараження».

Відповідно, запровадження НЛП як профільної технології вимагає серйозної роботи з системою цінностей і мотивації. У тих випадках, коли система цінностей в компанії відповідає технології, її необхідно впровадити.

Таким чином, для менеджера дуже важливо мати вплив на людей, з якими він має спілкуватися в процесі роботи. Як керівник, менеджер практикує різноманітні засоби психологічної дії на тих людей, які оточують його в процесі ділового спілкування. Ефективність керівника – це здатність його знайти спільну мову зі всіма своїми підлеглими. Менеджер має також спілкуватися з партнерами та клієнтами. Всі ці зв'язки мають давати найбільш відчутний ефект у практиці ділового спілкування. Для поліпшення його менеджер все частіше користується технікою НЛП, оскільки вона з'єднує в собі візуальні, кінестетичні, аудіальні та лінгвістичні види впливу на людину. Що має на меті досягнення бажаного результату не тільки на особистісному рівні, а буде корисним і для організації в цілому.

Список літератури: 1. *Любимов А.Ю.* Мастерство коммуникации. – М.: Издательство «КСП+», 1999. **2.** *Горин С.А.* Техники россыпью. – М.,: Издательство «КСП+», 2001. **3.** *Алдер Х.* НЛП: современные психотехнологии: перевод с английского *А.Говорунова* – СПб: Издательство «Питер»,2000.

Подано до редакції 20.04.2011

УДК 628.68

С.П. МОСТОВИЙ, к.ф.-м. наук, НТУ «ХПІ», Харків
Е.П. ЧЕКАЛІНА, к.е.н., доц. НТУ «ХПІ», Харків
Н.Г. СІКЄТІНА, асистент НТУ «ХПІ», Харків
І.І. ЄМЧЕНКО, магістр НТУ «ХПІ», Харків

ФОРМУВАННЯ РІВНЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В статті розглядаються питання соціально-економічного розвитку підприємства.

In the article are considered a questions of social-economical development of enterprize.

Ключові слова: соціально-економічний розвиток підприємства, метод збалансованих оціночних звітів, соціально - кваліфікаційна структура персоналу, мотивація працівників підприємства.

Вступ. Становлення та розвиток національної економіки визначає об'єктивну необхідність набуття більш глибоких знань та вмінь практичного використання закономірностей трансформаційних перетворень. Акцентом сучасного етапу управління

економікою є активізація процесів розвитку на промислових підприємствах України. Однак, майже повна відсутність комплексних наукових розробок, спрямованих на вирішення проблем управління розвитком, не дозволяє здійснювати ефективне управління соціально-економічним розвитком на базі накопиченого досвіду, сучасного стану і стратегічних цілей діяльності суб'єктів господарювання.

Постановка завдання. Теоретичною основою наукових досліджень проблематики розвитку підприємств стали роботи Л. Маслоу, Ф. Герцберга, Д. Макгрегора, Л. Лайкерта, К. Аджириса, У. Бенніса, Р. Бекхарда, Г. Лінніта, В. Френча, С. Белла, Т. Камінге, Х. Уорлея, М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедуорі, Т. Норберта. Незважаючи на значний інтерес до окресленої проблематики з боку науковців та фахівців, система ефективного управління соціально-економічним розвитком підприємств чітко не окреслена. Крім того, відсутня загальновизнана точка зору щодо основних індикаторів соціального та економічного розвитку промислових підприємств, методології його діагностики та вибору ефективного інструментарію управління діяльністю господарюючих суб'єктів для забезпечення активізації їх соціально-економічного розвитку.

Існуючі сьогодні методики оцінки ефективності розвитку підприємств промисловості не орієнтовані на процес управління цим складним полісистемним явищем, а виступають лише інструментом одномоментної фіксації досягнутого рівня ефективності.

Методологія. Визначення рівня соціально-економічного розвитку являється складним завданням, так як процес визначення соціальних та економічних факторів впливу на діяльність підприємства потребує певних ресурсів, часу і, взагалі, для кожного підприємства він різний, в залежності від цілей. Більш доцільним, слід приймати розрахунок окремо рівня соціального та окремо економічного розвитку, а після цього робити необхідні висновки.

Методикою аналізу та оцінки процесів економічного розвитку можна вважати метод збалансованих оціночних звітів (Balanced Scorecard чи BSC), розроблений у середині 90-х років Р. Капланом та Д. Нортоном [1]. Ця методика призначена для аналізу ефективності функціонування підприємств протягом тривалих проміжків часу та використовує високорівневі економічні співвідношення у поєднанні з традиційними фінансовими показниками, що дозволяє більш точно прогнозувати довгостроковий успіх підприємства. Аналітичні коефіцієнти в рамках методики носять назву оціночних індикаторів та, на думку авторів, сприяють управлінню вартістю бізнесу.

Методика BSC визначає чотири перспективи підприємства, які дозволяють більш точно визначити, наскільки ближче підійшла компанія до досягнення своїх цільових орієнтирів:

1) маркетингова (споживча) перспектива (як споживачі оцінюють діяльність підприємства);

2) внутрішня перспектива (які бізнес-процеси можуть забезпечити підприємству конкурентні переваги);

3) фінансова перспектива (як оцінюють бізнес власники);

4) перспектива розвитку (навчальна) (яким чином досягти подальшого успіху).

Крім того, методика дозволяє оцінювати такі параметри розвитку підприємства, що безпосередньо не пов'язані з його фінансовими результатами, наприклад, рівень професіоналізму співробітників чи гудвіл компанії в очах споживачів [2].

Рівень соціального розвитку можна охарактеризувати за допомогою наступних показників:

1) аналіз соціально-кваліфікаційної структури персоналу;

2) аналіз системимотивації;

3) аналіз умов праці та охорони здоров'я працівників;

4) аналіз соціально-культурних і житлово-побутових умов працюючих.

Соціально - кваліфікаційна структура характеризується часткою різних категорій працівників та кваліфікаційних груп. Зрушення в соціальній структурі є переважно результатом науково-технічного прогресу, який підвищує вимоги до рівня професійної і загальноосвітньої підготовки. Показники соціально-кваліфікаційної структури повинні також відображати організацію перекваліфікації та працевлаштування вивільнених працівників.

Система мотивації повинна бути справедливою та включати в себе не тільки матеріальне, а й моральне заохочення.

До основних показників соціального розвитку підприємства можна віднести:

1) показники праці й охорони здоров я;

2) показники культурних і соціально-побутових умов;

3) показники соціальної стабільності;

4) показники культурно-масових заходів.

Результати дослідження. Проаналізувавши вище наведені показники можна зробити висновок про рівень соціально-економічного розвитку організації. Незважаючи на те, що процес визначення рівня соціально-економічного розвитку передбачає оцінку економічного розвитку окремо від соціального, їх взаємозв'язок є очевидним – для ефективного економічного розвитку підприємству потрібен персонал, а персоналу в свою чергу необхідно мати соціальну допомогу від підприємства. Тому керівництву підприємства необхідно обирати такі шляхи розвитку, які впливають не тільки на економічний, а й на соціальний розвиток.

Висновок. Пропоновані рекомендації дозволять оцінювати економічний розвиток підприємства у взаємозв'язку з його соціальним розвитком, тобто враховувати у стратегічній діяльності такий фактор підвищення економічної ефективності, як соціально-економчний розвиток.

Список літератури: 1. *Ольве Н., Рой Ж., Веттер М.* Оценка эффективности деятельности компании. Практ. руководство по использованию сбалансированной системы показателей: Пер. с англ. [Текст] / *Ольве Н., Рой Ж., Веттер М.* - М.: Издательский дом "Вильямс", 2004. - 304 с. **2.** *Веклич О.* Формування економічного механізму сталого розвитку України (Теоретико-конституційні засади) [Текст] / *О. Веклич* // Вісн. Нац. банку України. - 2000. - №: 2. - С.3-16.

Подано до редакції 20.04.2011

УДК 330.15

О.В. БАЛАХОНОВА, к.э.н., ОНУ имени И. Мечникова, Одесса

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ СЕТИ ОХРАНЯЕМЫХ ТЕРРИТОРИЙ

В рамках исследования сформулирован концептуальный подход к управлению и оценке эффективности региональной сети особо охраняемых природных территорий.

Conceptual approach is worded within the framework of study to management and estimation to efficiency to regional network specifically protected natural territory.

Ключевые слова: управление, эффективность.

Введение С учетом возрастания угроз природных катаклизмов, интенсивного освоения природных ресурсов и их истощения особо охраняемые природные территории (ООПТ) и оказываемые ими экосистемные услуги будут все более востребованы обществом.

В настоящее время потенциал ООПТ как участника социально – экономического развития территории недостаточно востребован в силу отсутствия согласованных перспектив их развития, низкоэффективной системы координации деятельности, систематического долгосрочного и среднесрочного планирования, методов и механизмов управления и четких критериев оценки их социально – экономической эффективности.

Анализ публикаций В данной статье автор опиралась на работы: Амоши А., Захарченко В.[2], Кравцова В., Меркулова Н. и др.

Постановка задачи Важнейшим условием эффективного управления как отдельно взятой ООПТ, так и их сетью является наличие четко поставленных целей и задач функционирования. Главной целью управления ООПТ является долговременное сохранение их уникальных свойств (экологических, эстетических, культурных) и решение социально – экономических проблем региона.

Управление – сознательное целенаправленное воздействие со стороны субъектов, руководящих органов на людей и экономические объекты, осуществляемое с целью направить их действия и получить желаемые результаты [1].

Из этого следует, что главным является не подробное описание исследуемого объекта, а изучение его основных свойств, выявление общих законов, связей для того, чтобы обеспечить принципиальную возможность установления новых знаний на основе развития системного подхода через применение органически взаимосвязанных методов синтеза и анализа.

В этой связи предметом исследования является возможные подходы к управлению ООПТ, которые можно определить как способы воздействия на региональную сеть ООПТ как участника социально – экономической системы для реализации поставленных задач с учетом их своевременности и целесообразности (рис.1).

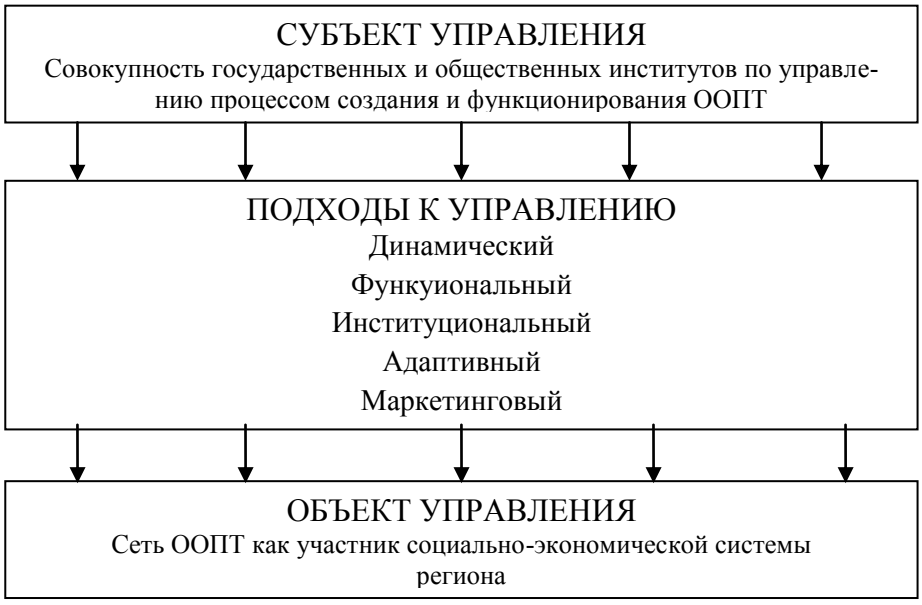

Рис. 1 - Развитие системного подхода к управлению региональной сетью ООПТ

Результаты исследований Рассмотрение методов управления в рамках динамического подхода проводится с учетом накопленного опыта создания и организации деятельности ООПТ для сохранения окружающей природной среды. Использование методов динамического подхода способствует тому, что система управления постоянно имеет точные данные об изменении состава региональной сети ООПТ в текущем промежутке времени. Полученная информация является основой для составления статической отчетности, ее дальнейшего использования при осуществлении программно – целевого планирования регионального развития. Развитие динамического подхода в управлении выражено в том, что информации о состоянии региональной сети ООПТ отражается в Реестре ООПТ, итоги их деятельности – в официальных изданиях статистической информации [2].

В рамках функционального подхода управление деятельностью ООПТ рассматривается как совокупность функций по охране окружающей природной среды и ее экстенсивному использованию при оптимальных соотношениях между экологией и экономикой.

Использование данного подхода позволяет выявить уровень соответствия функций ООПТ кругу решаемых задач через определение количественных и качественных факторов, влияющих на выполнение задач, разработку показателей их оценки, проведение мониторинга процессов и показателей эффективности их деятельности.

В части оценки использования данного подхода к управлению ООПТ Одесской области можно отметить, что не весь функционал, определенный системой управления, выполняется в должной мере. Если по выполнению ряда функций по сохранению биоразнообразия и экосистем можно отметить удовлетворительное состояние, то выполнение ряда управленческих функций находится на неудовлетво-

рительном уровне либо вообще не выполняются.

В частности, практически не обеспечены управленческие функции по научно – методическому и кадровому обеспечению системы управления ООПТ, отсутствуют объекты инфраструктуры поддержки, вследствие чего отмечена низкая кадровая и информационно – аналитическая обеспеченность управленческих процессов.

Применение институционального подхода в управлении деятельностью ООПТ позволяет определять формальные и неформальные ограничения системы управления, а также факторы принуждения системы к выполнению решаемых задач.

Деятельность ООПТ регулируется формальными ограничениями, задаваемыми законодательным путем через принятие нормативно – правовых актов и их выполнение. Так, деятельность ООПТ на региональном уровне регулируется через механизмы национального и регионального законодательства, которым устанавливаются полномочия регулирующих органов, режимы природопользования, определяется ответственность за нарушения этих режимов, принимаются программные решения по развитию ООПТ.

В рамках неформальных ограничений выступают соглашения, достигнутые между регулирующими органами и представителями общественности и деловых кругов региона. Закрепление этих намерений позволяет совместно осуществлять природоохранные и экологические мероприятия, вести совместную деятельность в границах ООПТ. Развитие таких отношений позволяет сформировать и укрепить инфраструктуру поддержки деятельности по развитию ООПТ. В рамках институционального подхода подразумевается взаимодействие как государственных, так и общественных и деловых сообществ. В этой связи отмечаем, что при полной представленности государственных органов управления другие участники процесса – общественные организации, деловые сообщества и проч. в регионе практически не представлены.

Управление на основе адаптивного подхода позволяет учесть и оценить возможности преобразования системы управления ООПТ. В том числе оценить способность осуществлять изменения с сохранением основного предназначения ООПТ с учетом востребованности экосистемных и рекреационных услуг.

Таким образом, использование адаптивного подхода позволяет сфокусировать внимание на определенных проблемах и определении путей их решения, придать новый импульс для поддержания и их развития в будущем, повысить их важность в социально – экономическом развитии региона.

Результаты исследований проблем функционирования ООПТ показали, что в силу ограниченности возможностей государства по поддержке и развитию ООПТ необходим поиск новых методов управления для решения задач по ресурсному обеспечению их деятельности.

Маркетинговый подход к управлению ООПТ определяет ориентацию уже созданных и планируемых к созданию ООПТ на удовлетворение потребностей населения в рекреационных услугах и продукции, их продвижение к потребителям,

расширение их предложения на рынке. В целом использование маркетинговых методов управления является новым для этой сферы, отказ же от их использования приведет в конечном итоге к недоиспользованию или утрате ресурсов ООПТ.

Признание важности развития управленческой функции в процессе управления развития управленческой функции в процессе управления развитием и функционированием сети ООПТ как участником социально – экономического развития региона позволяет утверждать, что результативность ее деятельности должна определяться с позиции эффективности, определяемой многокритериальным и многоуровневым способом (рис.2) [3].

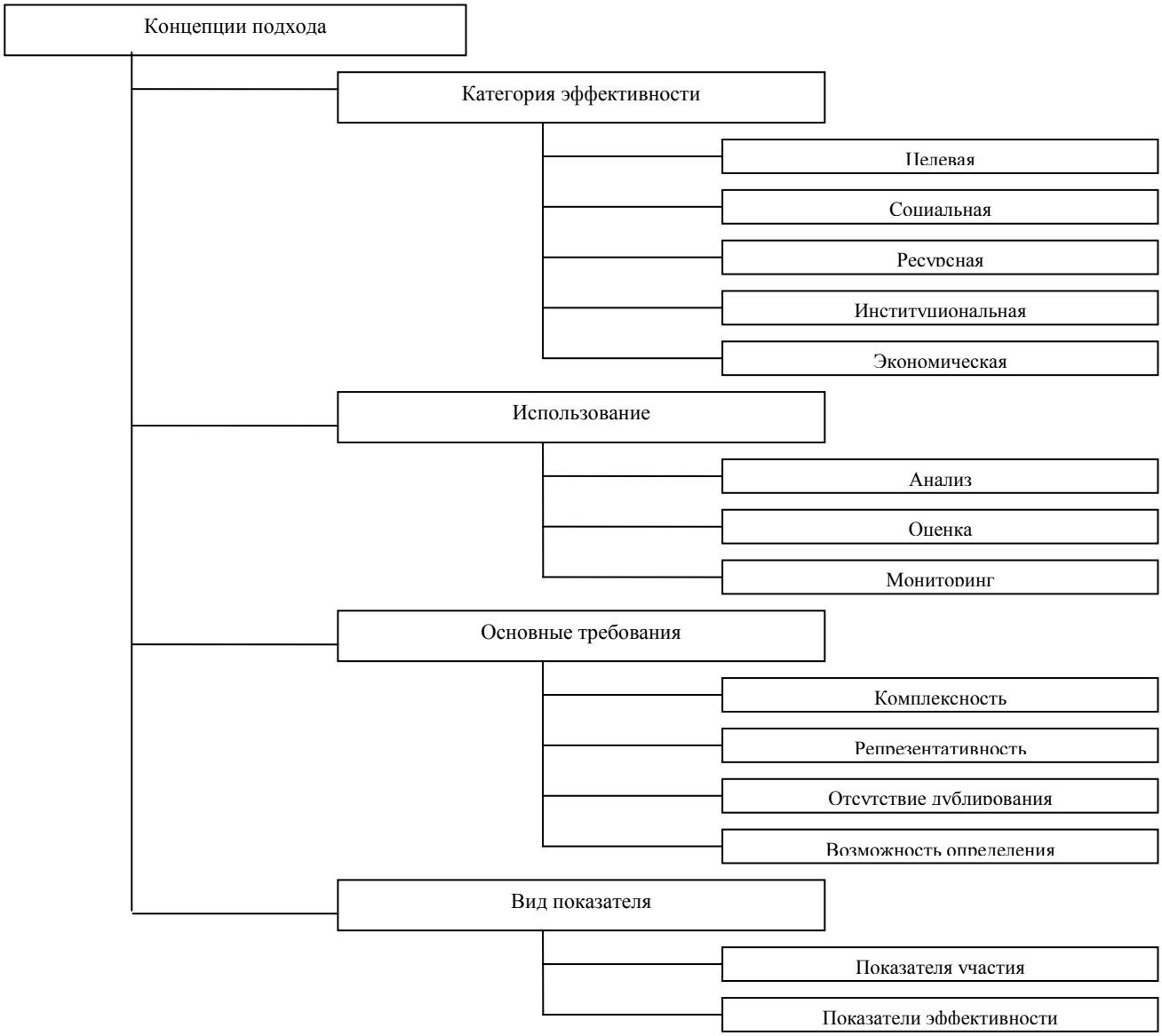

Рис.2 - Концепция подхода к определению критериев эффективности ООПТ как участника социально – экономического развития региона

Основными свойствами любой системы являются измеримость и эффективность. При этом измеримость – это способность системы измерять свои характеристики, а эффективность – это способность решить проблему с помощью данной системы.

В качестве критериальных оценок эффективности процесса управления ООПТ

как участника социально – экономического развития региона предполагается рассмотрение следующих категорий эффективности:

- целевая эффективность;
- социальная эффективность;
- ресурсная эффективность;
- институциональная эффективность;
- экономическая эффективность.

Критерий целевой эффективности – это степень соответствия функционирования сетей ООПТ ее целевому назначению. В этом случае целеполагающим субъектом выступают государство и общество, а основной целью является достижение экономического благосостояния населения в сочетании с экологической безопасностью. Относительно регионального уровня целью функционирования сети ООПТ региона является решение социально – экономических задач в неразрывной связи с осуществлением адекватных мер по защите и улучшению окружающей среды, сбережению и восстановлению природных ресурсов.

Эффективность с точки зрения социального благосостояния, обеспечивающего ООПТ, выражается в том, что их деятельность сказывается не только на отдельных индивидах, но и на всем обществе в целом, при этом их деятельность соответствует принципу неисключаемости из общественного потребления.

Под ресурсной эффективностью понимается степень экстенсивности использования ресурсов ООПТ, выраженная через объемы выпуска продукции (товаров, услуг) и затраты на их производство с учетом безусловного фактора сохранения экологического баланса.

Институциональная эффективность – достаточно новая категория, роль ООПТ может трактоваться с позиции соответствия ее функционирования устойчивым оживаниям, предъявляемым государством и обществом. Учет институциональной эффективности предполагает расширение горизонтов оценки до момента безусловного обеспечения условий устойчивого развития. Отказ от институциональных преобразований и совершенствования в конечном итоге может нанести существенный урон как в экономике и социальной сфере, так и окружающей природной среде как основе национального благосостояния.

Понятие экономической эффективности опирается на учет платежеспособного спроса на продукцию и услуги ООПТ, предъявляемого рынком, и связанной с этим полезностью и их предложением. Регулирование спроса и предложения продукции и услуг должно основываться на определении допустимой степени экстенсивности использования ресурсов ООПТ

Вывод Таким образом, в соответствии с предложенным концептуальным подходом к оценке эффективности результативной может быть признана деятельность ООПТ как участника социально – экономического развития региона, имеющая инновационный характер, являющаяся доходной с точки зрения максимизации общественного благосостояния и поддерживающая безусловное качество окружающей при-

родной среды.

Для обеспечения скорейшего перехода из сегодняшнего состояния в новое, более качественное, с учетом расширения круга решаемых задач, необходимо внедрение организационно – экономических инноваций в существующий механизм управления развитием и функционированием ООПТ.

Список литературы: 1. Большой экономический словарь // *Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.* – М.:ИНФРА – М, 2006. **2.** *Захарченко В.И., Меркулов Н.Н.* Инновационная система региона /*В.И.Захарченко, Н.Н.Меркулов.* – Одесса: Наука и техника, 2005. **3.** Мезоэкономика переходного периода: рынки, отрасли, предприятия. – М.: Наука, 2001. **4.** *Янукович В.Ф.* Социально-экономическое развитие региона: проблемы и пути решения /*В.Ф.Янукович.* – К.: Наукова думка, 2002.

Подано до редакції 27.04.2011

УДК 334.012.64

Н.І. НЕЧИВІЛОВА, аспірант НТУ «ХПІ», Харків

КОНЦЕПТУАЛЬНЕ ОСМИСЛЕННЯ БАЗОВИХ КАТЕГОРІЙ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ «МАЛИЙ БІЗНЕС», «МАЛЕ ПІДПРИЄМНИЦТВО», «МАЛЕ ПІДПРИЄМСТВО»

В статті проаналізовано основні теоретико-методологічні підходи та законодавча база України щодо визначення базових категорій підприємницької діяльності «малий бізнес», «мале підприємництво», «мале підприємство». Запропоновано авторське визначення категорії «малий бізнес».

The basic theoretical and methodological approaches and legislative base of Ukraine are analysed in the article, in respect of determination of base categories of entrepreneurial activity "small business", "small enterprise". Authorial determination of category is offered "small business".

Ключові слова: малий бізнес, мале підприємництво, мале підприємство, малі та середні підприємства, суб’єкти малого підприємництва, суб’єкти середнього підприємництва, суб’єкти великого підприємництва.

Вступ. Розвиток національної економіки в ринкових умовах передбачає активізацію економічної діяльності малих підприємств, здатних істотно впливати на структурну перебудову економіки країни, підвищувати загальні обсяги виробництва, сприяти раціональному використанню всіх ресурсів, створювати сприятливе середовище для розвитку конкуренції та усунення монополізму, посилювати стимули до інноваційних процесів і високоефективної праці. Посилення процесів глобалізації світової економіки під впливом диференціації потреб споживачів та способів їх задоволення підвищує роль малих підприємств в економіці країни. Адже малі і середні підприємства вважаються найбільш динамічними та інноваційними суб’єктами ринкових відносин.

Вагомий внесок у дослідження малого підприємництва, діяльності малих та середніх підприємств зробили З.С. Варналій, Л.І. Воротіна, В. Кредісов, О.Кужель,

К.МЛяпіна, Д.В.Ляпін, В.Ляшенко, С.К. Реверчук, С. Соболь, А.Чухно та інші.

Постановка завдання. Незважаючи на велику кількість проведених досліджень, існує невизначеність і певна неузгодженість між науковцями щодо основних понять і категорій підприємницької діяльності. Перш за все, на нашу думку потребують ретельного і комплексного дослідження такі категорії як «малий бізнес», «мале підприємництво», «мале підприємство». Метою даної статті є аналіз теоретико-методологічних підходів та законодавчої бази України до визначення цих категорій, на підставі чого навести власне визначення категорії «малий бізнес».

Методологія. Теоретичною і методологічною основою статті є положення і висновки сучасної економічної теорії, наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених з проблем становлення й розвитку малого підприємництва. Процес дослідження базується на діалектичному методі на підставі використання таких прийомів пізнання як системний підхід, аналіз і синтез, індукція та дедукція.

Результати дослідження. У вітчизняній літературі достатньо змістовне визначення понять «мале підприємництво» та «малий бізнес» зроблено З. Варналієм. Мале підприємництво, – за З. Варналієм, – це самостійна (за рахунок власних коштів) систематична інноваційна діяльність громадян-підприємців та малих підприємств на власний ризик з метою отримання підприємницького доходу (надприбутку) [1, с.23]. Водночас малий бізнес – це діяльність будь-яких малих підприємств та окремих громадян (фізичних осіб) з метою одержання прибутку. Практично це будь-яка діяльність зазначених суб'єктів господарювання, спрямована на реалізацію власного економічного інтересу. Не обов'язково це має бути особливо ризикова та інноваційна діяльність на засадах повної економічної відповідальності [1, с.25]. Саме в цьому чиннику З. Варналій вбачає різницю між поняттями «мале підприємництво» та «малий бізнес».

Такої ж точки зору придержується й В. А. Кредісов, який вважає, що доцільно розрізняти ці два поняття. «Мале підприємництво передбачає не просто відносно невеликі розміри підприємства та масштаби господарської діяльності, а й його обов’язкове базування на особливо ризикованій та інноваційній основі, на повній економічній відповідальності, на персоніфікованих і гнучких методах управління й організації відтворення з метою отримання максимального підприємницького прибутку з одиниці затраченого капіталу [2, с.7]»

Як зазначають Довгальова О.В. та Балабенко О.В.: «Мале підприємництво – особлива форма економічної активності, що передбачає орієнтацію на досягнення комерційного успіху; інноваційний та ризиковий характер діяльності; перспективність спрямування на подальший розвиток, розширення масштабів і сфери діяльності; свободу та самостійність суб’єктів у прийнятті управлінських рішень та здійсненні бізнесу; майнову відповідальність підприємця за результати господарювання; постійний характер господарської діяльності, укладання регулярних, а не одноразових угод [3, с.14]». І вони теж погоджуються з тим, що діяльність малого бізнесу не обов’язково має бути ризикова та інноваційна. [3, с.15].

З наведених трактувань можна зробити висновок, що малий бізнес, представниками якого є малі підприємства та фізичні особи-підприємці, тільки набуваючи рис інноваційності та ризикованості, може бути віднесений до малого підприємництва.

Автори навчального посібника «Малий бізнес» Говорушко Т.А. та Тимченко О.І. пропонують таке визначення: мале підприємництво – це особлива система економічних відносин, за яких головною рушійною силою, суб'єктом господарювання є підприємець, котрий поєднує особові й матеріальні фактори відтворення на інноваційній основі, особистій ініціативі та економічній відповідальності й зацікавленості, ризику з метою одержання підприємницького доходу. Щодо визначення малого бізнесу, то в посібнику зазначається, що основу малого бізнесу становлять невеликі (малі) підприємства, характерними ознаками яких є незначна кількість штатних працівників та невеликі обсяги виробництва [4, с.12].

В своєму авторефераті Говорушко Т.А. уточнює визначення малого підприємництва як самостійну, на власний ризик, під власну майнову відповідальність ініціативу, діяльність власника, що характеризується прагненням до інновацій, незначними обсягами виробництва, ґрунтується на використанні економічних ресурсів та спрямована на отримання фінансово-економічного і соціального результату. Далі зазначається, що цей погляд ґрунтується на емпіричних дослідженнях, які свідчать, що мале підприємництво не можна трактувати як беззаперечно інноваційну діяльність. Інноваційна активність малих підприємств перебуває під впливом значної кількості чинників, які часто не сприяють реалізації підприємцем інноваційної функції. Тому більш доцільно вважати мале підприємництво діяльністю власника, що за певних сприятливих умов набуває інноваційного характеру. [5, с.10]

Достатньо обґрунтованим уявляється визначення малого бізнесу, як індивідуальної форми власності, яка характеризується незалежним менеджментом, власним капіталом, локальним районом операцій, малими розмірами; при цьому йому відводять роль у забезпеченні зайнятості та інноваціях (до винаходів малого бізнесу відносять літаки, аерозоль, гелікоптери, персональні комп'ютери та ін. [6, с.58]).

Перераховуючи сутнісні ознаки бізнесу та підприємництва в навчальному посібнику «Основи бізнесу», автори роблять висновок, що за сучасних умов високо конкурентних ринків неможливо реалізувати основну мету бізнесу (отримання прибутку) без використання нових ідей, застосування інновацій, властивих підприємництву якостей. [7, с.10]

Виходячи з вищенаведених міркувань, можна стверджувати, що малий бізнес і мале підприємництво максимально наближені за своїм економічним змістом, передусім – за ознакою інноваційності. Вважаємо цілком задовільним (за аналогією з роботами [6, с. 57; 8, с.46; 9, с.13; 10, с.425; 11, с.30]) таке формулювання: малий бізнес – мале підприємництво, в подальших своїх дослідженнях ці категорії будуть розглядатися як синоніми.

До того ж аналіз трактування цих категорій у законодавстві України показав що в

офіційних нормативно-правових документах не визначено поняття «малий бізнес», але є поняття «мале підприємництво», тобто в Україні ці поняття законодавчо теж ототожнюються.

Переважна більшість наукових визначень малого бізнесу чи малого підприємництва розглядає як головний критерій - одержання прибутку. Однак, в сучасних умовах господарювання на перший план виходить критерій забезпечення самозайнятості власника цього бізнесу, зайнятості членів його родини та знайомих-партнерів. Навіть в такій розвиненій країні як США, наприклад, при реєстрації свого бізнесу треба спочатку визначитися, чи буде він реєструватися як прибутковий, або ж як неприбутковий.

Тому пропонується наступне авторське визначення: малий бізнес або мале підприємництво – це підприємницька діяльність, яка здійснюється малими підприємствами відповідно до установлених законодавством критеріїв, а також громадян-підприємців, які ведуть самостійну господарську діяльність для забезпечення самозайнятості та зайнятості членів своєї родини та інших громадян на власний ризик, як правило, маючи за мету одержання прибутку.

В економічній літературі по-різному висвітлюються критерії віднесення підприємств до малого та середнього бізнесу. На підставі аналізу існуючих закордонних розробок і трактувань, можна зробити висновок, що загалом існує три підходи щодо визначення критеріїв віднесення підприємств до малого бізнесу – кількісний, якісний і комбінований.

Перша спроба узагальнити поняття «мале підприємство», «середнє підприємство», «велике підприємство» була зроблена у 1996 р. у країнах Європейського Союзу. На сьогоднішній день діють нові визначення категорій підприємств згідно з рекомендаціями Європейського Союзу прийнятими 6 травня 2003 року, які з 1-го січня 2005 року замінили встановлені рекомендації 1996 року (табл.1).

Слід зауважити, що сьогодні відсутні єдині критерії для всіх країн, за якими підприємства відносяться до малих.

Таблиця 1 - Класифікація підприємств згідно з рекомендаціями Європейського Союзу [12]

Підприємство	Показник			
	Кількість зайнятих на підприємстві	Річний оборот (виторг), гр. од.	або	Балансова вартість активів, гр. од.
Мікро	< 10	≤ 2 млн. євро (раніше не визначався)		≤ 2 млн. євро (раніше не визначався)
Мале	< 50	≤ 10 млн. євро (в 1996 7 млн. євро)		≤ 10 млн. євро (в 1996 5 млн. євро)
Середнє	< 250	≤ 50 млн. євро (в 1996 40 млн. євро)		≤ 43 млн. євро (в 1996 27 млн. євро)
Велике	> 250	> 50 млн. євро		> 43 млн. євро

В нашій країні першим законодавчим документом, за яким малі підприємства оцінювалися за критеріями, був Закон України «Про підприємства в Україні» від 27 березня 1991 р. № 887-XII. Саме в ньому зазначалося, що підприємство може бути

віднесене до малих (незалежно від форми власності) відповідно до чисельності його працівників та обсягу господарського обороту, але з диференціацією за видами діяльності (табл. 2)

Таблиця 2 - Кількісні характеристики підприємств за розміром згідно з Законом України «Про підприємства в Україні» [13, п.2, ст. 2]

Вид діяльності	Чисельність працівників, осіб
Промисловість і будівництво	< 200
Інші галузі виробничої діяльності	< 50
Наука та наукове обслуговування	< 100
Невиробнича діяльність	< 25
Роздрібна торгівля	< 15

У подальшому наведена у Законі система критеріїв не найшла підтвердження на практиці через економічну недоцільність.

З метою реалізації державної політики з питань розвитку і підтримки малого підприємництва, відповідно до Указу Президента України «Про внесення змін до Указу Президента України від 3 липня 1998 року № 727 «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 28.06.1999 р. № 746/99, спрощена система оподаткування, обліку та звітності запроваджувалася для таких суб'єктів малого підприємництва: - фізичних осіб, які здійснюють підприємницьку діяльність без створення юридичної особи і в трудових відносинах з якими, включаючи членів їх сімей, протягом року перебуває не більше ніж 10 осіб та обсяг виторгу від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 500 тис. грн. (згідно з Указом Президента України в редакції від 03.07.1998 р. розмір виторгу не повинен перевищувати 250 тис. грн.); - юридичних осіб - суб'єктів підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких за рік середньооблікова кількість працівників не перевищує 50 осіб і обсяг виторгу яких від реалізації продукції (товарів, робіт, послуг) за рік не перевищує 1 млн. грн [14].

У 2000 році було прийнято новий закон - Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19 жовтня 2000 р. № 2063 – III, згідно зі ст.1 якого суб'єктами малого підприємництва були визначені: фізичні особи, зареєстровані у встановленому законом порядку як суб'єкти підприємницької діяльності; юридичні особи - суб'єкти підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, в яких середньооблікова чисельність працюючих за звітний період (календарний рік) не перевищувала 50 осіб та обсяг річного валового доходу не перевищував 500000 євро [15].

На жаль, ні який з вище названих законодавчих документів не містив критеріїв, за якими визначалися середні та мікропідприємства.

З прийняттям 16 січня 2003 року Господарського кодексу України був сформований новий підхід до визначення критеріїв, за якими підприємства з 01.01.2004 р. залежно від середньооблікової чисельності працюючих і обсягу валового доходу від реалізації продукції (робіт, послуг) за звітний (фінансовий) рік могли бути

віднесені до малих, середніх або великих (табл. 3)

Рівень розвитку малих підприємств визначається, по-перше, їх місцем у структурі національної економіки (у порівнянні з середніми та великими підприємствами); по-друге, показниками їх стану в співставленні з аналогічними показниками малих підприємств в розвинених країнах. Це зумовило запровадження відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» № 523 – VI від 18.09.2008 нових критеріїв визначення малих, середніх і великих підприємств (табл.4).

Таблиця 3 - Класифікація підприємств за розміром згідно з Господарським кодексом України [16, п.7 ст. 63]

Підприємство	Показник	
	Середньооблікова чисельність працюючих, осіб	Обсяг валового доходу, гр. од.
Мале	≤ 50	≤ 500 тис. євро
Середнє	51 ÷ 1000	>500 тис. євро та ≤5 млн. євро
Велике	> 1000	> 5 млн. євро

Таблиця 4 - Класифікація підприємств за розміром згідно з Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності [17]»

Підприємство	Показник	
	Середньооблікова чисельність працюючих, осіб	Обсяг валового доходу, гр. од.
Мале	≤ 50	≤ 70 млн. грн.
Середнє	51 ÷ 250	> 70 млн. грн. та ≤ 100 млн. грн.
Велике	> 250	> 100 млн. грн.

Запровадження в Україні нових критеріїв визначення малих, середніх і великих підприємств, суттєво змінили значення показників, що характеризують стан, структурні параметри і тенденції розвитку вітчизняного малого бізнесу, спричинило їх непорівнянність з показниками попередніх років. Так застосування нових критеріїв визначення малих підприємств у порівнянні зі старими за розрахунками Соболя С.М. означає збільшення їх кількості на 10,1 %, кількості найманих на них працівників на 30,3 %, а обсягів реалізованої продукції (робіт, послуг) – на 705, 3% [18, с.48].

На нашу думку, доцільніше було б впровадити граничний розмір обсягу валового доходу не в національній валюті, а в євро, і виділити в окрему категорію мікропідприємство, що досі залишалося поза увагою законодавства.

Вказані недоліки незабаром може виправити уряд, робота якого над визначенням критеріїв класифікації суб'єктів підприємницької діяльності ще не набула логічного завершення. Так, 21 вересня 2011 р. Кабінет Міністрів України на чолі з пример-міністром Ю.М. Азаровим схвалив проект Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні», в якому зазначається, що суб'єкти господарювання залежно від кількості працюючих та обсягу доходу від реалізації продукції (товарів, послуг) за рік можуть належати до суб'єктів малого підприємництва, у тому числі до суб'єктів мікропідприємництва, середнього або великого підприємництва (табл. 5). Крім цього, п.7 ст. 63 ГКУ буде виключено, де

наводилася класифікація підприємств залежно від кількості працюючих та обсягу доходу від реалізації продукції (товарів, послуг) [19].

Згідно з цим законопроектом кількісні критерії приближені до критеріїв, які були введені з 1-го січня 2005 року в Європейському Союзі, що без сумніву є позитивним моментом з огляду на євро інтеграційні прагнення України, оскільки це позволить здійснювати коректне порівняння і оцінку розвитку вітчизняних малих та середніх підприємств з підприємствами країн Євросоюзу.

Таблиця 5 - Класифікація суб'єктів господарювання згідно з проектом Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» [19]

№	Суб'єкти господарювання		Показник	
			Середньооблікова чисельність працюючих, осіб	Обсяг валового доходу, гр. од.
1.	Суб'єкт мікро-підприємництва	Фізична особа	< 10	≤ 2 млн. євро
		Юридична особа	< 10	≤ 2 млн. євро
2.	Суб'єкт малого підприємництва	Фізична особа	< 50	≤ 10 млн. євро
		Юридична особа	< 50	≤ 10 млн. євро
3.	Суб'єкт середнього підприємництва	Фізична особа	< 250	≤ 50 млн. євро
		Юридична особа	< 250	≤ 50 млн. євро
4.	Суб'єкт великого підприємництва	Юридична особа	> 250	> 50 млн. євро

Висновки. Здійснення детального аналізу багатьох трактувань «малий бізнес» та «мале підприємництво» надав нам можливості зробити висновок, що серед економістів-науковців існує два різні погляди: перший, розрізняє і визначає відмінності у цих поняттях, другий об'єднує ці поняття. Частіше вони використовуються як синоніми.

Проведений нами порівняльний аналіз щодо визначення малих, середніх та великих підприємств дає певні підстави стверджувати, що в законодавчих актах України ототожнюються деякі різні категорії, а саме: категорія «мале підприємство» з категорією «суб'єкт малого підприємництва», категорія «середнє підприємство» з категорією «суб'єкт середнього підприємництва», категорія «велике підприємство» з категорією «суб'єкт великого підприємництва». На наш погляд відбувається це через помилкове введення в законодавчі та нормативні акти самого поняття мале підприємництво, аналогу якому немає в міжнародній діловій термінології і є вітчизняним перекладом зарубіжного терміна «small business».

В закордонній економічній науці не прийнято змішувати терміни «бізнес» (business) та «підприємництво» (entrepreneurship) і не використовують словосполучення «мале підприємництво» (small entrepreneurship) – термін, який увійшов в наукову літературу та прийнятий в законодавчих актах пострадянських країн. В європейських офіційних документах та лексиконі наукових кіл використовується термін «малі та середні підприємства» (small and medium enterprises, SMEs), а в США розповсюджений термін «малий бізнес» (small business) [20, с. 53].

Список літератури: 1. *Варналій З. С.* Мале підприємництво: основи теорії і практики / З.С. Варналій.

К.: Знання, 2001. – 277 с. **2.** *Кредісов В.А.* Оорганізаційно-економічні форми підприємництва та проблеми його розвитку/ В.А. Кредисов // Менеджмент. – 2008. №10. - Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Menedzhment/2008_10/kredisov.htm. **3.** *Довгальова О.В.* Управління малим бізнесом : підручник / О.В. Довгальова, О.В. Балабенко: Донбас. нац. акад. буд-ва і архіт. – Макіївка; Донецьк: Цифрова типографія, 2011. – 298 с. - ISBN 978-617-599-001-8. **4.** *Говорушко Т.А.* Малий бізнес : навч. посіб. / Т.А. Говорушко, О.І. Тимченко. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 200 с. - ISBN 966-364-253-X. **5.** *Говорушко Т.А* Ефективність розвитку малого підприємництва у харчовій промисловості в Україні: автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.00.04 [Електронний ресурс] / Т.А. Говорушко; Нац. ун-т харч. технологій. — К., 2008. — 38 с. — укр. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/ard/2008/08gtahpu.zip. **6.** Ґенеза ринкової економіки: Терміни, поняття, персоналії. Укладачі: *В.С. Іфтемчук* і др. – К.: «Магнолія плюс», 2004. – 688 с. **7.** Основи бізнесу : навч. посіб. / *Я.С. Ларіна, С.В. Мочерний, В.М. Фомішина, С.І. Чоботар*. – К. : ВЦ «Академія», 2009. – 384 с. - ISBN 978-966-580-283-9. **8.** *Реверчук, С.К.* Малий бізнес: методологія, теорія і практика / С.К. Реверчук. – К. : ІЗМН, 1996. – 192 с. **9.** *Стасюк О.М.* Теоретичне обгрунтування економічної сутності малого бізнесу та його критеріїв // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/natural/nvvnu/ekonomika/2010_5/R1/Stasyuk.pdf. **10.** *Єзгор Л.* Теоретичні основи сентенцій "мале підприємництво" та "малий бізнес" в Україні / Л. Єзгор // Вісник Львівського університету. Серія: економічна. – 2009. Вип. 41 С. 423 – 428. - Режим доступу: http://www.lnu.edu.ua/faculty/ekonom/Visnyk_Econom/2009_41/423-428.pdf **11.** *Смовженко Т.С.* Інноваційна діяльність малого і середнього бізнесу: основні засади управління : монографія / Т.С. Смовженко, А.Я. Кузнєцова, З.К. Шмігельська ; Нац. банк України, Ун-т банк. справи, Нац. акад. наук України, Ін-т регіон. дослідж. – К.: УБС НБУ, 2010. – 198 с. - ISBN 978-966-484-064-1. **12.** Сайт Європейської комісії. – Режим доступу: http://europa.eu.int/comm/enterprise/ enterprise_policy/ sme_definition/index_en.htm **13.** Закон України «Про підприємства в Україні» від 27 березня 1991 р. № 887-XII – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=887-12&p=1318419638723211 **14.** Указ Президента України «Про внесення змін до Указу Президента України від 3 липня 1998 р. № 727 «Про спрощену систему оподаткування, обліку та звітності суб'єктів малого підприємництва» від 28.06.1999 р. № 746/99 [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://www.zakon.rada.gov.ua. **15.** Закон України «Про державну підтримку малого підприємництва» від 19 жовтня 2000 р. № 2063 – III [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2063-14&p=1318419638723211. **16.** Господарський кодекс України [Текст] : коментар / *Н.О. Саніахметова, Н.І. Шутов, А.К. Вишняков [та ін.]*. ; за загал. ред. Н.О. Саніахметової. – Х. : ТОВ «Одіссей», 2004. – 848 с. - ISBN 966-287-6. **17.** Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України з питань регулювання підприємницької діяльності» № 523 – VI від 18.09.2008 [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=523-17&p=1318419638723211 **18.** *Соболь С.* Розвиток малого бізнесу в Україні // Вісник КНТЕУ. - 2009. - №6. - с. 48-59. **19.** Проект Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» № 9202 від 22.09.2011 [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://w1.c1.rada.gov.ua/ pls/zweb_n/webproc4_1?id=&pf3511=41229. **20.** *Ісакова Н.Б.*. Дослідження підприємництва в західних країнах – новий напрям в економічній науці / Н.Б. Ісакова // Наука та наукознавство. Міжнародний науковий журнал. – 2008. - №2 (60). –С. 49-62.

Подано до редакції 27.04.2011

УДК 330.322

Т.Ю. ШАПОВАЛОВА, к.е.н., доц. МІПО НТУ «ХПІ», Харків
Н.В. ФЕСЕНКО, ст. викл. МІПО НТУ «ХПІ», Харків

АНАЛІЗ СУТНОСТІ ДЕЯКИХ КАТЕГОРІЙ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті уточнюється сутність економічних категорій "інвестиції", "інвестиційні потоки" та"інвестиційний клімат". Визначаються деякі можливі вектори державного регулювання інвестиційних потоків в Україні.

The essence of economic categories of "investment" "investment flows" and "investment climate" is investigated in article. Some possible vectors of of investment flows state regulation in Ukraine are determined.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційний клімат, інвестиційні потоки.

Вступ. Трансформація ринкових відносин в Україні обумовила необхідність якісного осмислення нових економічних явищ, у тому числі і активізації інвестиційного процесу. Проблемам з'ясування сутності інвестицій, інвестиційної діяльності та їх механізмам регулювання на національному та міжнародному ринках нині приділяють значну увагу багато вітчизняних та закордонних економістів. Світові глобалізаційні процеси, що швидко прискорюються завдяки використанню сучасних інформаційних технологій для керування швидким переміщенням капіталу, спровокували значні зміни в характеристиці та умовах реалізації інвестиційної діяльності. Рух інвестицій у вигляді інвестиційних потоків, став частиною господарського механізму не тільки національної економіки, але і всесвітнього господарства. Інвестиційні потоки значною мірою поєднують та пов'язують економічні системи різних рівнів, створюючи тим самим планетарний ринок капіталів. Чим масштабніші обсяги та вища ефективність і мобільність інвестиційних потоків, тим швидше відбувається відтворювальний процесс та здійснюються позитивні ринкові перетворення. Таким чином, широко використовувана останнім часом категорія «інвестиційний потік», потребує осмислення та чіткого визначення.

Постановка задачі. Метою дослідження є 1) уточнити термінологічний апарат інвестиційної діяльності; 2)надати визначення категорії «інвестиційний потік»; 3) з'ясувати співвідношення інвестиційної системи та інвестиційних потоків та визначити місце інвестиційних потоків в інвестиційній системі.

Методологія. Дослідження здійснювалось шляхом системного аналізу організованих потоків інформації.

Результати дослідження. Дослідження інвестиційної сфери економіки завжди перебувало в центрі уваги економічної думки. Це обумовлено тим, що категорія інвестицій є базовим елементом господарського механізму суб'єктів ринку та процесу економічного зростання світової економіки. Трансформаційні процеси, що проходять в економіці України, вимагають переосмислення теоретичних та методологічних підходів до

визначення більшості основоположних категорій, які притаманні ринковим відносинам. Це цілком зрозуміло, оскільки без цього не можливо створити ефективні механізми управління економікою. З огляду на вище зазначене необхідно дослідити погляди сучасних економістів на категорію «інвестиція» взагалі та категорію «інвестиційний потік» зокрема.

Існують різні модифікації визначень поняття "інвестиції", що відображають множинність підходів до розуміння їх економічної сутності. Значною мірою це обумовлено економічною еволюцією, специфікою конкретних етапів історико-економічного розвитку, пануючих форм і методів господарювання.

Вивченням економічної сутності інвестицій займалися як зарубіжні вчені-економісти: Александер Г., Бейлі Дж., Гітман Л., Джонк М., Шарп У., так і вітчизняні: Губський Б., Ковтун О, П., Крупка Я. Д., Мороз А., Музиченко А.С., Пересада А. А., Реверчук С. К., Бондар М.І., Татаренко Н.О., А.М. Поручник., Носова О.В., Мойсєєнко І.П., Майорова Т.В., Гриньова В.М. та багато інших. Проте, незважаючи на особливу увагу вчених до цієї економічної категорії, науковці ще не виробили універсального визначення інвестицій, тому вивчення основних підходів до економічної сутності інвестицій є актуальним і потребує уточнень.

На сьогодні поняття «інвестиції» має неоднозначне трактування, оскільки у зарубіжній і вітчизняній економічній і юридичній літературі немає єдиного підходу щодо визначення інвестицій. Навіть у вітчизняному законодавстві на сьогодні визначення терміна «інвестиції» трактується по-різному.

В українському тлумачному словнику «інвестиції» визначаються як «грошові, майнові, інтелектуальні цінності, що їх вкладають у різні види діяльності у виробничій та невиробничій сферах» [15]. Визначення з економічних позицій наведено у Словнику сучасної економіки Макміллана, де інвестиції подано як «потік витрат, призначених для виробництва благ, а не для їхнього безпосереднього споживання» [20]. Проте, на наш погляд, розглядаючи сутність даного поняття, Макміллан поєднує його з капіталовкладеннями, хоч визначення їх різняться між собою.

Поняття "інвестиції" у західній економічній літературі є однією із найбільш вживаних категорій як на мікро-, так і на макрорівні. При цьому, як правило, їхнє трактування є досить вузьким і суперечливим. Так, Е. Дж. Долан та Д. Ліндсей визначають інвестиції як "збільшення обсягу капіталу, що функціонує в економічній системі, тобто збільшення пропозиції виробничих ресурсів"[8].У підручнику "Економікс" К. Маккоиелла і С. Брю інвестиції характеризуються як "витрати на виробництво і нагромадження засобів виробництва і збільшення матеріальних запасів"[13]. Схожий погляд на поняття «інвестиції», який передбачає подальше збільшення основних засобів, знаходимо і в працях економістів 3. Фішера, Р. Дорнбуша, Р. Шмалензі, А. Т. Спіцина [4]. Радянський економіст Л. Брагінський ще 1985 року зазначав, що «у широкому розумінні слова вкладення в оборотні кошти ...— це також інвестиції» [4].

На наш погляд у цих визначеннях інвестиції розглядаються як спосіб збільшення виробничих ресурсів суспільства, тим самим звужуючи це поняття до виробничого ін-

вестування. За такого трактування вкладення капіталу в цінні папери, у банківські депозити вже не належать до категорії "інвестиції", оскільки не відбувається збільшення виробничих ресурсів суспільства.

У. Шарп., Г. Александер та Дж. Бейлі вважають, що термін "інвестиція" означає «відмову від певної цінності зараз задля (можливо, непевно) цінності у майбутньому» [25]. Тут інвестиції розглядаються як процес вкладення грошових коштів з метою отримання більшої суми в майбутньому. Це, на наш погляд, також досить вузьке трактування даної економічної категорії, адже інвестування капіталу відбувається не тільки у грошовій, а й в інших формах рухомого та нерухомого майна, нематеріальних активів тощо. Крім того, Шарп надає таке визначення інвестиційного середовища – «фінансова структура у якій оперують інвестори, що складається з обертаючихся на ринку цінних паперів, способів та умов їх купівлі та продажу» [25]. Таке визначення у глобальному контексті авторам здається вузьким.

Професори Бостонського університету З. Боді та А. Дж. Маркус та професор Каліфорнійського університету А. Кейн, трактують інвестиції як «витрачання у даний час грошових або інших засобів в очікуванні отримання майбутньої вигоди» [3]. Учені наголошують, що основною особливістю інвестицій є жертвування чим-небудь, що має вартість, щоб отримати з цього вигоду. У разі дотримання такого принципу слід враховувати, що до інвестицій можна буде віднести усі господарські операції суб'єктів підприємництва, а також усі дії фізичних осіб, оскільки вони спрямовані на отримання певної вигоди. Отже, формулюючи економічні терміни, нам вважаєється неможливим застосування загального або ж філософського підходу.

Таким чином, аналіз трактування терміна "інвестиції" у зарубіжній економічній літературі свідчить, що в різних школах і напрямах економічної думки визначення поняття «інвестиції» містить загальну суттєву рису - зв'язок інвестицій з одержанням доходу як цільової установки інвестора.

Такий зв'язок вбачає і вітчизняний вчений Федоренко В.Г., вважаючи інвестиціями вкладання капіталу з метою подальшого його збільшення. Причому приріст капіталу в результаті його інвестування він вважає компенсацією за ризик втрат від інфляції та неодержання процентів від банківських вкладань капіталу [23]. До такої ж думки схильні Борщ Л.М. та Герасимова С.В., які вважають, що інвестиції є не що інше, як вилучення економічних благ із поточного споживання і використання їх як ресурсів для збільшення можливостей створення благ у майбутньому й одночасно як створення запасу. [6]. Сумнівним, однак, нам здається використання інвестицій в якості економічних благ для створення запасу.

Суто фінансистське визначення надають Ліпсиц І.З., та Коссов В.В. – «інвестиції - це потік оплат і виплат (витрати), що починаються з виплат (витрат)» (липсиц). Таке трактування нам здається таким, що не розкриває повністю сутності інвестицій, оскільки не зазначена ані мета, ані кінцевий результат цього процесу.

Здається дуже влучним визначення інвестицій Г. П. Подшиваленко як сукупності витрат, що реалізуються у формі цілеспрямованого вкладення капіталу на певний

термін у різні галузі і сфери економіки, в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності для отримання прибутку (доходу) і досягнення як індивідуальних, цілей інвестора, так і позитивного соціального ефекту [18].

Схожої думки дотримується і А.П. Дука - «під інвестиціями слід розуміти всі види економічних ресурсів, які вкладаються у поточному періоді у відповідні об'єкти, створення яких сприяє забезпеченню розширеного відтворення, а використання компенсує інвестору відмову від поточного споживання вкладених ресурсів шляхом отримання у майбутньому вигід». [9] Таке трактування сутності інвестицій нам здається досить вдалим.

У той же час І.Й. Малий зазначає, що інвестиції — це значна кількість вкладень капіталу практично в усі види діяльності прибуткового характеру, а також у підприємницьку діяльність, де досягається соціальний ефект [14]. З таким трактуванням сутності інвестицій автори не можуть погодитися, оскільки автор наголошує тільки на соціальному ефекті, а таке формулювання, як «значна кількість вкладень», є невизначеним і незрозумілим.

Деякі вчені ототожнюють термін «інвестиції» із довгостроковим вкладанням капіталу. Так, на думку А.М. Мороза, інвестиції - це сукупність витрат, що реалізуються у формі довгострокових вкладень капіталу в різні галузі економіки з метою отримання підприємницького доходу, прибутку, процента [1]. До подібної думки схиляється і С.В. Мочерний, вважаючи, що інвестиції – це довготермінові вкладення капіталу в різні сфери та галузі народного господарства всередині країни та за її межами з метою привласнення прибутку. До подібної думки схиляються і Д.М. Черваньов та Л.І. Нейкова стверджуючи, що "інвестиції як економічна категорія відображають відносини, пов'язані з довгостроковим авансуванням грошових, майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької діяльності, в їхні основні та обігові фонди, а також у науково-технічний розвиток, якісне вдосконалення виробничої бази та освоєння випуску нових видів продукції від моменту авансування до реального відшкодування й отримання прибутку або соціального ефекту" [24].

З нашої точки зору, наголос саме на довготерміновості вкладень, є не зовсім точним, адже інвестиціями можуть бути вклади на будь-який термін, зокрема операції, пов'язані із вкладеннями в цінні папери, здебільшого розраховані на отримання разового результату в короткотерміновому періоді.

Спираючись на вітчизняний та зарубіжний досвід розвитку інвестиційних процесів у сучасних ринкових умовах і теоретичні дослідження у цій галузі, окремі вчені намагаються поглибити розуміння економічного змісту інвестицій. Так, О.Б. Крутик та О.Г. Нікольская під інвестиціями розуміють динамічний процес зміни форм капіталу, послідовного перетворення початкових ресурсів і цінностей в інвестиційні витрати та перетворення вкладених коштів у приріст капітальної вартості у формі доходу або соціального ефекту. Для суб'єкта інвестицій це вкладення грошових, майнових, інтелектуальних цінностей з метою одержати прибуток в майбутньому, для об'єкта - джерело розвитку, що також передбачає, у підсумку, отримання доходу [12]. У даному

визначенні інвестиції розглядаються як інвестиційний цикл, що гарантує розвиток суб'єкта і об'єкта інвестицій. Не можливо не погодитися з таким твердженням.

Заслуговує на увагу і праця О.І. Гуторова, який надає своє визначення терміну інвестиції – це економічна категорія розширеного відтворення, яка є основним інструментом формування мікроекономічних та макроекономічних пропорцій та визначає темпи економічного росту. Однак, тут викликає сумніви твердження про те, що інвестиції визначають темпи економічного зростання, адже інвестиції не є не фактором, що визначає економічне зростання. Не інвестиції, а загальний інвестиційний клімат є одним з факторів економічного зростання наряду із кількістю, якістю технологій і ресурсів, станом кредитно-грошової, налогово-бюджетної політики, ступенем монополізації ринку та іншими. [21]

Логічним є пов'язування інвестування з факторами часу, ризику та ліквідності і у трактуванні сутності інвестицій І.А. Бланка: – «інвестиції підприємства - вкладання капіталу у всіх його формах у різноманітні об'єкти (інструменти) його господарської діяльності з метою отримання прибутку, а також досягнення економічного або неекономічного ефекту, здійснення якого базується на ринкових принципах і пов'язано з факторами часу, ризику та ліквідності». [2].

Відповідно до Закону України "Про інвестиційну діяльність" інвестиції — це всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницького та іншого видів діяльності, у результаті якої створюється прибуток (дохід) чи досягається соціальний ефект. Багатьма науковцями визначення інвестицій, що подане у Законі України "Про інвестиційну діяльність", вважається на сьогодні одним із найкращих, оскільки враховує характер інвестицій і визначає їх як послідовний процес вкладання цінностей та отримання прибутку (доходу) або соціального ефекту та містить певну класифікацію інвестицій. Разом з тим, таке трактування не повною мірою розкриває економічну природу такого складного явища як інвестиції, звужуючи його до конкретного витрачання ресурсів на відповідні комерційні або соціальні цілі.

Заслуговують на увагу наведені переконання в наукових дослідженнях А. А. Пересади, що здійснення інвестицій з метою одержання соціального ефекту є дещо неточними, оскільки такий ефект може досягатись не від прямих інвестицій у підприємство, а через збільшення доходів від інвестиційної діяльності і відповідних надходжень до державного бюджету, що можуть використовуватись на фінансування соціальних програм [17].

Вважаємо погодитися з визначенням, наданим у законодавстві України, але з деякими уточненнями, а саме, під інвестиціями розуміємо вкладання капіталу у всіх його формах в об'єкти підприємницької діяльності з метою отримання прибутку або досягнення економічного ефекту, здійснення якого пов'язано з факторами часу та ризику. Оскільки у Законі України «Про інвестиційну діяльність» дещо не зрозумілим залишається момент визначення соціального ефекту, адже існують випадки, коли отримати соціальний ефект можна лише через певний проміжок часу, і то за певних умов, або встановлення наявності такого ефекту є практично неможливим.

З огляду на те, що інвестиції є частиною господарського механізму як національної економіки, так і всесвітнього господарства, вони можуть переміщуватися у вигляді інвестиційних потоків, поєднуючи та пов'язуючи економічні системи різних рівнів та створюючи тим самим планетарний ринок капіталів.

Існує думка про те, що інвестиційний потік – це відток грошових коштів, направлений на інвестиції.

Натякає на визначення інвестиційних потоків, як потоків, що відображуються у платіжному балансі у рахунку «рух капіталу» Майкл Бретт - «… існують і потоки по рахунку руху капіталів (capital account), які ми коротко згадували у формі спекулятивних коштів, що рухаються з країни в країну, в залежності від ставки на зростання або падіння її національної валюти. Однак не всі капітальні потоки є чисто спекулятивними. Вони також можуть являти собою довгострокові інвестиції в країну з-за кордону. І вони можуть надавати довгостроковий вплив на вартість валюти.» [7]

Деякі автори розглядають інвестиційні потоки як один із різновидів фінансових потоків. Наприклад, у роботі Ісакової Т.М пропонується «классификация финансовых потоков страховщика на страховые, инвестиционные, управленческие и фондообеспечивающие». [11] Ми з таким трактуванням не можемо погодитися, оскільки не завжди метою фінансового потоку є отримання прибутку.

Вважаємо, що під інвестиційним потоком варто розуміти економічну категорію, що характеризує переміщення консолідованого інвестиційного капіталу різних форм, між економічними системами всіх рівнів, в результаті якого досягається економічний ефект, що значною мірою впливає на стан глобальної економічної системи.

Якщо виходити із визначення інвестиційного потоку, наданого нами раніше, доцільно було б визначитися з категорією «інвестиційний капітал».

Інвестиційний капітал трактується у більшості економічних енциклопедій та довідників як ресурси, капітал що вкладається у вигляді довгострокових інвестицій. Наприклад, у великому економічному словарі інвестиційний капітал – це капітал вкладений у довгострокові інвестиції на тривалий проміжок часу. [5]

Таким чином, можна стверджувати, що структуру інвестиційного потоку складають консолідовані інвестиції різних типів, що вкладаються на тривалий проміжок часу. За регіональною ознакою інвестиційні потоки можна класифікувати наступним чином: - Внутрішні інвестиційні потоки – потоки що діють на рівні і в межах суб'єктів господарювання, здійснюються за рахунок власних коштів і включають декілька інвестиційних процесів, що поєднані господарськими зв'язками. - Зовнішні інвестиційні потоки – потоки, що здійснюються суб'єктом господарювання за рахунок запозичених або залучених у сторонніх інвесторів коштів. - Інвестиційні потоки з участю держави – потоки, що здійснюються з державною участю, за допомогою державного замовлення, пайової участі держави у інвестиційних програмах , пряме фінансування інвестиційних програм.

Однак, маючи безліч альтернативних пропозицій з більш сприятливими, ніж в Україні, умовами, зовнішні інвестиційні потоки не поспішають вливатися до української економіки. Готовність інвесторів вкладати капітал в економіку тієї чи іншої країни

залежить перш за все від існуючого в ній інвестиційного клімату. І хоча потенційно Україну можна вважати інвестиційно привабливою країною з огляду на вигідне географічне положення, багаті природні ресурси, освідчену та відносно дешеву робочу силу, несформований ринок товарів та послуг, сприятливі рекреаційні ресурси - фахівці вважають, що в Україні склався неспрятливий інвестиційний клімат для широкого залучення інвестицій.

Більшість вітчизняних вчених при визначенні сутності інвестиційного клімату звертаються до факторного підходу, тобто розглядають його як сукупність факторів та умов, що наявні на певній території та визначають її привабливість для інвестора. [17]

Державне агентство України з інвестицій та розвитку надає таке визначення інвестиційному клімату – сукупність економічних, правових, регуляторних, політичних та інших факторів, які у кінцевому рахунку визначають ступінь ризику капіталовкладень та можливість їх ефективного використання. [27]

Досить вдалою нам здається визначення Носової О.В., «інвестиційний клімат – це ступінь сприятливості ситуації, що складається в тій чи іншій країні (галузі, регіоні, підприємстві) стосовно інвестицій, що могли б бути зроблені в країні (галузь, регіон, підприємство)». [16]

Деякі вчені трактують інвестиційний клімат як узагальнену характеристику сукупності соціальних, економічних, організаційних, правових, політичних, соціокультурних передумов, що зумовлюють привабливість та доцільність інвестування в ту або іншу господарську систему (економіку держави, регіону, корпорації) [22].

Таким чином інвестиційний клімат держави - це сукупність політичних, правових, економічних та соціальних умов, що забезпечують та сприяють інвестиційній діяльності вітчизняних та закордонних інвесторів.

Аналіз найбільш відомих підходів до оцінки інвестиційного клімату країни свідчить, що міжнародні агентства як основні параметри використовують макроекономічні показники динаміки приросту й структури ВВП, стану платіжного балансу країни, фінансового ринку, обслуговування зовнішнього й внутрішнього боргу. Такі дослідження проводять з метою оцінки політичного, економічного й соціального стану країни. Серед різноманіття міжнародних методик оцінки інвестиційного клімату варто виділити Moody's Investors Services, Standard&Poor's Rating Services, Fitch Ratings, Haritage Foundation/Wall Street journal, Transparency International, Euromoney, Economic Intelligence Union, A.T. Kearney та інші.

Одним з найбільш цікавих рейтингів, що містить такий аналіз є «індекс економічної свободи», що публікується всесвітньовідомим американським виданням Wall Street Journal разом з американським фондом Heritage Foundation. У цьому рейтингу на даний момент ми займаємо 164 місце з 183 можливих з рейтингом 45,8. Відповідно до результатів останніх досліджень Україна потроху зміщується до категорії «деспотичних» у порівнянні з попередніми роками (2005р. - 55,8 ; 2006р.- 54,4; 2007р. – 51,5; 2008р. – 51,0; 2009р.- 48,8; 2010р. - 48,8). [26]

Ці та багато інших причин змушують інвесторів проводити обережну та

вичікувальну політику в сфері інвестиційного співробітництва.

Зараз в Україні вже покладені правові та економічні основи для залучення інвестиційних потоків – законодавчо закріплені державні гарантії захисту іноземних інвестицій (Закон України «Про режим іноземного інвестування», Розділ II); створені вільні економічні зони та території пріорітетного розвитку; розроблено Концепцію амортизаційної політики, яка є програмою її реформування в напрямі стимулювання інвестиційних надходжень в економіку(Указ Президента України № 169/2001).

Однак, ці заходи ще не є достатніми, для того, щоб інвестиційні потоки спрямувалися до нашої країни, необхідно прийняти ряд кардинальних заходів, спрямованих на формування у країні сприятливого інвестиційного клімату. Доцільним біло б розглядати напрями регулювання інвестиційних потоків в залежності від їх приналежності до структурних елементів інвестиційної системи. Можливими напрямами вдоскаоналення державного регулювання інвестиційними потоками зараз можуть бути: 1. Для внутрішніх інвестиційних потоків: комплексна податкова реформа, яка забезпечить прозорість стабільність і оптимальність податкової політики; удосконалення амортизаційної політики; формування механізму довготермінового кредитування підприємств; стимулювання збільшення виробництва конкурентоспроможних товарів та послуг. 2. Для зовнішніх інвестиційних потоків: залучення іноземних інвесторів до довготермінових інвестиційних проектів; удосконалення нормативно-правової бази інвестиційної діяльності; загальне покращення інвестиційного клімату у країні. 3. Для державних інвестиційних потоків: переорієнтація інвестицій у пріорітетні галузі народного господарства (агропромисловий комплекс, легку промисловість, лісопромисловий комплекс, машинобудування, медичну промисловість, паливно-енергетичний комплекс, транспортну інфраструктуру, зв'язок та соціальну інфраструктуру) з метою реалізації структурної перебудови економіки; підвищення ефективності використання державних інвестиційних ресурсів; стимулювання збільшення заощаджень громадян та їх інвестиційне спрямування, вдосконалення системи гарантій збереження вкладів громадян; зміна акцентів з централізованого інвестування виробничої сфери на державне кредитування.

При цьому система державного регулювання інвестиційних потоків не повинна бути стабільною, вона підлягає постійному коригуванню в залежності від соціально - економічної ситуації і рівня інвестиційної активності суб'єктів господарювання.

Висновок. Підсумовуючи результати дослідження, можемо зауважити таке. Економічний розвиток країн з перехідною економікою і країн, що розвиваються, обмежений несформованістю ринкового механізму і вузкістю капітальної бази. Країни зі зрілою ринковою економікою можуть продовжувати розвиток за рахунок накопиченого капіталу, але країни, що розвиваються, ще не можуть собі цього дозволити. В умовах сучасної економічної кризи і різкого скорочення внутрішніх інвестиційних ресурсів участь України у інвестиційних потоках є одною з головних умов її економічного зростання і успішної інтеграції у світову економічну систему.

Список літератури: 1. Банківська енциклопедія / Під ред. д.е.н., проф.. *А.М. Мороза*. – К,: ЕЛЬТОН, 1992. – 330с. **2.** *Бланк И.А*. Инвестиционный менеджмент: Учебный курс. – 2-е изд., перераб и доп. –

К.: Эльга, ника-Центр, 2006. – 552с. **3.** *Боди З., Кейн А., Маркус А*. Принципы инвестиций. – 4-е изд.: Пер. с англ.. – М.: Вильямс, 2004. -984с. **4.** *Бондар М. І.* Інвестиційна діяльність: методика та організація обліку і контролю: Монограія. – К.: КНЕУ, 2008. – 256с. **5.** *Борисов А.Б.* Большой экономический словарь. - М.: Книжный мир, 2003. — 895 с. **6.** *Борщ Л.М., Герасимова С.В.* Інвестування: теорія і практика: Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К.: Знання, 2007. – 685с. **7.** *Бретт Майкл*. Как читать финансовую информацию. Простое объяснение того, как работают деньги / Пер. с англ. И. В. Габенова и В. В. Иванова; Под ред. Б. В. Иванова.- М.: Изд-во Проспект, 2004.- 464 с. **8.** Долан Э. Дж., Линдсей Д. Рынок: макроэкономическая модель/ Пер с англ. В. Лукашевича и др./ Под общ ред. Б. Лисовика и В. Лукашевича. – Спб, 1992. **9.** *Дука А.П.* Теорія та практика інвестиційної діяльності. Інвестування: Навч. посіб. 2-е вид. – К.: Каравела, 2008. – 432с **10.** Економічна енциклопедія: Утрьох томах. Т.1/Ред. кол.: *С.В. Мочерний* (відп.ред.) та ін.. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864с. **11.** *Исакова Т.М.* Управление финансовыми потоками страховой компании // Автореферат диссертации на соискание ученой степени канд. эк. наук. - М. 2009-24с. **12.** *Кутик А.Б., Никольская Е.Г.* Инвестиции и экономический рост предпринимательства. – Серия «Учебники для вузов. Специальная литература»: Монография. – СПб.: Издательство «Лань», 2000. – 544с. **13.** *Макконел К.Р., Брю С.Л.* Экономикс: Принципы, проблемы и политика. В 2-х т./ Пер с англ.. 11-го изд, т. II –М.: Республика, 1992. **14.** *Малий І.Й.* Теорія розподілу суспільного продукту: Монографія. – К.: КНЕУ, 2000. – 248с. **15.** Новий тлумачний словник з української мови / Уклад.: *І.О. Радченко*. – Кам'янець-Подільський: Абетка, 2006. – 544с. **16.** *Носова О.В.* Інвестиційний клімат в Україні: основні напрями поліпшення // Стратегічні пріоритети: науково-аналітичний щоквартальний збірник - № 1(6), Національний інститут стратегічних спостережень 2008. – с. 59- 65. **17.** Пересада А.А. Управління інвестиційним процесом. – К.: Лібра, 2002. – 472с. **18.** *Подшиваленко Г.П.* Инвестиции: Учебное пособие / Г.П. Подшиваленко, Н.И. Лахметкина, М.В. Макарова и др. – 4-е изд., стер. – М.: КНОРУС, 2007. – 200с. **19.** *Реверчук С.К., Реверчук Н.Й., Скоморович І.Г.* та ін. Інвестологія: наука про інвестування: Навч. посіб. / За редю д-ра екон. Наук, проф.. С.К. Реверчука. – К.: Атіка, 2001. – 264с. **20.** Словник сучасної економіки Макмілана: Пер с анг. – К.: АртЕк, 2000. – 640с. **21.** *Станковская И.К., Стрелец И.А.* Экономическая теория: учебник - 3-е изд., испр. – М.:Эксмо, 2007. -448с **22.** *Сухинова С.Е.* Региональная специфика инвестиционного климата: Изд-во ВолГУ, 2004. – 82с. **23.** *Федоренко В.Г.* Інвестознавство: Підручник. – К.: МАУП, 2004. – 477с. **24.** *Черваньов Д.В., Нейкова Л.І.* Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України: Монографія. – К.: Т-во «Знання», КОО, 1999. – 514с. **25.** *Шарп У., Александер Г., Бэйли Дж.* Инвестиции / Пер сангл. – М.: ИНФРА – М, 2003. – XII. – 1028с. **26**. http://www. heritage.org/Index/Country/Ukraine **27.** http://www.in.gov.ua

Подано до редакції 11.05.2011

УДК 330.341.1.001.63

В.А. СОКОЛЕНКО, к.е.н., проф., НТУ «ХПІ»
Н.В. ВІХЛЯЄВА, аспірант, НТУ «ХПІ»

СУЧАСНІ ПОГЛЯДИ НА ЕВОЛЮЦІЮ СИСТЕМ ФОРМУВАННЯ МОДЕЛЕЙ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ

В даній статті представлено аналіз еволюції поколінь моделей інноваційних процесів. Розглянуто умови ефективності впровадження нововведень на підприємствах. Сформульовані чинники впровадження інновацій за сучасних умов.

This article presents the evolution analysis of innovative processes models generations. The terms of innovations introduction efficiency at enterprises are considered. The factors of innovations introduction at modern terms are formulated.

Ключові слова: інноваційні процеси, модель інноваційного процесу, еволюція, ефективність, управління

Вступ. Теорія формування інноваційного процесу розвивалася в часі так само, як в часі змінювалася вагомість і розвиток тих продуктивних сил або факторів виробництва, які найбільше сприяли економічному розвитку країн, галузей і підприємств. Структура і зміст інноваційних процесів зазнали серйозних змін в сторону ускладнення, що пов'язано зі зміною ролі інновацій в економічному розвитку.

Слід звернути увагу на відсутність в існуючих моделях управління інноваційними процесами системного підходу і аналізу. Системний підхід в сучасних умовах полягає в диверсифікації поняття "інновація", тобто необхідно розглядати інновації в повному комплексі систем маркетингу, логістики і контролінгу. Також не слід випускати з уваги інновації в області інформаційних технологій і фінансової інженерії.

Постановка задачі. обґрунтовати теоретичні положення еволюційного розвитку та формування моделей інноваційних процесів.

Методологія. Питання теорії і методології управління і організації інноваційних процесів висвітлені в роботах багатьох авторів. Серед зарубіжних економістів цю проблему розглядали Й.Шумпетер, Р. Фостер, Е. Менсфілд, М. Портер, П. Друкер, В. Аньшина, Р. Фатхутдінов, та інші. Серед вітчизняних - Л.Федулова, В.Александрова, С.Ілляшенко, П. Перерва, А. Яковлев, Б.Маліцький, М.Пашута, І.Павленко та інші.

Інноваційний процес визначається сукупністю робіт у сфері інноваційної діяльності, які регламентовані етапами їх організації, ресурсними можливостями, стадіями еволюції наукового знання від зародження перспективної ідеї створення нової техніки, технології або нової продукції до їх комерціалізації в умовах конкуренції. Він визначає перетворення нових видів і способів людської життєдіяльності в соціально-культурні норми і зразки, що забезпечують їх інституціональне оформлення, інтеграцію і закріплення у сфері матеріальної і духовної культури суспільства.

Для того, щоб управління впровадженням нововведень було максимально якісним є доцільним дослідження сутності інноваційного процесу та діапазону функціонування організаційних систем з урахуванням закономірностей, серед яких виділяють: 1. Закономірності динамічної рівноваги (так, як нововведення порушують рівновагу системи, важливо знайти баланс між тенденціями функціонування та змінами, для забезпечення гнучкої рівноваги організаційної системи). 2. Закономірності адаптації нововведення та середовища (для того, щоб забезпечити ефективність трансформації нововведення у різних сферах впровадження, слід враховувати найбільш вагомі параметри оцінки). 3. Закономірності ускладнення організаційних структур (впровадження кожного нововведення спричиняє багато наслідків, які дуже важливо прогнозувати, щоб сприйняття відповідних змін пройшло якнайкраще та зформувалися оптимальні інноваційні організаційні структури). 4. Закономірність первісності продуктових нововведень по відношенню до процесових (в системі управління інноваційною діяльністю слід робити головний акцент на оновленні продукції, що випускається і це, в свою чергу, спричинить зміни в засобах праці, структурах управління, методах оцінки праці керівників тощо). 5. Закономірності невизначеності інновацій-

ного ефекту (зазвичай, результат від нововведення на стадії експерименту є вищим, ніж в умовах його впровадження, так як, під час експериментування, має місце вплив спеціального контролю та психологічного підйому). 6. Закономірності потенційної регресії (слід враховувати таку тенденцію – якщо перше впровадження нововведення зазнає поразки, це дискредитує і наступні). 7. Закономірності комплексності інноваційного процесу (не буває окремо технічних або економічних нововведень, тому, що кожне з них має свої соціальні, психологічні та інші аспекти і наслідки). 8. Закономірності соціального дискомфорту (для того, щоб нововведення мали успіх, необхідні певні умови соціального дискомфорту і бажання його подолати). 9. Закономірність іррадіації (нововведення в одній сфері спричиняє ланцюг змін в інших, суміжних сферах діяльності).

Результати дослідження. На основі визначених закономірностей, інноваційний процес можна представити, як спосіб організації та управління інноваційною діяльністю, що, в свою чергу, розглядається, як набір функціональних елементів інноваційного підприємництва.

Проаналізуємо еволюцію систем формування різних моделей інноваційних процесів та їх основних властивостей.

Перше покоління інноваційного процесу.

Рой Росвелл відносить до визначення інноваційного процесу, у період з 1950-х – до середини 60-х років, лінійний підхід і розглядає його, як простий лінійно-послідовний процес з особливою роллю науково-дослідних і досвідно-конструкторських робіт (НДДКР) і відношенням до ринку, як до споживача результатів технологічної активності виробництва. Цю концепцію також називають концепцією пропозиції або проштовхування (від англ. «science-push» або «technology-push»). Недолік цієї моделі полягає у тому, що в якості первинного фактора виробництва розглядається наука без суттєвого інноваційного зв'язку з практичною реалізацією ідеї, а інноваційна діяльність, у свою чергу, здійснюється без впливу ринку. Отже, як наслідок, виникає необхідність у формуванні інших моделей інноваційних процесів, характерних більшою складністю і припускаючих наявність більш, ніж одного прямого шляху інновації, тобто, визначену ступінь паралельного виконання робіт.

Друга модель інноваційного процесу називається реагуючою на ринок (reactive), а перша неокласична модель – впливаюча на ринок (pro-active). Слід зауважити, що в процесі еволюції розвитку інноваційного процесу, обидва підходи, об'єднуються в єдину модель. Можливості породжують потреби, а потреби стимулюють пошук нових засобів їх реалізації на основі нових знань та досвіду. В результаті виникає спіраль еволюції.

Друге покоління інноваційного процесу.

Його відносять до кінця 1960-х початку 70-х років. В основі така ж лінійно-послідовна модель, але з наголошенням на важливість ринку, на потребу якого реагують НДДКР. Засновником концепції, що отримала назву концепції попиту інновацій або концепції втягування попитом (англ. «demand-pull») був Дж. Шмуклер. Недоліком

такої моделі є обмежене використання ринкового аналізу на ранніх стадіях інноваційного процесу, особливо для інновацій радикального типу. Адже існують інновації, в яких впровадження нової продукції було результатом значних НДДКР.

Третє покоління інноваційного процесу.

Інноваційний процес цього покоління відноситься до початку 1970-х –середини 80-х років. Він представлений моделлю інтеграції управління інноваційними процесами зі стратегією розвитку фірми. Основними положеннями даної концепції є тісна співпраця стратегічного керівництва корпорації з керівництвом досліджень у створенні портфеля інноваційних проектів, що визначаються в процесі стратегічного аналізу фірми. Інновація розглядається, як динамічний процес, що можна змоделювати у вигляді комбінації двох різних типів взаємодій зі зворотнім зв'язком. Перевагою такої моделі є важливість зворотних зв'язків всередині організації і зовнішні зв'язки, що спричиняють необхідність паралельних дій багатьох організацій, задіяних в інноваційному процесі.

В подальшому, посилення конкуренції та скорочення життєвого циклу товарів визначили необхідність тіснішого зв'язку між НДДКР та іншими стадіями інноваційного процесу. Після публікації робіт Р. Нельсона та С. Вінтера, інтерактивної моделі Клайна-Розенберга з'явилася нова модель інноваційного процесу. В цій моделі інноваційний процес розглядають як комбінацію попередніх моделей, де нові знання комбінуються зі старими. Особливість інтерактивних моделей у тому, що в них акцент робиться на паралельну діяльність інтегрованих груп і зовнішні горизонтальні та вертикальні зв'язки. Такі моделі складаються з двох типів взаємодій: внутрішні – між підрозділами фірми та зовнішні – з іншими компаніями, клієнтами тощо. У цих моделях підкреслюється необхідність посилення зв'язків між різними підрозділами підприємства.

На рисунку 1 представлено модель Клайна-Розенберга, що виділяє п'ять взаємопов'язаних ланцюгів інноваційного процесу, які описують різні джерела інновацій і пов'язані з ними входи знань протягом всього процесу.

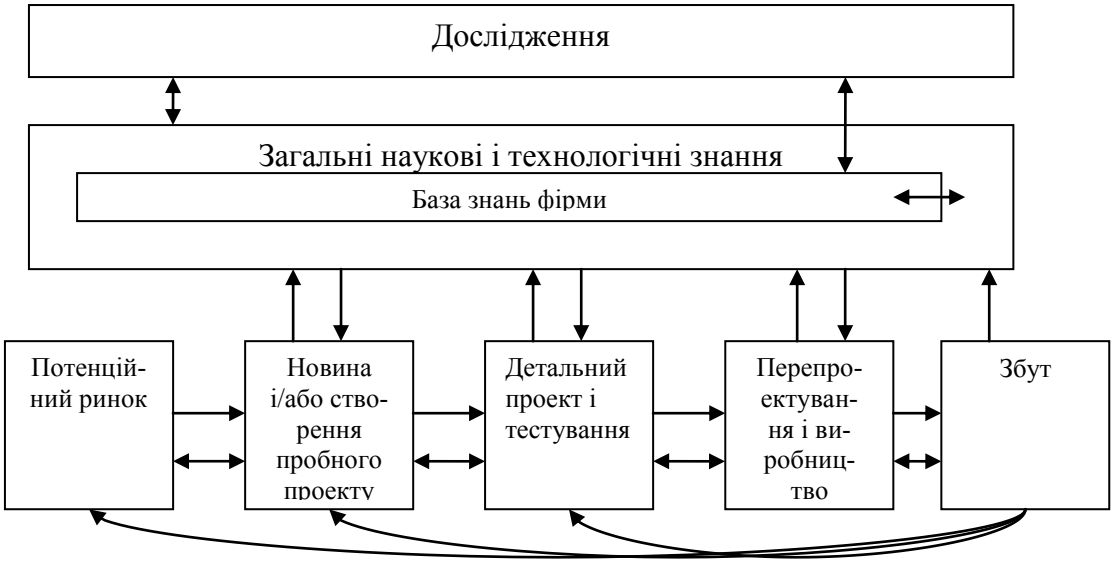

Рис. 1 - Інтерактивна ланцюгова модель Клайна-Розенберга

Побудовані в моделі ланцюги описують такі джерела інновацій, як наукові дослідження, потреби ринку, існуючі знання та знання, отримані в процесі набуття досвіду.

Четверте покоління інноваційного процесу.

У цьому поколінні, інтегрований інноваційний процес представляє собою модель, що побудована на основних внутрішніх характеристиках процесу: його паралельній і інтегрованій сутності. Важлива особливість моделі в тому, що відбувається інтеграція НДДКР з виробництвом та більш тісне співробітництво з постачальниками та споживачами, горизонтальна форма співробітництва, а також, створення міжфункціональних робочих груп, що об'єднують технологів, конструкторів, маркетологів, економістів тощо. Ідея, закладена в продукт, має бути проаналізована з точки зору маркетингу, а всі етапи розробки координуються спеціальною міжфункціональною групою.

П'яте покоління інноваційного процесу.

Це покоління представляє модель майбутнього, стратегічних мереж і втілює в собі стратегічну інтеграцію та встановлення зв'язків. Особливість даної моделі в тому, що до паралельного процесу додаються нові функції. Новатори взаємодіють з постачальниками, партнерами і споживачами за допомогою обміну електронними даними. У даній моделі, маркетинг виступає, основним чинником, причиною і наслідком всіх досліджень. Інновація розглядається як результат міжфункціональних взаємозв'язків та інтеграції як у межах самого підприємства, так і партнерство із контрагентами ринку зовнішнього середовища. Така модель інноваційного процесу може розглядатись, як мережева так і як стратегічна, в ній інноваційні процеси об'єднуються у мережі для реалізації стратегічних проектів складнішого рівня. Мережі представляють собою сукупність фірм або спеціалізованих одиниць, діяльність яких координується ринковими механізмами замість командних методів. До мережевих організацій сучасного зразка наближаються консорціуми та стратегічні альянси, що є угодами між організаціями щодо спільної роботи з метою отримання доступу до нових знань, технологій, ринків та виконання взаємовигідних задач.

Схема п'ятого покоління зображена на рисунку 2. Її основу складає послідовність етапів процесу і прийняття рішень. На кожному з етапів підприємство може взаємодіяти із зовнішніми агентами щодо використання існуючих знань та створення або застосування нових знань в процесі нововведення.

Розглянуті вище моделі інноваційних процесів, існують в сучасній економіці у різних галузях, країнах. Сучасний інноваційний процес відрізняється складним багатоаспектний характером. Застосування тієї чи іншої моделі інноваційного процесу залежить, у першу чергу, від системи макро- і мікроекономічних умов ділової активності учасників інноваційного процесу.

В енергетичній промисловості також може використовуватись будь-яка з запропонованих моделей. Проте, дана галузь має свої особливості, зміст основних з них полягає в тому, що енергетика має специфічні особливості, що відрізняють її від інших галузей національної економіки. Передусім, це такі техніко-економічні особливості, як безпере-

рвність та автоматичність технологічного процесу, послідовність фаз перетворення енергії, взаємозамінність енергетичних ресурсів, що використовуються.

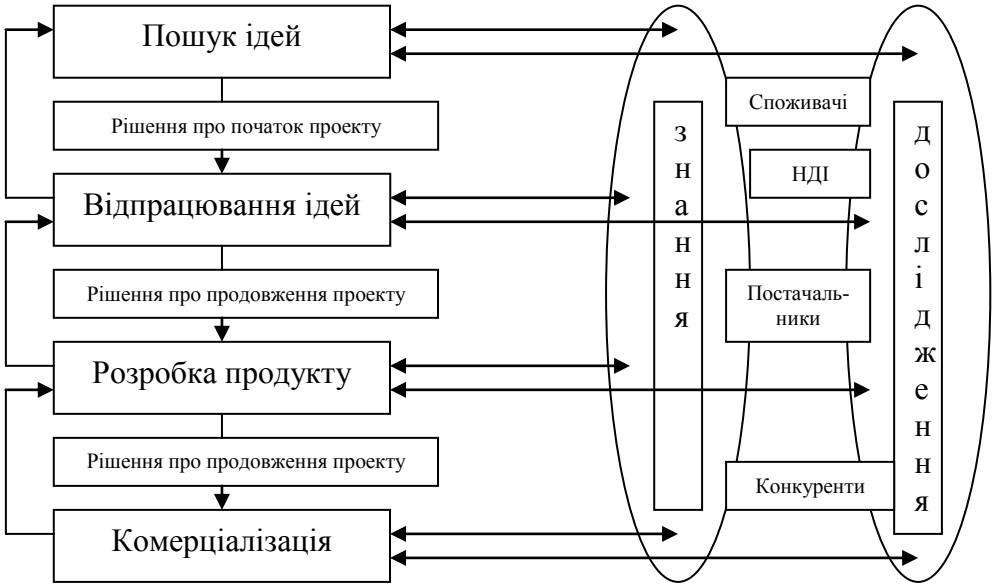

Рис. 2 - Мережева модель інноваційного процесу

Не менш важливими є такі внутрішньогалузеві особливості енергетики, як висока концентрація виробництва в межах одного підприємства та одночасно розсередження енергетичних підприємств з єдиним технологічним процесом на великих територіях, жорстка залежність режиму роботи енергетичних підприємств один від одного, висока фондомісткість, тривалі строки служби енергетичних потужностей. Все це потребує розроблення для енергетичних підприємств своєї удосконаленої моделі інноваційного процесу, що буде мати місце в подальших дослідженнях з урахуванням їх особливостей.

Щодо питання дослідження природи інноваційних процесів, слід зазначити гіпотезу І.П. Макаренка. Він описує базисну інновацію з погляду інноваційної «капсули» та розглядає її як підставу для виробництв та інших інновацій, що з'являються внаслідок науково-технічного розвитку. За класифікаційним методом, базисні інновації відносяться до процесових інновацій всередині “капсули”. Основою такої «капсули» є взаємозв'язки і взаємозалежності виробництв, що не в змозі існувати самостійно, однак разом вони створюють самостійне виробництво. Саме неможливість існування «капсули» без цих виробництв робить її стійкою та агресивною системою, що притягує потоки капіталу, що перевищує за значенням одиницю. Цей «надлишок» згодом перерозподіляється в «капсулі», покриваючи витрати несамостійних виробництв.

Як системне явище, інноваційний процес можна розподілити на три основні етапи: 1. Виявлення імпульсу змін (при технологічних нововведеннях, джерелом інформації можуть виступати наукові публікації, а також у спеціалізованих журналах, монографії, технічна і торгова реклама, виставки, ярмарки, тощо). 2. Усвідомлення потреби у змінах (на цьому етапі, центральним елементом є визнання неможливості колишнього шляху, цінностей та ідеалів). 3. Подолання опору (опір є першою реакцією на зміни, так як людям потрібен час для оцінки вигоди і витрати змін для себе).

На сьогоднішній день, усі фактори ініціації нововведень є не незалежними, тобто присутні одноразово в кожній ініціації інноваційного процесу, а в єдності, вони виступають, як інноваційні можливості організації.

Проявом інноваційної можливості, доступної для використання у бізнесі і практичній діяльності, є знання. В інноваційній сфері, змістом основного процесу виступає трансформація знання в об'єкт або бізнес. На основі факторів ініціації нововведень можна виділити три суттєві фрагменти загального знання, необхідні для активізації інноваційної діяльності: - маркетингові знання про потреби, ринки та їх еволюції; - наукові знання про устрій природних, матеріально-технічних та соціально-економічних систем; - практичні знання, засновані на узагальненні минулого технічного, економічного і соціального досвіду.

Проведений аналіз розвитку моделей інноваційного процесу дозволив зформулювати основні фактори впливу на його ефективність. Визначені фактори можна звести у три групи: 1. Мотиваційне забезпечення інноваційної діяльності (здійснюється стимулювання інноваційної активності особистості за допомогою підтримки, схвалення, взаємодії, зворотнього зв'язку та інших важливих складових системи побудови мотиваційного механізму. Ідея стає інновацією лише тоді, коли рішення, засноване на цій ідеї, прагне до визнання в суспільстві). 2. Інтелектуальні ресурси (ця група впливає на якісні та кількісні характеристики ідей і визначає багатоваріантність і селективність інноваційного процесу і представляє собою інтелектуальні можливості кадрів, нематеріальні активи, матеріально-технічні, інформаційні, організаційні, фінансові ресурси). 3. Організаційно-управлінські структурні характеристики щодо проведення інноваційної діяльності (розглядається рівень централізації, формалізації і складності організації, для забезпечення ефективності інноваційного розвитку важливе значення мають системні структурні взаємодії, що можуть забезпечити спадковість стадій і безперервність процесу в часі).

Висновок. Отже, проаналізувавши існуючі точки зору та узагальнивши існуючі погляди, визначення інноваційного процесу можна представити, як засіб організації комплексу взаємопов'язаних між собою напрямів наукової, технологічної, організаційної, фінансової та комерційної діяльності, що спрямований на створення і впровадження на ринку нового, чи удосконаленого продукту, використання нової, чи удосконаленої організаційно-економічної форми з метою забезпечення прибуткової роботи підприємця, забезпечення його конкурентноздатності і досягнення визначеної мети.

В залежності від того, на якому етапі розвитку знаходься підприємство, визначається можливість впливу перелічених факторів на зміни в інноваційному процесі. Дослідження основних характеристик інноваційного процесу впродовж його еволюції дозволить визначити підходи до його моделювання і формування адекватної структури під час прогнозування напрямів інноваційної діяльності промислового підприємства.

Список літератури: 1. *В. А. Щербаха* - Основные этапы инновационного процесса / Инновации. – 2001. – № 4-5. – С. 104-105. **2.** *І.В. Федулова* - Аналіз досвіду удосконалення інноваційного процес / Наукові праці Національного університету харчових технологій: економіка. – К. : НУХТ, 2007. – № 21. – С. 127-129 **3.** *И. В. Конев* - Закономерности инновационных процессов /Инновации. – № 7. –

2005. – С. 61-63. **4.** *Rothwell Roy* - Towards the fifth-generation process// International Marketing Review. – 1994. - Vol.11. – №1. – p.7-31. **5.** Кортов С. В. Моделирование жизненного цикла инноваций на основе теории эволюции / Инновации. – 2005. – № 1. – С. 60-67. **6.** *Kline S.J., Rosenberg N*. An overview of innocation// The positive sum strategy: Harnessing technology for economic growth/ edited by Landau R.& Rosenberg N. – Washington: National Academy Press,1986. **7**. *Е. О. Науменко*- К вопросу о моделях управления инновационным процессом на предприятиях в современных условиях – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: //ej.kubagro.ru/2006/04/03.

Подано до редакції 11.05.2011

УДК 519.85

Т.О. ПОГОРЄЛОВА, доц., НТУ «ХПІ», Харків
Д.І. ПОГОРЄЛОВ, магістр, НТУ «ХПІ», Харків

ОСОБЛИВОСТІ ТА СФЕРИ ЗАСТОСУВАННЯ МАТЕМАТИЧНОГО ПРОГРАМУВАННЯ В ЕКОНОМІЦІ

Стаття містить дослідження особливостей та сфери застосування математичного програмування в економіці, класифікацію економіко-математичних моделей.

The article contains research features and scope of mathematical programming in the economy, classification of economic and mathematical models.

Ключові слова: програмування, економіко-математична модель, ціль, задача оптимізації, лінійне програмування, нелінійне програмування.

Вступ. Математичне програмування займається вивченням методів розв’язування, аналізу та використання задач зі знаходження екстремуму функції на множенні допустимих варіантів функції. Математичне програмування використовують при розв’язанні різноманітних практичних задач, у тому числі і економічних.

Постановка задачі. Мета статті полягає у дослідженні особливостей застосування математичного програмування в економіці.

Методологія. Наукове дослідження здійснено шляхом системного аналізу праць науковців, які вивчали проблеми математичного програмування.

Результати дослідження. Головне завдання фахівців з економіки та підприємництва — керувати економічними системами, розробляючи і впроваджуючи стратегічні та тактичні плани. Керування економічними системами — це, по суті, використання знань про системи, здобуття нової інформації та застосування її з метою відшукання найефективніших способів досягнення заданих результатів.

Отже, для керування економічними системами необхідна інформація. Людство вступило у XXI століття, у якому стрімко відбуваються процеси інформатизації та інтелектуалізації суспільства.

Знання та індивідуальний підхід перетворюються на основну цінність інформатизованого суспільства. Більш того, головним фактором для людини стає не абсолютний дохід, а, ступінь безпечності, статус і якість життя. Прагнення до матеріальних цінностей змінюється на прагнення до самовираження, пошуку сенсу життя, бажання

залишити свій слід у ньому. Дедалі більше людей на Заході надають перевагу праці не найдохіднішій, а творчо цікавій, яка дає змогу самореалізуватися.

На наших очах пройшла комп'ютерна революція. У домівках з'явилися комп'ютери, оснащені сучасним програмним забезпеченням з широкими можливостями. Завдяки Інтернету наше суспільство має змогу використовувати у своїй діяльності світові досягнення науки, культури тощо. Десять років тому такий перебіг справ мало хто міг передбачити. Немає сумніву, що у наступному десятиріччі комп'ютер стане таким же поширеним, як і телефон.

Інформаційна та комп'ютерна революція прискорює розвиток суспільства, яке буде не капіталістичним і не комуністичним, а інформаційним. Ефективність сягне такого високого рівня, що всі члени суспільства в матеріальному плані будуть повністю задоволені. Проте це не означає, що в суспільстві не буде суперечностей. Суспільство внаслідок такої революції поділиться на два протилежні класи, а саме, на тих, хто опанував комп'ютерними технологіями, і на тих, хто цього не зробив або не зміг зробити. Виникне реальне протистояння в суспільстві, яке може мати негативні наслідки. Річ у тім, що промислова революція, яка розтягнулася в часі, дала можливість людям адаптуватися до нових умов. При цьому створювалися нові робочі місця. Комп'ютерна революція проходить стрімко, загрожує зруйнувати більше робочих місць, ніж створити, формуються нові жорсткі «класові» бар'єри, особливо між високо - і малоосвіченими членами суспільства.

Системи підтримки прийняття рішень (СППР), які впродовж трьох останніх десятиліть широко застосовуються у розвинутих країнах, окрім загального програмного забезпечення, містять у собі банк економіко-математичних методів і моделей. Щоб ефективно застосовувати СППР, необхідно знати засадні принципи та прийоми математичного моделювання, вміти будувати економіко-математичні моделі економічних процесів та явищ, знати методи оптимізації різних задач.

Загалом послідовність використання економіко-математичних моделей така:

- формується економічна проблема;

- створюється математична модель задачі, у якій логічні зв'язки економічної моделі перетворюються на математичні співвідношення: функції, рівняння, нерівності;

- розв'язується математична задача, перевіряється рішення;

- перекладається розвиток на економічну мову і аналізується результат.

Математичне програмування – це частковий випадок системного аналізу однієї чітко вираженої мети, досягнення якої здійснюється за одним критерієм.

У загальному вигляді математична формулювання задачі виглядає таким чином:

- необхідно знайти найбільше або найменше значення цільової функції $f(x_1, x_2, x_3\ldots, x_n)$;

- якщо треба виконати умови $g_i(x_1, x_2, x_3\ldots, x_n)$ £ b_i, $i = 1,2,3\ldots,m$;

де f, g_i – відомі функції;

b_i - деякі дійсні числа; $n > m$.

Задачу оптимізації з точки зору економіки можна сформулювати таким чином: знайти такі значення змінних, що надають ефективності діяльності максимальне чи мінімальне значення за умов виконання обмежень, які пов'язані зі змінними, за допомогою яких (змінних) здійснюється керування діяльністю.

Конкретна ціль, поставлена у економічній задачі, пояснюється цільовою функцією (критерієм ефективності), екстремум якої і треба знайти.

Обмеження відображають умови, при розв'язанні економічної задачі, наприклад, брак ресурсів, гранична вартість і таке інше. Змінні, з яких будується цільова функція, та на які накладаються обмеження, використовують як «інструмент», за допомогою якого досягається той чи інший варіант цілі. Як змінні задовольняють усім обмеженням, так отриманий варіант називають припустимим (допустимим).

Задача математичного програмування полягає в тому, щоб з усіх допустимих варіантів значень інструментальних змінних (невідомих моделі) знайти такі, при яких функція цілі (критерій оптимальності) досягає екстремуму.

Розв'язати задачу – це знайти її оптимальне рішення, або з'ясувати його відсутність.

Функція цілі (критерій оптимальності) повинна об'єктивно характеризувати суспільно-корисну значущість соціально-економічного явища або процесу. Критерій оптимальності можливо з'ясувати лише з економічної сутності проблеми – задача, яку розв'язує фахівець - економіст. Принципово неможливо визначити цільову функцію на етапі розв'язання задачі математиком. Такою ж мірою це все стосується також обмежень задачі оптимізації.

Класифікація моделей задач математичного програмування залежить від властивостей функції цілі та функцій обмежень.

Якщо функція цілі та усі функції обмежень лінійні, така задача математичного програмування має назву задачі лінійного програмування; якщо ж хоча б одна з функцій нелінійна, така задача має назву задачі нелінійного програмування.

Якщо у математичній моделі ураховується поетапно час, така задача має назву задачі динамічного програмування; у іншому випадку – задачі статичного програмування.

В залежності від того, який характер мають вихідні дані моделі – детермінований або стохастичний – задачі мають назву відповідно детермінованого та стохастичного програмування.

Серед задач нелінійного програмування особливо досконало досліджені задачі опуклого програмування – задачі знаходження екстремуму опуклої функції, заданої на опуклій замкненій множині. У свою чергу, серед задач опуклого програмування найпростіші і найдосконало досліджені задачі квадратичного програмування, в яких функція цілі – квадратична, а обмеження – лінійні.

Якщо змінні задачі математичного програмування приймають тільки цілочисельні значення, така задача має назву задачі цілочислового програмування; у іншому випадку – задачі неперервного програмування.

У задачі дробово-лінійного програмування цільова функція являє собою співвідношення двох лінійних функцій, а обмеження – лінійні.

Якщо у задачі математичного програмування відсутні усі обмеження, така задача має назву задачі безумовного програмування.

Висновки. Українське суспільство значною мірою відстає від світового рівня у процесах інформатизації, використання комп'ютерної техніки. Важливою для нашого суспільства є проблема вдосконалення керування економічними системами на базі комп'ютерних технологій, тобто інтенсивного впровадження систем підтримки прийняття рішень (СППР), які впродовж трьох останніх десятиліть широко застосовуються у розвинутих країнах. Наприклад, для розроблення програмного забезпечення СППР США щорічно витрачають понад 1 млрд. доларів. Хоча в Україні такі системи ще практично не використовуються, але інтелектуальна діяльність нашого суспільства є доволі прогресуючою і динамічною, його інформатизація потребуватиме використання СППР. Фахівці-економісти мають бути готовими до такого перебігу процесів інформатизації.

Список літератури: 1. *Наконечний С.І., Савіна С.С.* Математичне програмування: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2003.- 452 с. **2.** *Барвінський А.Ф* та ін. Математичне програмування: Навчальний посібник / А.Ф. Барвінський, І.Я. Олексів, З.І. Крупка, І.О. Бобик, І.І. Демків, Р.І. Квіт, В.В. Кісілевич – Львів: Національний університет "Львівська політехніка" (Інформаційно-видавничий центр "Інтелект+" Інститут післядипломної освіти) "Інтелект - Захід", 2004. – 448 с. **3.** *Вітлінський В.В., Наконечний С.І., Терещенко Т.О.* Математичне програмування: Навч. – метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2001. – 248 с. **4.** Математичне програмування (методичний посібник для студентів економічних спеціальностей)/Укладачі: *Лавренчук В.П., Веренич І.І., Готинчан Т.І., Дронь В.С., Кондур О.С.* - Чернівці: „Рута", 1998.-168 с.

Подано до редакції 12.05.2011

УДК 658.29

П.Г. ПЕРЕРВА, д.е.н., проф. НТУ «ХПІ», Харків;
О.В. ЖЕГУС, к.е.н., доц., ХДУХТ, Харків

НАУКОВО-ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ ТА СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЙОГО ВИКОРИСТАННЯ

Досліджено динаміку показників інноваційної діяльності та інноваційної активності в Україні. Проаналізовано стан у сфері наукового забезпечення інноваційної діяльності. Розглянуто тенденції підготовки наукових кадрів в Україні. Відзначено напрями підвищення ефективності використання науково-інноваційного потенціалу України.

The dynamics of indicators of innovation and innovation activity in Ukraine are investigated. The situatson in the field of innovation and the trends of academic training in Ukraine are analized. The means to increase the efficiency of scientific and innovative potential of Ukraine are suggested.

Ключові слова: глобальна конкурентоспроможність, інноваційна діяльність, інноваційна активність, науковий потенціал

Постановка проблеми. Із загостренням фінансово-економічної кризи в Україні відбулося зниження інноваційної активності. За 2008-2009 рр. і так невисока частка підприємств, що займалися інноваціями – 14,2% у 2007 р., знизилася на 2%. Спостері-

гається також й зниження обсягу витрат на інноваційну діяльність майже на 34% у 2009 році порівняно із 2008. За останніми статистичними даними у 2010 р. витрати на інновації становили лише 8046, 0 млн. грн., що складає навіть менш 1% від ВВП. Починаючи з 2008 року щорічно знижується питома вага реалізованої інноваційної продукції у загальному обсязі промислової. Якщо у 2007 році вона сягнула майже 7%, то за наступні три роки скоротилася до 3,8% у 2010 році. У пік розвитку кризи спостерігалося також зниження рівня освоєного виробництва інноваційних видів продукції. Все це обумовлює складність не тільки подальшого економічного розвитку Україні, а й навіть не дає можливості швидкого виходу економіки України із тієї складної економічної ситуації, що склалася.

Низька інноваційна активність також суттєво знижує глобальну конкурентоспроможність економіки України. За даними Global Competitiveness Index, який визначається Всесвітнім економічним форумом у Давосі, рейтинг України падає щорічно і сьогодні знаходиться наприкінці восьмого десятку серед 139 країн світу [1]. Якщо у 2008-2009 рр. Україна посідала 72 позицію, то за два роки її рейтинг впав на 17 місць (табл.). Серед трьох груп показників: базові вимоги, підсилювачі ефективності, фактори розвитку та інноваційного потенціалу, які у сукупності охоплювали 12 чинників, під час визначення глобальної конкурентоспроможності в останні два роки найбільші втрати позицій, 14 та 8, у 2009-2020 та 2010-2011 рр., відповідно, прийшлися саме на групу факторів розвитку та інноваційного потенціалу (табл.1).

Таблиця 1 - Рейтинги України за індексом глобальної конкурентоспроможності [1]

	Рейтинг у 2007-2008	Рейтинг у 2008-2009		Рейтинг у 2009-2010		Рейтинг у 2010-2011	
		Ранг	Δ, +/-	Ранг	Δ, +/-	Ранг	Δ, +/-
Рейтинг за загальним показником конкурентоспроможності	73	72	-1	82	10	89	7
Базові вимоги	90	86	-4	94	8	102	8
Підсилювачі ефективності	66	58	-8	68	10	72	4
Фактори розвитку та інноваційного потенціалу:	75	66	-9	80	14	88	8
В т.ч.							
Рівень розвитку бізнесу	81	80	-1	91	11	100	9
Інновації	65	52	-13	62	10	63	1

І все це не зважаючи на наявний достатньо високий науково-інноваційний потенціал України, який вкрай неефективно використовується через низку об'єктивних та суб'єктивних причин.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Сьогодні тема формування та використання інноваційного потенціалу України активно розглядається у наукових колах, починаючи від науково-дослідних інститутів й до окремих кафедр національних провідних університетів. Серед пріоритетних комплексних міждисциплінарних досліджень економічної науки у галузі соціальних і гуманітарних наук Національної акаде-

мії наук України на 2009-2013 рр. виділено: - прогнозування та моделювання розвитку економічних, технологічних, інноваційних і соціально-демографічних процесів; - інноваційна та інвестиційна політика; - інноваційно-інвестиційні проблеми сільського господарства і сталого економічного розвитку.

У межах цих проектів здійснюються глибокі та комплексні дослідження у сфері формування та використання інноваційного потенціалу України. Серед провідних вітчизняних учених, які досліджують зазначені аспекти, значний внесок у розв'язання питань щодо формування та підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу України зробили Біловодська О. А., Геєць В.М., Желтенков А. В., Жихор О.Б., Ілляшенко С. М., Поручник А.М. та ін. Не зважаючи на широке висвітлення найбільш актуальних проблем аналізу та оцінки інноваційного потенціалу України, дослідження динаміки та тенденцій науково-інноваційних процесів, виявлення чинників, що на них впливають, мають здійснюватися систематично.

Мета статті. Довести роль та значення інноваційної діяльності у забезпеченні економічного зростання та підвищенні національної конкурентоспроможності. Дослідити стан та тенденції інноваційних процесів в Україні. Проаналізувати та оцінити науковий потенціал, як важливу складову інноваційного потенціалу. Визначити напрями та шляхи підвищення ефективності використання науково-інноваційного потенціалу України.

Виклад основного матеріалу. У сучасних умовах інноваційний потенціал країни став основним індикатором, який характеризує можливість та умови її економічного розвитку. Від наявності та ефективності його використання багато в чому залежать темпи економічного розвитку країни, її місце у світовому економічному просторі. Про ста та рівень інноваційної діяльності у країні свідчить такий показник як вага обсягу виконаних науково-технічних робіт у валовому внутрішньому продукті. В Україні відмічається негативна тенденція її зниження. У 2000-2002 рр. вона становила 1,11-1,14%, у 2003 р. вона зросла до 1,24% – це максимальний рівень за останні десять років, а починаючи з 2004 року, почала знижуватися, спочатку до 1,19%, потім ще на 0,06%, а вже з 2006 року не перевищила 1%. Протягом 2007-2010 р. вага обсягу виконаних науково-технічних робіт у валовому внутрішньому продукті знаходилася на рівні 0,9%. Порівняно із розвинутими країнами даний рівень є у декілька разів нижчим. За даними Євростату у 2009 р. вага обсягу виконаних науково-технічних робіт у валовому внутрішньому продукті у таких європейських країнах, як Фінляндія, Швеція, Ісландія, Данія, перевищувала 3%, в середньому по країнам ЄС вона становила 2,01%. Все це свідчить про низький рівень обсягу виконаних науково-технічних робіт у валовому внутрішньому продукті, а й значить про низьку активність інноваційної діяльності.

Посилення негативних тенденцій у інноваційні сфері України відбулося у наслідок світової фінансово-економічної кризи, негативно також відобразилися й внутрішні політичні негаразди. Статистичні дані свідчать про зниження основних показників інноваційної активності в Україні (табл.2).

Починаючи з 2006 року, відбувається щорічне зниження кількості організацій,

що займалися інноваційною діяльністю в Україні. У 2010 р. їх налічувалося лише 1303, що на 14% менш порівняно із 2005 р. та на 101 організацію або 7,2% менш порівняно із 2007 роком. Протягом 2000-2010 рр. спостерігається ще одна стійка негативна тенденція – щорічне зниження чисельності науковців. Якщо у 2000 р. їх кількість перевищувала 120 тис. осіб, то у 2006 вона вже становила трохи більш 100тис. осіб, а у 2010 р. вже була меншою 90 тис. осіб. В цілому за десять років чисельність науковців в Україні скоротилася більш як на 130 тис. осіб або на 25,9%. Серед усіх досліджуваних показників інноваційної діяльності та активності в Україні лише один зростав щорічно, а саме – обсяг виконаних науково-технічних робіт всього у фактичних цінах. Але слід відзначити суттєве зниження темпів росту останніми роками. До початку фінансово-економічної кризи у 2007-2008 рр. приріст обсягів виконаних науково-технічних робіт всього у фактичних цінах складав 25-27% на рік, а у 2009 році – лише 1,3%, тобто загострення фінансово-економічної ситуації в Україні у значній мірі загальмувало розвиток інноваційної діяльності.

Таблиця 2 – Показники інноваційної діяльності в Україні у 2000-2010 рр. [5]

Роки	Кількість організації, які виконують наукові дослідження й розробки	Обсяг виконаних науково-технічних робіт всього у фактичних цінах, млн. грн.	Чисельність науковців, осіб	Питома вага підприємств, що займалися інноваціями, %	Питома вага підприємств, що впроваджували інновації. %	Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, %
2000	1490	1978,4	120773	18	14,8	
2001	1479	2275	113341	16,5	14,3	6,8
2002	1477	2496,8	107447	18	14,6	7
2003	1487	3319,8	104841	15,1	11,5	5,6
2004	1505	4112,4	106603	13,7	10	5,8
2005	1510	4818,6	105512	11,9	8,2	6,5
2006	1452	5354,6	100245	11,2	10	6,7
2007	1404	6700,7	96820	14,2	11,5	6,7
2008	1378	8538,9	94138	13	10,8	5,9
2009	1340	8653,7	92403	12,8	10,7	4,8
2010	1303	9867,1	89534	13,8	11,5	3,8

Про негативні тенденції у інноваційній діяльності в Україні також свідчить зниження питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями, та питомої ваги підприємств, що впроваджували інновації. Відтак у 2000 році питома вага підприємств, що займалися інноваціями, становила 18%, а потім вона щорічно знижувалася і до 2005-2006 рр. впала до рівня 11%, не зважаючи на стабілізацію ситуації і зростання питомої ваги підприємств, що займалися інноваціями, у 2007 році до 14%, останні три роки вона знаходилася на рівні 12,8-13,8%. В той же час питома вага підприємств, що впроваджували інновації, на початку XXI сторіччя в Україні знаходилася на рівні 14,3-14,8%, а за останні сім років не перевищила 11,5%. Зниження інноваційної активності підтверджує і той факт, що питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової, яка була на рівні 5,8-6,8% у 2000-2008 рр., у 2009 знизилася до 4,8%, а у 20020 – ще на 1% і склала вже 3,8%. Отже, аналізуючи даний показник, як результат інноваційної діяльності в Україні, можна стверджувати, що скорочення науково-дослідних організацій, чисельності наукових працівників, зменшення фінансування

інноваційної діяльності призвело до того, що суттєво скоротилися обсяги інноваційних продуктів та технологій.

Таким чином, за останні п'ять років найкращі показники інноваційної діяльності спостерігаються у докризовому періоді, 2006-2007 рр. На той час більш 1400 організацій виконували наукові дослідження й розробки, чисельність науковців складала близько 100 тис. осіб, Питома вага підприємств, що займалися інноваціями та питома вага підприємств, що впроваджували інновації, складали у 2007 р. 14,2 та 11,5%, відповідно, а питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової – 6,7%. На сьогоднішній день усі зазначені показники є нижчими.

В цілому в Україні сформувалися сприятливі умови для формування потужного інноваційного потенціалу, особливо у такій його складовій як наукова сфера, яка розглядається як впливовий інститут рівноправного партнера в мережі соціально-економічних взаємовідносин [6].

Позитивна тенденція спостерігається у сфері підготовки наукових кадрів в Україні. Щороку в Україні збільшується чисельність кандидатів наук та докторів наук в економіці України. За 2010 рік, їх кількість зросла на 3,5 та 4%, відповідно. В цілому в Україні у 2010 р. налічувалося більш 14 тис. докторів наук та 84 тис. кандидатів наук. Підготовка та підвищення кваліфікації науково-педагогічних кадрів відбувається в аспірантурі та докторантурі. У 2010 р. налічувалося 530 закладів, які мали аспірантуру, що на 5 закладів більш, ніж у 2009 р. Порівняно із 1995 р. у 2010 р. кількість закладів, які мали аспірантуру, на 42% є більшою (рис. 1).

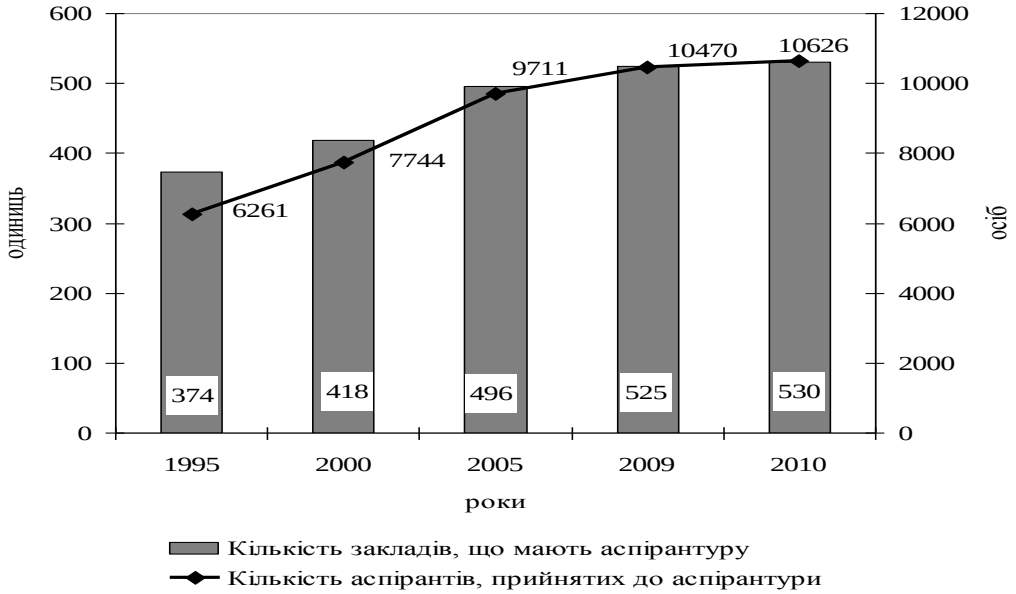

Рисунок 1 – Динаміка показників діяльності аспірантури в Україні

В Україні спостерігається щорічне зростання прийнятих до аспірантури, якщо у 1995-200 рр. приймалося до аспірантури 6-8 тис. осіб щорічно, о у 2009-2010 рр. – вже більш 10 тис. осіб. Слід відзначити позитивну тенденцію не тільки кількісних характеристик діяльності аспірантури, а й якісних (табл. 3). Відмічається зростання частки випуску аспірантів із захистом дисертації у загальному обсягу випуску. У 1995-

2000 р.р. вона трохи перевищувала 16%, у 2005 – сягнула 18%, а у 2009-2010 зросла ще на 5%. Але не зважаючи на це слід відмітити недостатню ефективність аспірантури в Україні, оскільки лише четверта частина аспірантів захищають результати своїх наукових досліджень, впроваджують їх у практичну діяльність, а більша частка залишається не реалізованими.

В Україні спостерігається зростання ролі вищих навчальних закладів у підготовці науково-педагогічних кадрів та науковій діяльності.

Таблиця 3 – Показники діяльності аспірантури в Україні

Рік	Випуск з аспірантури за рік, осіб	У тому числі з захистом дисертації, осіб	Частка випуску із захистом дисертації до загального обсягу випуску, %
1995	3372	551	16,3
2000	5132	842	16,4
2005	6417	1171	18,2
2009	7929	1826	23,0
2010	8290	1954	23,6

У 1995 рр. більша частка аспірантур належала до науково-дослідницьких інститутів, в той час, коли на частку аспірантур у ВНЗ приходилося лише 42%. Останніми роками темп зростання кількості аспірантур у вищих навчальних закладах перевищив даний показник у науково-дослідницьких інститутах, внаслідок чого частка аспірантур у ВНЗ збільшилася майже до 48%. В цілому серед вищих навчальних закладів України, яких на сьогоднішній час нараховується близько 350 станом на 2010 р. 253 мають аспірантуру, що складає 72,3%. У 2010 р. в аспірантурах вищих навчальних закладів навчалося 29407 осіб, у науково-дослідних інститутах – 5246, що у сумі становить 34563 особи і це у два рази більш порівняно із 1995 р.

Покращення ситуації також мають місце й у сфері підготовки докторів наук. Більш як на 100 установ збільшилася кількість закладів, що готують докторантів за останні 15 років. На сьогоднішній день їх 263, причому майже 63% докторантур знаходяться у вищих навчальних закладах. У 2009-2010 рр. випуск із докторантури склав 465 та 459 осіб, відповідно, з них 27-29% - із захистом дисертації, тобто показник вище, ніж у аспірантурі, але ще недостатній. Підготовка наукових кадрів вищої кваліфікації в Україні фінансується переважно із бюджетних коштів, аспірантів, майже на 85%, докторантів – на 94%. Проведений аналіз свідчить про позитивні тенденції у сфері підготовки наукових кадрів, але залишається актуальним питання щодо підвищення ефективності аспірантури та докторантури в Україні.

Аналізуючи розподіл докторів наук за сферами діяльності, зроблено висновок, що основна їх часка здійснює свою професійну діяльність переважно у вищих навчальних закладах – майже 68%, ще 25% - продовжують свої дослідження у науково-дослідних інститутах та науково-технічних організаціях, а зовсім незначна частка докторів наук реалізують свої професійні знання та навички, впроваджують результати свої досліджень у сфері управління (лише 1,2%) та виробничій сфері (лише 0,3%), що

свідчить про недостатньо ефективне використання їх наукового потенціалу. Розподіл за сферами зайнятості у галузях економіки серед кандидатів наук відрізняється лише тим, що не 25, а 15% - працюють у науково-дослідних інститутах та науково-технічних організаціях, у сфері управління – 2%, виробничій сфері – 1,1%. До того ж обмеженість фінансування наукових досліджень, невідповідність сучасним вимогам матеріально-технічної бази, низький рівень оплати праці науково-педагогічних кадрів призводять до еміграції підготовлених науковців. Так у 1996 році 184 кандидати наук виїхали за кордон, у 2000 р. – 125. Далі хоча темпи еміграції й знизилися, але За 2005-2010 рр. всього виїхали за кордон, в Ізраїль, Канаду, Німеччину, Росію, США, Польщу та інші країни, 209 осіб, кандидатів наук. Для запобігання даних негативних процесів необхідним є підвищення моральної та матеріальної зацікавленості у науковій сфері Україні, і перш за все – заробітної плати.

Про високий науковий потенціал України свідчить те, що серед країн Співдружності, після Росії, Україна має найкращі кількісні показники у 2010 р. Так чисельність спеціалістів, які виконують наукові дослідження й розробки становить майже 90 тис. осіб, ще 26 тис. – допоміжний персонал. Але це високі показники у масштабах України, якщо ж порівнювати за якісними показниками, то в Україні на 1000 зайнятого населення приходиться лише 5,9-5,7 виконавців наукових та науково-технічних робіт, в той час коли у країнах Європи, а саме у ЄС 27 на 1000 осіб зайнятого населення приходиться більш 16 осіб, тобто майже у три рази більше. Найвищі показники мають Німеччина, майже 19 осіб на 1000 зайнятого населення, Іспанія із показником більш 17 осіб.

Для наближення України до Європейського рівня інноваційної діяльності необхідно вирішити низку проблем, серед яких особливої уваги потребують пошук шляхів розбудови національної інноваційної системи, стимулювання попиту на НДДКР, підвищення використання наявного наукового потенціалу, удосконалення нормативної та законодавчої бази інноваційної діяльності, покращення інвестиційного клімату, розвиток ринку капіталів й прогресивних форм фінансування інноваційної діяльності, а саме ринку венчурного капіталу. Серед цих проблем особливу увагу необхідно звернути на підвищення ефективності використання саме наукового потенціалу.

Висновки. Інтенсифікація процесів відтворення та підвищення рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняної економіки є одними з вирішальних умов подальшого економічного розвитку України та зміцнення її положення на світовому ринку. Підґрунтям та основою вирішення цих завдань є створення та ефективна реалізація науково-інноваційного потенціалу. У контексті глобальних перетворень саме інноваційно-інвестиційна модель розвитку економіки стає вирішальним чинником темпів економічного зростання, міжнародної конкурентоспроможності. За сучасних умов особливо актуальним є забезпечення сприятливих умов для активізації інноваційного процесу й підвищення ефективності використання наукового потенціалу.

Серед першочергових заходів, що стимулюватимуть зростання наукового потенціалу та підвищення його ефективності у складі інноваційних процесів слід відзначити необхідність: завершення інституціалізації наукової сфери; визначення стратегічних

пріоритетів розвитку науки та наукової діяльності в Україні, забезпечення їх державної підтримки; посилення державної підтримки академічної науки, в тому числі забезпечення збереження та розвитку провідних вітчизняних наукових шкіл; створення належних конкурентних умов для запровадження організаційно-стимулюючих механізмів розвитку наукових досліджень; розробки механізмів та забезпечення на їх основі інтеграції освіти, науки та виробництва; оптимізації планів щодо підготовки наукових кадрів вищої кваліфікації; підвищення вимог до підготовки наукових робіт, зокрема кандидатських та докторських дисертацій, звітів з науково-дослідницьких тем, монографій, статей та ін. наукових публікацій; перегляду політики, спрямованої на підвищення кадрового потенціалу наукової сфери, включаючи матеріальне та моральне заохочення діяльності наукових кадрів.

Список літератури: **1**. Global Competitiveness Index Report 2010-2011// [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www3.weforum.org/docs/WEF_ GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf>. **2.** *Желтенков А. В.* Инновационный менеджмент : учебное пособие / А. В. Желтенков, С. Н. Ильяшенко, Н. П. Масленникова, С. А. Рябиченко, Н. С. Ильяшенко. – М.: Издательство МГОУ, 2010. 446 с. **3.** *Жихор О.Б.* Інноваційна політика розвитку регіонів: теорія та практика формування, механізми реалізації: [монографія] / О.Б. Жихор. – Львів: НАН України. Інститут регіональних досліджень, 2009. – 544 с. **4**. *Ілляшенко С. М.* Управління інноваційним розвитком промислових підприємств : монографія / С. М. Ілляшенко, О. А. Біловодська. – Суми : Університетська книга, 2010. – 281 с. **5**. Наукова та інноваційна діяльність в Україні/Статистичний збірник. - К.: ДП „Інформаційно-видавничий центр Держстату України", 2011 – 282 с. **6.** Новий курс: реформи в Україні. 2010–2015. Національна доповідь /за заг . ред. *В. М. Гейця* [та ін.]. – К.: НВЦ НБУВ, 2010. – 232 с. **7.** Основні наукові напрями та найважливіші проблеми фундаментальних досліджень у галузі природничих, технічних і гуманітарних наук на 2009–2013 рр. / Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.nas.gov.ua/News/Publishers/nov/nov_skndgpsn/ Documents/Napriamy.pdf>. **8**. *Поручник А.М.* Інноваційний потенціал України а його реалізація в міжнародному науково-технічному співробітництві/ Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.kneu.kiev.ua/journal/ukr/article/2004_1_Poruchnik_UKR.pdf>.

Подано до редакції 12.05.2011

УДК 65.011.003.12.009.12 "312"

Л.А. КВЯТКОВСЬКА, к.е.н., Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Кременчуг
Л.Д. ВОРОБЙОВА, к.т.н., Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Кременчуг

ОЦІНКА ПОТОЧНОЇ ТА ДОВГОСТРОКОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розглядається сутність конкурентоспроможності підприємства в поточному та довгостроковому періоді та методи її оцінки в процесі реалізації конкурентної стратегії господарюючого суб'єкта.

Essence of competitiveness of enterprise in a current and long-term period and methods of its estimation is examined in the process of realization of competition strategy of being in a charge subject.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентна перевага, ціна, економічний потенціал, ефективність діяльності підприємства, виробничий потенціал, збутовий потенціал.

Вступ. В умовах жорсткої конкуренції підприємствам необхідно розробляти стратегію довгострокового виживання. При цьому виникає проблема адекватної оцінки конкурентних переваг підприємства в сучасних умовах, вирішення якої є актуальним завданням в сучасних умовах. В даний час одним із завдань підприємства є вибір оптимального набору показників, які можуть бути покладені в основу методики визначення його конкурентоспроможності.

Постановка завдання. Динамічний характер впливу факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на виробничі процеси, а також таке складне явище, як конкурентоспроможність, потребує її комплексної оцінки. Отже, для врахування впливу взаємодії внутрішнього і зовнішнього середовища підприємства на результати його діяльності необхідний аналіз та оцінка сукупності індивідуальних показників в системі багатовимірного аналізу можливостей вдосконалення і пристосування до конкретних вимог, для створення і підтримки конкурентних переваг підприємства.

Методологія. Теоретичні основи та базові методичні підходи до оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства присвячені праці таких відомих вчених-економістів, як Г. Азоєв, І. Должанський, Ф. Котлер, М. Портер, В. Таран, Р. Фатхутдінов, А. Юданова та ін.

М. Портер [2] визначає конкурентоспроможність підприємства на основі продуктивності: «Національні компанії повинні постійно підвищувати продуктивність в існуючих галузях за допомогою підвищення якості продукції, додання їй нових споживчих властивостей, вдосконалення технології виготовлення продукції або ж підвищення ефективності виробництва».

Продуктивність сама по собі, без зв'язку з іншими показниками виробничо-господарської діяльності є малоінформативним показником, який у відриві від головних цілей його розвитку недостатньо точно характеризує конкурентоспроможність підприємства.

Конкурентоспроможність організації не є її постійною характеристикою, вона визначає здатність вести успішну конкурентну боротьбу, протистояти у певний період основним конкурентам. Зі змінами у зовнішньому та внутрішньому середовищах змінюються також порівняльні конкурентні переваги щодо інших підприємств галузі. Виходячи з цього можна стверджувати, що конкурентоспроможність організації – це поняття відносне, оскільки його можна визначити лише на основі зіставлення окремих характеристик підприємства з характеристиками інших, аналогічних фірм. Конкурентоспроможність підприємства залежить від об’єкта порівняння, а також від факторів, які застосовуються для оцінки конкурентоспроможності.

Результати дослідження. У нових умовах господарювання українським підприємствам необхідно прискорити процес створення систем управління конкурентоспроможністю, адаптованих до ринкових відносин, посилити їхню стратегічну орієн-

тацію. Побудова таких систем потребує вирішення науково-методичних і практичних завдань:

– розробка концепції управління потенціалом підприємства як складним об'єктом оцінки та прогнозування,

– формування інструментарію оцінювання власних конкурентних переваг,

– розвиток механізмів управління конкурентоспроможністю підприємства, визначення змісту функцій управління, мотиваційних механізмів,

– визначення методів управління змінами на підприємстві,

– формування і реалізація стратегії конкурентоспроможності підприємства.

На особливу увагу заслуговують дві групи питань:

1) проблеми методологічного підґрунтя управління конкурентоспроможністю підприємства, що складається з концепцій, методів та управлінських технологій управління конкурентоспроможністю, способів оцінювання конкурентоспроможності як концентрованого виразу якості управлінської діяльності;

2) питання практичного забезпечення управління конкурентоспроможністю через формування, розвинення та удосконалення в загальній системі управління підприємством спеціальної підсистеми управління, створення механізму її функціонування, у т.ч. шляхом інформаційної та консультаційної підтримки управлінських дій, а також вивчення та опанування кращого досвіду в сфері управління розвитком підприємств.

В процесі стратегічного управління конкурентоспроможністю підприємства слід виділити етапи:

- стратегічний моніторинг – має відображати суперечливість економічного середовища, альтернативних тенденцій, протиріччя системи економічних інтересів ділових партнерів та конкурентів;

- розробка управлінських рішень на базі аналізу зовнішнього середовища – збір якомога ширшої інформації про зовнішнє середовище, оцінку його фактичного стану та стратегічний аналіз або прогнозування на довгострокову перспективу;

- ситуаційний аналіз – на основі урахування слабких та сильних сторін підприємства необхідно сформувати концепцію конкурентоспроможної ділової стратегії, зорієнтованої на зовнішнє оточення.

Отже, оцінка конкурентоспроможності підприємства повинна базуватися на комплексному, багатовимірному підході до цього складного явища і враховувати як внутрішнє, так і зовнішнє середовище, рівень фінансової стійкості підприємства і реальне становище підприємств-конкурентів.

Незалежно від цілей дослідження, основою для оцінки конкурентоспроможності є вивчення ринкових умов. Після вибору продуктів (товарів, послуг), по яких проводитиметься аналіз, на основі вивчення ринку і вимог покупців визначається номенклатура параметрів що беруть участь в оцінці. Якщо необхідно визначити положення товару даного підприємства серед аналогічних, достатньо провести їх пряме порівняння по головних параметрах. При дослідженні, орієнтованому на оцінку перспектив збуту то-

вару на конкретному ринку, аналіз припускає використання інформації, що включає відомості про вироби, які вийдуть на ринок, динаміку попиту, передбачувані зміни у відповідному законодавстві тощо.При аналізі повинні використовуватися ті ж категорії, якими оперує споживач, вибираючи товар. По групах параметрів (технічних і економічних) проводяться порівняння для з'ясування, наскільки параметри близькі до відповідного параметра потреби.

Конкурентоспроможність пропозиції на ринку можна визначити як так звану поточну конкурентоспроможність підприємства. Пропозиція продукту істотно розширює рамки чинників, що враховуються при аналізі конкурентоспроможності та визначають остаточний вибір покупця.

Оцінка конкурентоспроможності товару за ціною споживання розраховується аналогічно оцінці якісних параметрів і виражається за допомогою індексу конкурентоспроможності товару за ціною споживання (*Із*):

$$I_З = \frac{\sum З_{П_i}}{\sum З^{Э}_{П_i}}. \qquad (1)$$

Оскільки справедливо вважається, що покупця, перш за все цікавить ефективність споживання *(E_n)*, що розуміється як відношення корисного ефекту (*G*) до повних витрат на придбання товару *($З_n$)*, умова конкурентоспроможності товару з погляду споживача приймає вигляд:

$$E_n = \frac{G}{З_n} \to \max \qquad (2)$$

Таким чином, на думку розробників, інтегральний показник конкурентоспроможності товару (*Іэ*) може мати наступний вигляд:

$$I_Э = \frac{I_G}{I_З}, \qquad (3)$$

де I_G – загальний показник якості виробу;

$I_З$ – оцінка конкурентоспроможності товару за ціною споживання.

З урахуванням асортименту вироблюваних товарів комплексний показник конкурентоспроможності продукції підприємства ($КП_Т$) можна розрахувати як

$$КП_Т = \sum_{k=1}^{n} I_{Э_k} \times g_k \qquad (4)$$

де $k = 1...n$ – кількість найменувань товарів в номенклатурі випускної продукції;

g_k – частка *k-го* найменування в номенклатурі продукції, що випускається.

На відміну від оцінки конкурентоспроможності товару, методика оцінки конкурентоспроможності підприємства має імовірнісний характер і є інтегральною. Вона заснована на експертній маркетинговій оцінці.

Вірішити завдання оцінки конкурентоспроможності, що передбачає комплексний аналіз конкурентоспроможності підприємства по всіх критеріях і напрямах діяльності, доцільно з використанням методичного підходу, запропонованого

Міроновим М. Г. Ця методика дозволяє підвищити обґрунтованість і достовірність рішень, що приймаються управлінським апаратом підприємства і відповідно результативність його діяльності. Всі показники, розподіляються на п'ять груп [1]:

1. Показники, що характеризують ефективність управління виробничим процесом, економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організацію праці на виробництві.

2. Показники, що відображають ефективність управління оборотними коштами.

3. Показники, що характеризують ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку засобами реклами і стимулювання.

4. Показники конкурентоспроможності товару.

5. Показники, що характеризують ділову активність підприємства.

Довгострокова конкурентоспроможність підприємства визначається конкурентоспроможністю ресурсів, що можуть використовуватися (потенціалу підприємства): фінансових, природних, матеріальних, технологічних, виробничих, кадрових і інших. Зокрема, платоспроможний попит також можна розглядати як один з видів ресурсів, з приводу доступу до якого існує конкуренція. При цьому, якщо розглядати загальний сукупний попит, то всі підприємства, що пропонують товари або послуги на певній території є конкурентами. Наявність ресурсів дозволяє підприємству тривалий час забезпечувати (підтримувати) конкурентоспроможність пропозиції. Відзначимо, що ресурсні переваги підприємства перед конкурентами набувають практичного значення тільки у разі їх відповідності поточним ринковим умовам.

Таран В.А. як основні показники конкурентоспроможності фірми пропонує приймати [3]:

1. Економічний потенціал і ефективність діяльності (активи, основний капітал, власний і позиковий капітал, об'єм продажів, частка на ринку, прибуток).

2. Рівень управління (форми організації і досвід функціонування елементів господарського механізму з позиції нововведень і відповідальності).

3. Виробничий і збутовою потенціали, вказуючи на можливість фірми проводити і реалізовувати ту або іншу продукцію в потрібній кількості в необхідні терміни (наявність сировинної бази; виробничі і збутові потужності; об'єм і напрями капіталовкладень, що визначають виробничу політику і т. д.).

4. Науково-дослідний потенціал (організація і напрям наукових досліджень, щорічні витрати на НІОКР, число патентів на винаходи, область патентознавства, оцінка можливості заняття фірмою монопольного положення в якій-небудь області техніки і т. д.).

5. Фінансове положення (платоспроможність, кредитоспроможність і умови кредитування, структура капіталу — від наявності власного капіталу до загальної суми активів і т. д.).

6. Репутацію фірми, її ринкову стратегію, інноваційну діяльність.

7. Стан і кваліфікацію трудових ресурсів.

В умовах ринкової економіки істотно зріс інтерес учасників економічного процесу до об'єктивної і достовірної інформації про фінансовий стан і ділову активність підприємства. Всі суб'єкти ринкових відносин: власники, інвестори, постачальники, покупці – зацікавлені в однозначній оцінці конкурентоспроможності і надійності своїх партнерів. Таку оцінку можна отримати на основі комплексного фінансового аналізу, що базується на даних публічної звітності підприємств, що дозволяє всім учасникам економічного процесу контролювати характер і ступінь змін в ринкових позиціях підприємства. У якості компоненти такої комплексної оцінки використовується характеристика ефективності управління підприємством, яку прийнято оцінювати відношенням прибутку до всього обороту підприємства (виручки від реалізації продукції (робіт, послуг) без ПДВ) і результатом іншої реалізації і позареалізаційних операцій.[4]

Таким чином, кількісною мірою ефективності управління *($К_{Зу}$)* підприємством є показник, що розраховується по формулі:

$$К_{З_У} = \frac{П_Р}{Д_В} \qquad (5)$$

де *Пр* – прибуток від реалізації продукції,

Дв – обсяг всього обороту підприємства.

Конкурентоспроможність підприємства характеризується певними показниками. На кожен показник має вплив ціла система чинників. Для системного підходу характерні комплексна оцінка впливу різнопланових чинників, цільовий підхід до їх вивчення. Знання чинників виробництва, уміння визначати їх вплив на показники ефективності діяльності дозволяють оцінити рівень показників за допомогою управління чинниками, створювати механізм пошуку резервів.

Приведений перелік показників конкурентоспроможності не є незмінним і вичерпним. Число складових конкурентоспроможності підприємства залежить від вигляду і складності виробу з точки зору технічних та експлуатаційних характеристик, а також від необхідної точності оцінки, мети дослідження та інших чинників.

В умовах ринкової економіки зібрати всю необхідну й повну інформацію про конкурента неможливо, проте доцільно ретельно аналізувати поточний стан конкурента, його конкурентну позицію в галузі, потенціал конкурента та стратегію його використання, а також цілі конкурента на коротко- та довго-строковий період. Найчастіше використовується функціональний підхід до оцінки потенціалу конкурента та стратегій його використання. При цьому об’єктами аналізу є: стратегії «портфеля продукції» з його різноманітними техніко-економічними характеристиками; маркетинг, виробництво, системи розподілу, дослідження та розробки (підсистема НДДКР), фінанси, кадри, система управління. Тобто аналіз конкурентів здійснюється такими самими методами, що й аналіз внутрішнього середовища підприємства.

Для досягнення перспективних цілей конкурентоспроможності стратегічне управління повинне бути направлене на розробку і застосування відповідних інстру-

ментів – конкурентних стратегій, тобто певної системи дій, також направлених на широке і довготривале формування позитивних позицій даного підприємства, які були б недоступними для конкурентів в довгостроковій перспективі.

Тактичне управління конкурентоспроможністю направлене на формування тактики забезпечення конкурентоспроможності – сукупності видів, прийомів і методів конкурентної боротьби, які обирає і практично застосовує підприємство на ринку і за допомогою яких воно реалізує свою конкурентну стратегію. Слід враховувати, що одна і та ж конкурентна стратегія може бути реалізована за допомогою різноманітних тактичних прийомів і їх поєднань.

Висновки. Рівень конкурентоспроможності підприємств в остаточному підсумку визначає рівень конкурентоспроможності економіки держави, оскільки безпосередньо бере участь у конкурентній боротьбі на внутрішніх і зовнішніх ринках. В умовах спаду виробництва проблема підвищення рівня конкурентоспроможності фірми стає особливо актуальною.

Конкурентоспроможність підприємства слід розглядати як систему таких показників, як виробництво, маркетинг, збут і просування, конкурентоспроможність продукції, а також ефективність інноваційних проектів з урахуванням вагомості кожного з даних елементів. Конкурентоспроможність продукції і конкурентоспроможність фірми-виробника співвідносяться між собою як частина й ціле. Можливість компаній конкурувати на певному товарному ринку безпосередньо залежить від конкурентоспроможності товару, а також сукупності економічних методів управління діяльністю фірми, що впливають на результати конкурентної боротьби.

На рівень конкурентоспроможності підприємства найважливіший вплив мають науково-технічний рівень і ступінь удосконалювання технології виробництва, використання новітніх винаходів і відкриттів, впровадження сучасних засобів автоматизації виробництва. Вирішальний фактор, що визначає стабільність конкурентоспроможності підприємства, – це не просто його здатність виробляти високоякісні товари, а й можливість забезпечити комерційний успіх.

Список літератури: **1.** *Миронов М. Г.* Ваша конкурентоспособность [Текст] / *М.Г. Миронов*. – М.: Издательство «Альфа-Пресс», 2004. – 160 с. **2.** *Портер М.* Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость [Текст] / *М.Портер.* – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с. **3.** *Таран В.А.* Конкурентоспособность предприятий: проблемы современной политики и стратегия в области качества / *В.А. Таран* // Машиностроитель. – 1998. – № 2. – С. 6–12. **4.** *Фатхутдинов Р.А*. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса: экономика, маркетинг, менеджмент [Текст] / *Р.А. Фатхутдинов.* – М.: Издательско-книготорговый центр «Маркетинг», 2002.–892с.

Подано до редакції 13.05.2011

УДК 658.15.012.2.003.13

О.І.МАСЛАК, д.е.н., проф.., зав.кафедри економіки Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, Кременчуг
О.О.БЕЗРУЧКО, аспірантка Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського, Кременчуг

МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена вивченню особливостей оцінки ефективності системи фінансового управління на промисловому підприємстві за допомогою побудови нечітко-множинної моделі.

This article is devoted to the studing characteristics evaluation of financial management at the industrial enterprise by building a poorly-multiple model.

Ключові слова. Управління фінансовими ресурсами; теорія нечітких множин; правило Фішберна; лінгвістична змінна; трапецієподібна функція належності.

Вступ. Сучасне економічне середовище характеризується мінливістю і непостійністю, що ускладнює процес оцінки ефективності фінансового менеджменту та негативно впливає на адекватність її результатів. Тому доцільним є використання такої моделі оцінювання, яка дає можливість враховувати нечіткості сучасних умов функціонування господарюючих суб’єктів.

Постановка завдання. Найбільш розповсюдженою математичною теорією для вирішення задач в умовах невизначеності є теорія ймовірностей. Однак, розуміння її недосконалості призвело до появи лінгвістичних змінних та теорії нечітких множин, що буди запропоновані американським математиком Л.А. Заде. Метою даної статті є визначення доцільності застосування даної теорії для оцінки ефективності фінансового управління промислового підприємства.

Методологія. Особливості застосування теорії нечітких множин були обґрунтовані в працях [1]. Використання нечіткого підходу дає можливість вирішувати широке коло задач управління, в тому числі фінансового. Результати проведених досліджень дають змогу стверджувати, що мало уваги приділяється вивченню особливостей побудови нечітко-множинної моделі оцінки ефективності фінансового менеджменту промислового підприємства.

Результати досліджень. Адекватні математичні моделі для оцінки ефективності системи управління фінансовими ресурсами вимагають всебічного врахування факторів невизначеності, пов’язаних з особливостями функціонування підприємств в сучасних ринкових умовах:

- цільових умов (наявність якісно визначених цілей прийняття рішень, психологічні аспекти прийняття людиною запропонованих рішень);
- модельованих об’єктів та предметних областей (конфліктна природа, наявність лінгвістичної, експертної інформації, обмеження на ресурси);

- вихідної та поточної інформації про процеси, що відбуваються (протиріччя, неточність, нечіткість, неоднозначність) [3].

Аналіз існуючих методів в управлінні фінансовими ресурсами підприємства приводить до висновків про необхідність розробки нового підходу до моделювання з використанням апарата нечіткої логіки, що надає можливість формувати модель не лише з урахуванням специфіки країни, періоду часу, галузі, але й із властивістю налагодження її на кількісні і якісні показники конкретного суб'єкта господарювання. Використання нечіткого підходу дозволяє вирішувати широке коло задач управління. При цьому надає можливість з єдиних позицій описати як кількісно, так і якісно, інформацію про об'єкти, враховувати нечіткість даних, мультиплікативний вплив факторів невизначеності, вплив ризиків та суб'єктивних рішень, підвищуючи адекватність отримуваних рішень.

Для аналізу системи фінансового управління за допомогою застосування апарату нечіткої логіки в першу чергу необхідно сформувати набір окремих показників, які є найважливішими для оцінювання. Система управління фінансовими ресурсами підприємства (Y) може бути оцінена на основі значень узагальнених груп показників:

$$Y = f_Y (X_1, X_2, X_3) \qquad (1)$$

де X_i – відповідна i-та група показників.

У свою чергу, комплексне значення кожної з вказаних груп показників може бути визначене за наступними коефіцієнтами (табл. 1). Представленні значення показників розраховані на основі даних фінансової звітності провідного машинобудівного підприємства Полтавського регіону ВАТ «Кредмаш», на прикладі якого будуть здійснюватись розрахунки, наведені у даній статті.

Даний набір показників (табл. 1) вважаємо найбільш оптимальним для оцінки ефективності системи управління фінансовими ресурсами промислових підприємств, так як запропонована система коефіцієнтів дає змогу найбільш точно та детально оцінити рівень організації та ефективності функціонування фінансового менеджменту підприємства.

У результаті відбору показників була отримана модель, що є нейронечіткою мережею. Так, нейронна мережа є багатошаровим персептроном з одним внутрішнім шаром, а її вхідні, проміжні та вихідні параметри незалежно від своєї природи розглядаються як лінгвістичні змінні, що задані на своїх універсальних множинах і оцінюються за допомогою нечітких термів [1].

Для того, щоб зробити всі застосовувані показники однорідними та порівнюваними варто визначити їх значимість та вплив на результуючий показник, тобто на рівень ефективності системи управління фінансовими ресурсами підприємства.

Розрахунки вагових коефіцієнтів груп приведені в табл. 2.

Таблиця 1 - Групи показників (факторів) для оцінки системи управління фінансовими ресурсами промислового підприємства

Групи факторів	Показники	Позначення	Роки					
			2005	2006	2007	2008	2009	2010
Структурні показники системи фінансових ресурсів (X_1)	Концентрація власних ресурсів	$X_{1\,1}$	0,79	0,71	0,7	0,73	0,84	0,81
	Відношення залучених і власних ресурсів (коефіцієнт фінансової стійкості)	$X_{1\,2}$	0,26	0,40	0,43	0,37	0,19	0,23
	Показник структури залучених ресурсів (коефіцієнт довгострокових зобов'язань)	$X_{1\,3}$	0	0	0,02	0,06	0,04	0
	Показник грошової складової у ресурсах	$X_{1\,4}$	0,027	0,028	0,046	0,023	0,018	0,024
	Коефіцієнт абсолютної ліквідності	$X_{1\,5}$	0,13	0,1	0,16	0,09	0,12	0,13
	Коефіцієнт швидкої ліквідності	$X_{1\,6}$	0,66	0,68	0,95	1,09	1,58	1,57
	Коефіцієнт загальної ліквідності	$X_{1\,7}$	2,93	2,22	2,29	2,73	4,4	3,66
Показники функціонування і зовнішніх взаємозв'язків системи (X_2)	Частка дебіторської заборгованості у ресурсах підприємства	$X_{2\,1}$	0,11	0,17	0,23	0,25	0,22	0,27
	Оборотність дебіторської заборгованості	$X_{2\,2}$	12,72	13,02	12,63	11,42	4,50	6,44
	Оборотність залучених ресурсів	$X_{2\,3}$	6,96	7,29	8,81	10,26	5,23	9,41
	Показник оборотності власних ресурсів	$X_{2\,4}$	1,59	2,41	3,61	3,84	1,34	1,92
	Показник оборотності всіх ресурсів підприємства	$X_{2\,5}$	1,29	1,81	2,55	2,75	1,05	1,59
Показники ефективності функціонування системи (X_3)	Рентабельність всіх ресурсів	$X_{3\,1}$	0,031	0,026	0,128	0,196	0,041	0,059
	Рентабельність власних ресурсів	$X_{3\,2}$	0,075	0,079	0,303	0,386	0,616	0,113
	Період окупності власних ресурсів	$X_{3\,3}$	13,36	12,54	3,31	2,6	16,24	8,88
	Рентабельність ресурсів, вкладених в оборотні фонди	$X_{3\,4}$	0,104	0,097	0,327	0,410	0,072	0,139
	Показник чистого прибутку на 1 грн. об'єму реалізації	$X_{3\,5}$	0,023	0,013	0,047	0,067	0,037	0,036

Таблиця 2 - Розрахунок вагових коефіцієнтів для груп показників

Група	Вага групи	Показник	Вага показника
Структурні показники систем фінансових ресурсів	2/5	Концентрація власних ресурсів	0,142
		Відношення залучених і власних ресурсів (коефіцієнт фінансової стійкості)	0,142
		Показник структури залучених ресурсів (коефіцієнт довгострокових зобов'язань)	0,142
		Показник грошової складової у ресурсах	0,142
		Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,142
		Коефіцієнт швидкої ліквідності	0,142
		Коефіцієнт загальної ліквідності	0,142
Показники функціонування і зовнішніх взаємозв'язків системи	3/10	Частка дебіторської заборгованості у ресурсах підприємства	0,20
		Оборотність дебіторської заборгованості	0,20
		Оборотність залучених ресурсів	0,20
		Показник оборотності власних ресурсів	0,20
		Показник оборотності всіх ресурсів підприємства	0,20
Показники ефективності функціонування системи	3 10	Рентабельність всіх ресурсів	0,20
		Рентабельність власних ресурсів	0,20
		Період окупності власних ресурсів	0,20
		Рентабельність ресурсів, вкладених в оборотні фонди	0,20
		Показник чистого прибутку на 1 грн. об'єму реалізації	0,20

Для якісного оцінювання усіх рівнів економічних параметрів визначимо лінгвістичну змінну «Рівень показника», множина значень якої буде представлена наступними підмножинами (термами):

Кр – «критичний» рівень; ДН – «дуже низький» рівень; Н – «низький» рівень; Д – «достатній» рівень; В – «високий» рівень.

Таким чином отримаємо нечіткі числа виду трапецій (рис. 1). При цьому чіткий рівень показника є верхньою основою трапеції, перехідний (з одного рівня на інший) – нижньою [2].

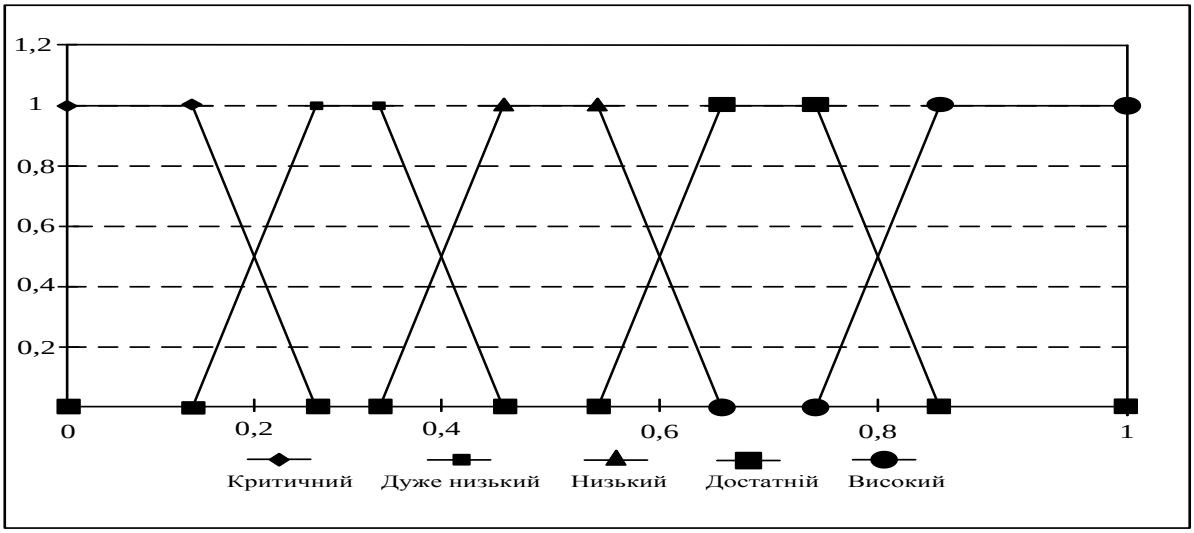

Рис. 1 Трапецієподібний вид показника

Наявність нечітких описань в структурі моделі пов'язана з невпевненістю експерта, яка виникає в ході класифікації рівня факторів.

Верхня основа трапеції буде відповідати повній впевненості експерта в класифі-

кації фактора, а нижня – жодні зі значень на інтервалі (0,1) не попадають у вибрану нечітку множину [4].

Після оцінювання діапазонів значень функцій належності для кожного з показників розраховуємо їх значення, тобто ранги – значення функцій належності показників нечітким рівням змінної «Рівень показника». При цьому усі показники матимуть нечітке представлення виду:

$$\beta(a_1, a_2, a_3, a_4) \qquad (2)$$

де a_1, a_4 – відповідно абсциси нижньої основи трапеції відповідного рівня;

a_2, a_3 – відповідно абсциси верхньої основи трапеції відповідного рівня.

Тобто, якщо значення показника лежить між абсцисами верхнього ребра трапеції ($a_2 \le X_n \le a_3$), значення λ буде дорівнювати 1, в іншому випадку значення функції належності λ розраховуються за формулою ординати бічного ребра трапеції для обох підмножин вербальної (лінгвістичної) змінної «Рівень показника»: наведемо аналітичну форму запису трапецієподібної функції належності нечіткого терму В вхідної змінної X_1, що показана на рис. 1:

$$\mu^B(x) = \begin{cases} 0, & x < a_1 \\ \frac{\quad}{\quad} & a_1 \le x \le a_2 \\ 1, & a_2 \le x \le a_3 \\ \frac{\quad}{\quad} & a_3 < x \le a_4 \\ 0, & x > a_4 \end{cases} \qquad (3)$$

де $\mu^I_i(x)$ – функція належності вихідної змінної X до нечіткого терму I_i, $I_i \in$ {Кр; ДН; Н; Д; В}.

За допомогою табл. 3 оцінимо значення функцій належності для кожного з показників.

Для досліджуваного підприємства за всіма показників отримаємо згортання цих показників в межах відповідної груп за підрівнями:

(4)

де $A_a \in$ {« Структурні показники систем фінансових ресурсів»}; I – нечіткий рівень відповідної групи показників, I $\in$ {Кр; ДН; Н; Д;В}; n – кількість показників відповідної групи; x^I_i – відповідні показники даної групи; r_i – ваги показників відповідної групи.

Розрахуємо інтегральні показники для груп показників «Структурні показники систем фінансових ресурсів», «Показники функціонування і зовнішніх взаємозв'язків системи», «Показники ефективності функціонування системи» за допомогою формули 8 та даних табл. 2 та 3.

Таблиця 3 - Значення функцій належності показників нечітким рівням змінної

Група	Показник	Роки																	
		2005			2006			2007			2008			2009			2010		
		Значення	Інтервал	λ	Значення	Інтервал	λ	Значення	Інтервал	λ	Значення	Інтервал	λ	Значення	Інтервал	λ	Значення	Інтервал	λ
X_1	$X_{1\,1}$	0,79	$x > a_4$	**0**	0,71	$x > a_4$	**0**	0,7	$x > a_4$	**0**	0,73	$x > a_4$	**0**	0,84	$x > a_4$	**0**	0,81	$x > a_4$	**0**
	$X_{1\,2}$	0,26	$a_2 \le x \le a_3$	**1**	0,40	$a_2 \le x \le a_3$	**1**	0,43	$a_3 \le x \le a_4$	**0,7**	0,37	$a_2 \le x \le a_3$	**1**	0,19	$a_1 \le x \le a_2$	**0,1**	0,23	$a_2 \le x \le a_3$	**1**
	$X_{1\,3}$	0	$x < a_1$	**0**	0	$x < a_1$	**0**	0,02	$x < a_1$	**0**	0,06	$x < a_1$	**0**	0,04	$x < a_1$	**0**	0	$x < a_1$	**0**
	$X_{1\,4}$	0,027	$x < a_1$	**0**	0,028	$x < a_1$	**0**	0,046	$x < a_1$	**0**	0,023	$x < a_1$	**0**	0,018	$x < a_1$	**0**	0,024	$x < a_1$	**0**
	$X_{1\,5}$	0,13	$a_1 \le x \le a_2$	**0,7**	0,1	$a_1 \le x \le a_2$	**1**	0,16	$a_1 \le x \le a_2$	**0,4**	0,09	$x < a_1$	**0**	0,12	$a_1 \le x \le a_2$	**0,8**	0,13	$a_1 \le x \le a_2$	**0,7**
	$X_{1\,6}$	0,66	$x > a_4$	**1**	0,68	$x > a_4$	**1**	0,95	$x > a_4$	**1**	1,09	$x > a_4$	**1**	1,58	$x > a_4$	**1**	1,57	$x > a_4$	**1**
	$X_{1\,7}$	2,93	$x > a_4$	**1**	2,22	$x > a_4$	**1**	2,29	$x > a_4$	**1**	2,73	$x > a_4$	**1**	4,4	$x > a_4$	**1**	3,66	$x > a_4$	**1**
X_2	$X_{2\,1}$	0,11	$a_1 \le x \le a_2$	**0,9**	0,17	$a_1 \le x \le a_2$	**0,3**	0,23	$a_2 \le x \le a_3$	**1**	0,25	$a_2 \le x \le a_3$	**1**	0,22	$a_2 \le x \le a_3$	**1**	0,27	$a_2 \le x \le a_3$	**1**
	$X_{2\,2}$	12,72	$x > a_4$	**1**	13,02	$x > a_4$	**1**	12,63	$x > a_4$	**1**	11,42	$x > a_4$	**1**	4,50	$x > a_4$	**1**	6,44	$x > a_4$	**1**
	$X_{2\,3}$	6,96	$x > a_4$	**1**	7,29	$x > a_4$	**1**	8,81	$x > a_4$	**1**	10,26	$x > a_4$	**1**	5,23	$x > a_4$	**1**	9,41	$x > a_4$	**1**
	$X_{2\,4}$	1,59	$x > a_4$	**1**	2,41	$x > a_4$	**1**	3,61	$x > a_4$	**1**	3,84	$x > a_4$	**1**	1,34	$x > a_4$	**1**	1,92	$x > a_4$	**1**
	$X_{2\,5}$	1,29	$x > a_4$	**1**	1,81	$x > a_4$	**1**	2,55	$x > a_4$	**1**	2,75	$x > a_4$	**1**	1,05	$x > a_4$	**1**	1,59	$x > a_4$	**1**
X_3	$X_{3\,1}$	0,031	$x < a_1$	**0**	0,026	$x < a_1$	**0**	0,128	$a_1 \le x \le a_2$	**0,72**	0,196	$a_1 \le x \le a_2$	**0,04**	0,041	$x < a_1$	**0**	0,059	$x < a_1$	**0**
	$X_{3\,2}$	0,075	$x < a_1$	**0**	0,079	$x < a_1$	**0**	0,303	$a_2 \le x \le a_3$	**1**	0,386	$a_2 \le x \le a_3$	**1**	0,616	$x > a_4$	**1**	0,113	$x > a_4$	**1**
	$X_{3\,3}$	13,36	$x > a_4$	**1**	12,54	$x > a_4$	**1**	3,31	$x > a_4$	**1**	2,6	$x > a_4$	**1**	16,24	$x > a_4$	**1**	8,88	$x > a_4$	**1**
	$X_{3\,4}$	0,104	$a_1 \le x \le a_2$	**0,96**	0,097	$x < a_1$	**0**	0,327	$a_2 \le x \le a_3$	**1**	0,410	$a_3 \le x \le a_4$	**0,9**	0,072	$x < a_1$	**0**	0,139	$x > a_4$	**1**
	$X_{3\,5}$	0,023	$x < a_1$	**0**	0,013	$x < a_1$	**0**	0,047	$x < a_1$	**0**	0,067	$x < a_1$	**0**	0,037	$x < a_1$	**0**	0,036	$x < a_1$	**0**

Інтегральну оцінку системи управління фінансовими ресурсами підприємства розрахуємо за наступною формулою:

(5)

де – інтегральний показник підгрупи показників;

– вага і-ої групи показників.

Результати розрахунків інтегральних показників за всіма підгрупами та загального інтегрального показника ефективності системи управління фінансовими ресурсами ВАТ «Кредмаш» зведемо у табл. 4.

Таблиця 4 - Розрахунок інтегрального показника ефективності системи управління фінансовими ресурсами та його складових для ВАТ «Кредмаш»

Група	Познач.	Роки					
		2005	2006	2007	2008	2009	2010
Структурні показники систем фінансових ресурсів	X_1	0,53	0,57	0,44	0,43	0,41	0,53
Показники функціонування і зовнішніх взаємозв'язків системи	X_2	0,98	0,86	1	1	1	1
Показники ефективності функціонування системи	X_3	0,39	0,2	0,74	0,59	0,4	0,6
Інтегральний показник ефективності системи управління фінансовими ресурсами	I	0,62	0,55	0,70	0,65	0,58	0,69

Класифікатор інтегрального показника ефективності системи управління фінансовими ресурсами підприємства за виділеними нечіткими рівнями наведений в табл. 5.

Таблиця 5 - Класифікація інтегрального показника ефективності системи управління фінансовими ресурсами підприємства

Значення інтегрального показника	Розподіл інтегрального показника типу фінансового стану підприємства				
	Кр – «критичний»	*ДН*– «дуже низький»	*Н* – «низький»	*Д*– «достатній»	*В* – «високий»
0 – 0,15	1				
0,15 – 0,25	(0,25 - value)·10	(value – 0,15)·10			
0,25 – 0,35		1			
0,35 – 0,45		(0,45 - value)·10	(value – 0,35)·10		
0,45 – 0,55			1		
0,55 – 0,65			(0,65 - value)·10	(value – 0,55)·10	
0,65 – 0,75				1	
0,75 – 0,85				(0,85 - value) × 10	(value – 0,75)·10
0,85 - 1					1

Відповідно до класифікатора, відображеного у табл. 5, можемо визначити рівень ефективності системи управління фінансовими ресурсами ВАТ «Кредмаш» (табл. 6).

Таблиця 6 - Рівень ефективності системи управління фінансовими ресурсами ВАТ «Кредмаш»

Роки	Інтегральний показник ефективності системи управління фінансовими ресурсами	Інтервал	Лінгвістична змінна
2005	0,62	0,55 – 0,65	Низький «Н»
2006	0,55	0,45 – 0,55	Низький «Н»
2007	0,70	0,65 – 0,75	Достатній «Д»
2008	0,65	0,65 – 0,75	Достатній «Д»
2009	0,58	0,55 – 0,65	Низький «Н»
2010	0,69	0,65 – 0,75	Достатній «Д»

Отже, побудована нечітко-множинна модель є адекватною, характеризується гнучкістю та адаптивністю до мінливих ринкових умов, дозволяє досить точно визначати рівень ефективності системи управління фінансовими ресурсами, розкриває її недоліки, дозволяє прослідкувати динаміку узагальнюючих показників кожної підгрупи («Структурні показники систем фінансових ресурсів», «Показники функціонування і зовнішніх взаємозв'язків системи», «Показники ефективності функціонування системи»).

Висновки. Отже, запропонований метод оцінки ефективності фінансового управління надає можливість адаптувати модель на конкретні умови і специфіку роботи аналізованого підприємства, особливості економіки регіону, що вигідно вирізняє цей підхід від розроблених раніше.

Список літератури: **1**. Адаменко А.А. Динамічні нечіткі множини // Збірник наукових праць Харківського університету Повітряних сил ім.. І. Кожедуба. – 2010. – № 1 (23). – С. 90. **2**.Булах І.В., Надтока Т.Б. Використання нейро-нечіткого підходу для побудови математичної моделі оцінки конкурентоспроможності підприємства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Npdntu_ekon/2009_36_2/94.pdf. **3**.Зайцева Н.М. Нечітко-множинна модель оцінки ефективності управління фінансовими ресурсами промислового підприємства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mise/2010_82/Zayzeva.pdf. **4**. Краснокутська Н.С. Оцінювання ступеню реалізації потенціалу підприємства з використанням теорії нечітких множин // Наука й економіка. – 2010. – № 1 (17). – С. 237. **5**.Петренко Л.М. Нечітко-множинна модель в управлінні фінансовою безпекою підприємства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mise/2010_82/Petrenko.pdf. **6**.Тищенко О.М., Норік Л.О. Використання теорії нечітких множин у процесі діагностики стану підприємства. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vnulp/Menegment/2009_647/107.pdf

Подано до редакції 13.05.2011

УДК 658.316

П.Г. ПЕРЕРВА, д.э.н., проф., НТУ «ХПИ», Харьков

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ТРУДА: ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ

В статье рассмотрены вопросы выявления и обоснования факторов, которые определяют емкость, структуру и основные сегменты рынка труда. Предлагаемая методика включает в себя ряд последовательных этапов, алгоритм выполнения которых позволяет получить достаточно обоснованные результаты.

The article deals with the identification and study of factors that determine the capacity, structure, and major segments of the labor market. The proposed method includes a number of successive steps, the algorithm is run which allows to obtain sufficiently reliable results.

Ключевые слова: рынок труда, факторный анализ, демография, социальная политика, безработица, самозанятость

Актуальность темы. Мировой финансовый кризис отрицательно сказался на всех секторах экономики России. Спад темпов производства, ухудшение инвестиционного климата привели к усугублению существовавших проблем на рынке труда. С каждым месяцем растут показатели как общей, так и регистрируемой безработицы, участились случаи массового высвобождения рабочей силы. В таких условиях особое значение приобретает активное регулирование государством процессов, происходящих на региональных и локальных рынках труда. Важную роль при этом играют антикризисные мероприятия, основная задача которых заключается не только в решении возникших проблем, но и в недопущении их повторения в будущем.

Постановка задачи. Оценка и прогнозирование занятости населения являются важными инструментами государственного регулирования рынка труда, а переосмысление их роли - необходимым условием для преодоления последствий глобального экономического кризиса. Прогнозирование занятости должно занять приоритетное место при поиске новых путей формирования эффективного рынка труда.

Целью статьи является разработка методики исследования факторов, которые определяют емкость, структуру и основные сегменты рынка труда.

Методология. Теоретико-методологической основной исследования, результаты которого представлены в данной статье, послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященных проблеме маркетинговых исследований и управлению рынком машиностроительной продукции.

Степень разработанности проблемы. К источникам общетеоретических подходов к исследованию проблемы занятости населения и рынка труда относятся работы таких известных ученых - представителей зарубежной и отечественной экономической теории как А. Смита, Д. Рикардо, А.Пигу, Дж.Кейнса, В. Леонтьева, М.Фридмана, П.Самуэльсона, Р. Бара, Э. Долана, Я. Корнаи, А.Маршала и т.д..

Определению теоретической сущности и практической значимости занятости как

одной из характеристик рынка труда посвящены работы многих ученых, как зарубежных: С. Брю, К.Макконнел, А. Томпсон, Ф. Хайек, Й. Шумпетер, так и отечественных исследователей - В.Буланова, О.Белокрыловой, Н.Волгина, И.Заславского, Л.Костина, А.Котляра, Р.Капелюшникова, С.Рощина и др.

Прогнозирование социально-экономических процессов, включая динамику рынка труда исследуют в органической взаимосвязи со стратегическим планированием Г.Атаманчук, Б.Бродский, М.Вахрушин, В.Гаврилов, А.Гладышевский, В.Ивантер, А.Суворов, В.Сутягин, М.Узяков, А. Ковалев, А. Коровкин, А. Матвеева, И. Николаев, Ю.Одегов, Д.Петросян, С.Рощин, А. Привалов, А.Радыгин, Ф.Энтов и др.

Несмотря на интерес к проблеме функционирования рынка труда и состояния его основных характеристик, многие аспекты остаются недостаточно изученными. Кроме того, развитие региональных рынков труда в Украине постоянно ставит перед исследователями новые вопросы. Актуальность и объективная необходимость системно-целостного исследования и комплексного решения теоретических, методических и практических проблем занятости населения и рынка труда в контексте развития методов государственного регулирования предопределили выбор темы, цели и задач данной статьи.

Результаты исследования. Подробно рассмотрим метод факторного анализа регионального рынка труда [1]. Его суть заключается в том, чтобы используя однотипный критерий фактора, представить на его основе всю собранную информацию, систематизировать ее и провести анализ по каждому из них.

Методика факторного анализа предусматривает выполнение ряда последовательных операций: 1. Выделение факторов, по которым будет проводиться анализ. 2. Систематизация собранной информативной базы данных в соответствии с принятой классификацией факторов. 3. Проведение предварительного качественного анализа факторов с целью выделения наиболее значимых факторов и оценки достаточности собранной по ним информации. 4. Принятие решения о дополнительном сборе информации или проведении социологических исследований, которые могут предоставить недостающую для анализа информацию. 5. Обобщение информации по каждому фактору и группировка ее в виде аналитических таблиц. 6. Построение на основе аналитических таблиц динамических рядов по каждому фактору и проведение количественных расчетов по имеющимся показателям. 7. Описание установленных соотношений, пропорций, выявление основных закономерностей. 8. Выявление доминирующих тенденций развития рынка труда, действие которых имеет решающее значение в настоящее время и влияние которых будет иметь подобное или еще более возрастающее действие в перспективе.

В качестве основных критериев выделения факторов рынка труда предлагается использовать следующие факторы, влияющие на спрос и предложение рабочей силы.

1. <u>Факторы, определяющие предложение рабочей силы</u>. **1.1.** Демографические факторы: - динамика численности трудоспособного населения региона; - динамика структуры трудоспособного населения по полу; - динамика структуры трудоспособно-

го населения по возрасту; - динамика структуры трудоспособного населения по уровню образования; - миграция рабочей силы. **1.2.** Факторы, высвобождения занятых в отраслях народного хозяйства региона: - рост технической оснащенности производства, внедрение новых технологий; - сокращение объемов производства; - текучесть кадров; - структурная перестройка производства; - остановка и ликвидация предприятий и учреждений; - изменения в условиях труда и уровне оплаты; - сокращение объемов инвестиций; - изменение в организации производства с использованием вторичной занятости и совместительства; - интенсификация труда; - неудовлетворительный морально-психологический климат в коллективе. **1.3.** Факторы, вызывающие изменение численности незанятых, желающих трудиться: - рост числа молодежи, завершившей общеобразовательную и профессиональную подготовку; - изменение численности увольняемых в запас с действительной службы в армии; - динамика численности временно неработающих (женщин с малолетними детьми, лиц, ухаживающих за престарелыми и т.п.); - динамика численности лиц, вернувшихся из мест лишения свободы; - динамика численности лиц, длительно неработающих. **1.4.** Факторы, вызывающие изменения численности безработных: - динамика численности занятых; - изменение общего уровня безработицы; - изменение продолжительности безработицы; - динамика безработицы среди молодежи; - динамика численности лиц, утративших статус безработного. **1.5.** Факторы, вызывающие изменения предложения рабочей силы за счет занятых в отраслях народного хозяйства: - сохранение неизменного уровня и уменьшение оплаты труда; - повышение интенсивности труда; - изменение престижа профессии и привлекательности трудовой деятельности; - изменение численности лиц, работающих неполное рабочее время; - повышение профессионально-квалификационного уровня занятых; - динамика численности лиц, находящихся под угрозой высвобождения и безработицы; - изменение морально-психологического климата в трудовом коллективе.

2. Факторы, влияющие на спрос на рабочую силу. **2.1.** Изменение числа вакантных рабочих мест, в том числе труднозаполняемых: - неквалифицированного труда; - низкооплачиваемых; - связанных с неблагоприятными условиями труда; - социально непристижной занятости; - отделенных от места жительства и т.д. **2.2.**Выбытие занятых из производственной деятельности: - динамика естественной убыли занятого трудоспособного населения; - динамика выходы на пенсию (в том числе досрочную); - динамика текучести кадров. **2.3.** Динамика потребностей в рабочей силе на новые рабочие места и должности: - введение новых рабочих мест за счет организационных предприятий и учреждений; - организация новых рабочих мест на действующих производствах. **2.4.** Факторы, влияющие на самозанятость трудоспособного населения: - наличие законодательства регулирующего предпринимательскую деятельность в различных сферах экономики; - финансовая поддержка государства; - правовая защита; - высокая конкурентоспособность (свойств и качеств рабочей силы, производимых товаров и услуг, используемых ноу-хау и т.п.); - поведенческая ориентация предпочтения занятости в данной сфере экономики; - материальная и моральная поддержка чле-

нами семьи и родственниками; - усиление дифференциации доходов в обществе; - величина затрат на организацию рабочего места.

Следует учесть, что в число анализируемых в каждый данный момент факторов не должны включаться все перечисленные выше факторы. Приведенный перечень отражает скорее потенциальные возможности факторного анализа. Конкретный их набор определяется целями маркетингового исследования, а также содержанием собранной информативной базы. При этом анализ по факторам может охватывать исследования, ограничивающиеся для отдельных периодов, например, только сферой предложения рабочей силы или только спроса на нее. Допустимы и такие частные виды анализа, которые охватывают лишь отдельные факторы (например, характеристики высвобождения безработицы, самозанятости населения и т.д.). Перечень факторов может быть изменен и за счет внесения дополнительных характеристик (например, расширения базы данных в части структурной перестройки экономики, причин изменения объемов производства и др.). Могут применяться и другие критерии выделения факторов: например, факторы, характеризующие процессы, протекающие на открытом и скрытом рынках труда, влияющие на весь региональный рынок, его городские и районные виды, а также внутрипроизводственный рынок и т.п.

Действие факторов далеко не однозначно. Ряд факторов влияет как на изменение спроса, так и на изменение предложения. Влияние некоторых из них вообще может проявиться под действием дополнительных причин как противоположные тенденции и т.д. Поэтому при проведении рыночных исследований на основе факторного анализа можно рекомендовать использование дополнительных классификационных признаков:

1) учитывать, усиливает или ослабевает спрос и предложение рабочей силы действие данного фактора;

2) в какой временной протяженности действует фактор (краткосрочный или долгосрочный);

3) оценивать особенности его проявления в современных условиях и др.

Выводы и предложения. Анализ динамики факторов за ряд лет или нескольких моделей за определенный промежуток времени [1-3] позволяет установить основные закономерности, присущие анализируемому рынку обосновать тенденции его развития и разработать прогноз на будущий период. При этом важно выделить те факторы, влияние которых будет доминирующим для данного рынка труда. От мер воздействия на последние в решающей степени зависит эффективность управления рынком труда. На основе полученных результатов анализа целесообразно установить цели политики содействия занятости населения на ближайшее будущее, провести ранжирование приоритетов в осуществлении мер по содействию занятости населения и социальной защите на рынке труда.

Список литературы: **1.** *Иванова С.* Затраты минимальные – эффект максимальный. Как этого добиться при подборе персонала/С.Иванова//Персонал, 2000.- №5.-С.45-53. **2.** *Перерва П.Г.* Самомаркетинг менеджера и бизнесмена/П.Г.Перерва.- Ростов-на-Дону, 2002.- 567с. **3.** *Томилов В.В.* Маркетинг рабочей силы/В.В.Томилов, Л.Н.Семеркова.- СПб: Изд-во СПбУЭФ, 2000.- 142с.

Подано до редакції 18.05.2011

УДК 339.138

І.Л. СІНЧЕСКУЛ, пошукач, НТУ «ХПІ», Харків
М.І. ЛАРКА, к.е.н., професор кафедри економіки та маркетингу, НТУ «ХПІ», Харків

УПРАВЛІННЯ ЛОЯЛЬНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ ЯК ОДНА З ОСНОВНИХ ЗАДАЧ УПРАВЛІННЯ ВЗАЄМОВІДНОСИНАМИ З КЛІЄНТАМИ

У статті розглядаються поняття «лояльність клієнта», яке вважається одним з основних елементів концепції маркетингу взаємовідносин, типи лояльності та підходи до визначення лояльності клієнтів. Визначено основні фактори, які необхідно враховувати при аналізі поведінки клієнтів в рамках управління взаєминами з ними.

This article discusses the concept of "customer loyalty" as a core element of the concept of relationship marketing approaches to the definition of customer loyalty. Identifies the key factors to consider when analyzing the behavior of customers in the management of relationships with them.

Ключові слова: маркетинг взаємовідносин, управління взаємодією з клієнтами, лояльність, задоволеність клієнтів, трансакції.

Вступ. Побудова маркетингових процесів ефективної взаємодії підприємства-виробника з підприємствами-споживачами грунтується на концепції маркетингу взаємовідносин і стратегії управління взаємовідносинами з клієнтами. Базові принципи концепції маркетингу взаємин були закладені на рівні взаємодії у сфері B2B, тобто на рівні стосунків окремих компаній, де така стратегія ведення бізнесу є найбільш затребуваною із-за особливої специфіки взаємодії компаній. Цій проблемі присвячені роботи багатьох вітчизняних і зарубіжних вчених. Як відзначають вчені-дослідники, під впливом стратегії управління взаємовідносинами з клієнтами фокус уваги бізнесу змістився зі здійснення разових закупівель на побудову довгострокових взаємовигідних стосунків. Така орієнтація бізнесу вимагає абсолютно іншого підходу до ведення маркетингової діяльності на підприємстві. А саме – орієнтації на створення цінності продукту і компанії, узгодження всіх бізнес-процесів компанії із забезпеченням цінності для клієнта, індивідуалізації клієнтів, вирішення їх проблем в розрізі післяпродажного обслуговування, що розширює можливості підприємства, збільшує прибуток, сприяє залученню постійних, задоволених і лояльних клієнтів.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження впливу лояльності клієнтів на управління ваємовідносинами між клієнтом і компанією. Виявлення основних чинників, за допомогою яких можна визначити лояльність клієнтів і виявити які проблеми маркетингу виникають на вітчизняних підприємствах в разі зниження продажів і відтоку покупців.

Методологія. Теоретичною і методологічною основою роботи є роботи вітчизняних і зарубіжних вчених (Лопатинської І.В., Черкашина Г.А., Стоуна М., Бонда Е., Вудкока Н.) з проблем організації і здійснення маркетингової діяльності на підприємствах.

Науковими методами, які використовувалися при виконанні даної роботи, слід вважати збір, аналіз і узагальнення інформації.

Результати дослідження. Ключовим елементом концепції маркетингу взаємовідносин є лояльність клієнтів. Досягнення і зміцнення лояльності є головною умовою утримання клієнтів. Деякі дослідники також вважають, що під лояльністю треба розуміти головним чином довгострокові стосунки з компанією і відповідно рекомендують концентрувати основну увагу на важливості націленості всіх дій підприємства на створення і збільшення лояльності його клієнтів.

Цей показник дійсно є дуже важливим з точки зору управління взаємовідносинами з клієнтами, що обумовлене, по-перше, тим, що лояльні клієнти є більш сприйнятливішими до пропозицій компанії, а це, в свою чергу, безпосередньо впливає на економічну ефективність, а по-друге, досягнення клієнтської лояльності є одним із завдань взаємодії з покупцями.

У практиці сучасного бізнесу під лояльністю часто розуміють задоволеність споживачів. Але ж це не зовсім вірно. Так, за оцінками деяких сучасних дослідників, задоволеність з'являється тоді, коли покупець є задоволеним і не шкодує про витрачені гроші. Але задоволений клієнт не обов'язково стане лояльним. Лояльний покупець – це завжди задоволений покупець, в той же час задоволений покупець не завжди лояльний. Хоча задоволеність покупця – перший крок на шляху до завоювання лояльності [1,2].

Не треба також забувати, що позитивна оцінка послуги або задоволеність клієнта збільшує ймовірність повторної закупівлі, але не визначає її повністю, оскільки вона залежить від економічної прив’язки клієнта до підприємства, загальної привабливості товарів і послуг конкурентів, загальної оцінки власного бізнесу. Як показав ряд досліджень, задоволеність споживачів не обов'язково спричиняє за собою повторні закупівлі і збільшення продажів товарів. Задоволеність є лише фундаментом для подальшої побудови лояльності споживачів.

Виділяють два типи клієнтської лояльності – поведінкову і емоційну (сприйману).

Існує декілька підходів до визначення поведінкової лояльності клієнтів. Розглянемо деякі з них. Перший, як певний тип споживчої поведінки, що виражається в збільшенні тривалості співпраці покупця з підприємством і реалізацією ним повторних покупок (трансакцій). Таку лояльність можна помітити неозброєним оком і легко визначити. Проте, даний підхід має істотний недолік – він враховує лише закупівлі, які вже відбулися. Спрогнозувати ж поведінку покупця в майбутньому на підставі цього підходу є практично неможливим. У той же час даний підхід дає можливість скласти базу статистичних даних, яка демонструватиме активність даного покупця, що надалі дозволить оперувати такими даними як цінність клієнта для компанії та його схильність до припинення взаємовідносин з компанією.

Другий, доволі відомий, метод визначення поведінкової лояльності дає можливість визначити час здійснення споживачем останньої трансакції, частоту здійснення ним покупок у минулому і його цінність для компанії з точки зору загальних обсягів закупівель.

Існують й інші точки зору на визначення поведінкової клієнтської лояльності. Так,

наприклад, Стоун М., Бонд Е., Блейк Е. пропонують визначати поведінкову лояльність за допомогою таких чинників, як частота здійснення трансакцій, дата здійснення останньої трансакції, витрачена сума і категорія товарів і послуг, що придбані на підприємстві [3]. Ці автори також зазначають, що час здійснення клієнтом останньої покупки і частота покупок дають уявлення про стабільність споживання. На підставі аналізу витрат клієнта можна скласти уявлення про його цінність для компанії, а аналіз спожитих клієнтом товарів дозволяє судити про активність клієнта. На наш погляд необхідно доповнити цей перелік чинників додатковим показником – тривалістю співпраці клієнта з компанією.

Таким чином, можна виділити наступні чинники, які необхідно брати до уваги при аналізі поведінкової лояльності клієнтів в рамках управління взаємовідносинами з клієнтами:

– час здійснення споживачем останньої покупки (трансакції);

– частота здійснення трансакцій;

– загальна тривалість співпраці клієнта з підприємством;

– сукупна цінність покупця для компанії з точки зору загальних обсягів закупівель;

– спектр споживаних клієнтом товарів і послуг компанії;

– оцінка динаміки споживання товарів клієнтом.

Не варто також забувати, що лояльність – це не що інше, як емоційна перевага, яку демонструють споживачі по відношенню до компанії. Розгляд лояльності з цієї точки зору може забезпечити маркетологам можливості для прогнозування майбутньої поведінки клієнтів. Однак треба зазначити, що визначити міру впливу маркетологів на процес ухвалення рішення клієнтом складно, оскільки в даній ситуації думка фахівців може бути в значній мірі суб'єктивною.

Крім того, існують значні складнощі виміру лояльності, що визначається таким чином. Для цього потрібне визначення великої кількості чинників і їх питомої ваги в загальній системі показників лояльності споживачів.

В якості показників сприйманої лояльності можна виділити такі як:

– обізнаність споживачів про діяльність компанії, її товари та послуги, причому під обізнаністю треба розуміти не лише відомість і популярність підприємства на ринку, але і кількість рекомендацій вже існуючих клієнтів;

– задоволеність споживачів товарами, рівнем сервісу та якістю обслуговування.

На наш погляд, необхідно також до переліку вищеназваних чинників додати і показник, який демонструє емоційне сприйняття споживачем діяльності компанії – це його досвід взаємодії з підприємством. Цей показник, який заснований на реальному досвіді взаємодії клієнта і підприємства, і є підставою для виникнення і зміцнення клієнтської лояльності.

Висновки. Таким чином, розглядаючи чинники лояльності клієнтів лише з однієї із описаних точок зору, підприємство безсумнівно зіткнеться зі складнощами або при формуванні лояльності, або при її вимірюванні. Найбільш доцільним в цьому випадку є комплексне поєднання поведінкових і сприйманих, емоційних чинників. Лояльність,

яка визначається таким чином, буде якнайповніше відображати відношення клієнта до компанії і може бути використана для оцінювання ефективності її клієнтоорієнтованої маркетингової стратегії.

Список літератури: 1. *Лопатинская И.В.* Лояльность как основной показатель удержания потребителей // Маркетинг в России и за рубежом. – 2002. – №3. – С.15-17. **2.** *Лоусон Р.* Поведение потребителей / Маркетинг. Энциклопедия под ред. Бейкера М.; Пер. с англ. – СПб.: Питер. 2002. **3.** *Стоун М., Бонд Э. и др.* Прямой интерактивный маркетинг /*Стоун М., Бонд Э., Блейк Э.;* Пер. с англ. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2005, – 552с. **4.** *Стоун М., Вудкок Н. и др.* Маркетинг ориентированный на потребителя / Стоун М., Вудкок Н., Мэтчингер Л.; Пер. с англ. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2003.–336с . **5.** *Черкашин Г.А.* Готовы ли вы к войне за клиента? Управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) / *Черкашин Г.А.* – М.: ООО «ИНТУИТ.ру», 2004, 384с.

Подано до редакції 18.05.2011

УДК 331.5:338.585

А.В. ГЛУШАЧ, ассистент, НТУ «ХПІ», Харків

ТРАНСАКЦІЙНІ ВИТРАТИ СУБ'ЄКТІВ РИНКУ ПРАЦІ ТА ЇХ ОСОБЛИВОСТІ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЗАЙНЯТОСТІ

В статті досліджені види трансакційних витрат суб'єктів вітчизняного ринку праці та особливості їх проявлення при нетрадиційних формах зайнятості; здійснено групування трансакційних витрат суб'єктів запозиченої праці на кож ному етапі їх взаємодії та запропоновані заходи, що сприятимуть їх скороченню.

The article explores the types and peculiarities of domestic labour market transactional costs under non-traditional employment forms; the grouping of borrowed labour subjects transactional costs has been done for each interaction stage and measures aimed at reduction of such costs have been introduced.

Ключові слова: трансакційні витрати; нетипові форми зайнятості; дистанційна зайнятість; запозичена праця; суб'єкти трудових відносин.

Вступ. Глобалізація економічних відносин та світова економічна криза є визначальними чинниками, що впливають на сучасний розвиток економіки європейських країн. У соціально-трудовій сфері складовою глобальних змін є трансформація зайнятості, а саме - модифікація традиційних і виникнення абсолютно нових її форм (лізинг персоналу, дистанційна зайнятість, нестандартні графіки робочого часу тощо).

На ринок праці України поступово розповсюджуються загальносвітові тенденції в сфері зайнятості. Нової якості набуває гнучкість ринку праці у різноманітних її формах та проявах [1, с.4]. Ці зміни активно впливають на основні параметри ринку праці - попит, пропозицію, ціну робочої сили, появу нових суб'єктів та інститутів тощо.

Повноцінне вивчення процесів, що відбуваються в сфері зайнятості неможливо без застосування принципових положень і категорій теорії трансакційних витрат. Це пов'язано в значній мірі також і з особливостями вітчизняного ринку праці, серед яких:

деформація в галузевій структурі та професійно-кваліфікаційному складі; нерівномірний розподіл трудових ресурсів по території держави; низький кваліфікаційний рівень, спричинений матеріальною мотивацією, обмеженою можливістю працевлаштування, відсутністю гарантій стабільності виробничої діяльності за фахом, невідповідністю структури професійної освіти перспективним потребам ринку праці за кваліфікаційним рівнем та професійною структурою; значний рівень тіньової оплати праці, відсутність відповідності рівня зайнятості виробничій динаміці. Всі ці явища обумовлені структурою трансакційних витрат, що склалася [2].

Трансформація економічних відносин, що пов'язана з прискоренням науково-технологічного прогресу, спеціалізації та глобалізації економічного простору, активізують тенденцію до зростання трансакційних витрат, рівень яких у світовій практиці нерідко сягає половини вартості кінцевої продукції [3, с.35]

Ця тенденція характерна і для сфери зайнятості, трансформаційні процеси якої впливають на соціально-трудову сферу, змінюючи структуру та зміст соціально-трудових відносин, притаманних вітчизняному ринку праці.

Саме тому вибраний напрямок дослідження причин і динаміки трансакційних витрат суб'єктів трудових відносин в умовах трансформації зайнятості є надзвичайно *актуальним*. Він дозволить визначити трансакційні витрати суб'єктів ринку праці на кожному етапі їх взаємодії та виробити систему заходів, направлених на їх оптимізацію.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Засновниками теорії трансакційних витрат, як основної складової неоінституціоналізму, вважають насамперед Р. Коуза і О. Вільямсона. Саме Р.Коуз в своїй статті «Природа фірми» (1937) увів поняття «трансакційні витрати» в науковий обіг, визначивши їх як «витрати користування ринковим механізмом»[4].

Надалі теорію розвивали зарубіжні вчені К.Далман, Т.Еггертссон, К.Ерроу, Дж.Коммонс, К.Менар, П.Мілгром, Д.Норт, Дж.Робертс, Дж.Уіллісон, С.Чен, росіяни А.Шастітко, Р.Капєлюшніков, А.Олєйнік та ін. Серед вітчизняних учених найбільш значущі публікації з проблем трансакційних витрат мають С.Архієреєв, І.Булєєв, М.Данько, Я.Зінченко, А.Ткач, Л.Шевченко.

Проте, багато проблемних аспектів, пов'язаних з трансакційними витратами на ринку праці, в науковій літературі представлені явно недостатньо. Так, немає єдиної точки зору на предмет того, що доцільно відносити до трансакційних витрат ринку праці. Залишається відкритим і питання стосовно того, в якому випадку зростання трансакційних витрат є корисним і чи взагалі воно може бути таким, а в якому випадку такі витрати негативно пливають на суб'єктів трудових відносин, не визначені фактори впливу та заходи, що їх регулюють. Тому *метою* цього дослідження буде продовження вивчення трансакційних витрат, а саме особливостей їх проявлення в умовах трансформації зай нятості та визначення шляхів, що сприятимуть їх скороченню.

Виклад основного матеріалу. Трансакційні витрати на ринку праці це витрати, що виникають між суб'єктами цього ринку (підприємцями, найнятими робітниками та іншими суспільними інститутами, у тому числі і державою) з приводу передачі прав влас-

ності на послуги (результати) праці. Вони включають витрати на найом або звільнення; на інформацію про вакансії і працівників; на пошук роботи і мобільність; на відбір кандидатів; на контроль за виконанням трудової угоди.

Трансакційні витрати перш за все пов'язані із *витратами з отримання інформації* щодо обміну (а саме: про вакансії, умови праці, розмір трудової винагороди, перспективи кар'єрного зростання та інше), що будуть визначатися кількістю продавців (найманих працівників) та покупців (роботодавців) на ринку праці, тривалістю їх присутності на ринку, ступенем якісної однорідності (кваліфікації) робітників тощо. Отримання такої інформації дає можливість суб'єктам трудових відносин визначити свої конкурентні переваги, встановити сегменти ринку, на яких можливо максимізувати доходи.

Трансакційні витрати з отримання інформації для суб'єктів трудових відносин складаються з витрат часу і ресурсів, необхідних для ведення пошуку, а також з можливих майбутніх втрат, пов'язаних з неповнотою і недосконалістю (асиметричністю) інформації вітчизняного ринку праці. Причому, саме асиметричність інформації є причиною рентоорієнтованої поведінки суб'єктів трудових відносин, яка формує основне джерело трансакційних витрат.

Однією з проблем, яка пов'язана з неповнотою і асиметричністю інформації на ринку праці, є проблема вимірювання інформації. Ця проблема особливо актуальна на доконтрактному етапі взаємодії між робітником і роботодавцем – на етапі «Ex ante», на якому відбувається оцінка важливих характеристик потенційного працівника. Від точності такої оцінки залежить як ефективність переговорів на етапі процедури найму працівників, так і ефективність розвитку подальших трудових взаємин суб'єктів ринку праці.

Всі витрати, пов'язані з оцінкою параметрів людського ресурсу при здійсненні процедури найму, є *трансакційними витратами вимірювання*.

Згідно класифікації, що була запроваджена в результаті досліджень, проведених нами раніше [5], трансакційні витрати вимірювання поділяються на трансакційні затрати і трансакційні втрати.

До трансакційних затрат вимірювання слід віднести затрати на розробку відповідної методології вимірювання (кваліфікаційні і психологічні тести), затрати на підготовку і оплату послуг спеціалістів-оцінювачів та затрати на використання вимірювальної техніки й організацію та проведення самої процедури оцінки.

До трансакційних втрат вимірювання треба віднести втрати від неефективності системи контролю за якістю професійної освіти і дотриманням законодавчих норм та втрати від помилок вимірювання, що можуть бути пов'язані або з некомпетентністю та суб'єктивністю спеціалістів-оцінювачів при здійсненні ними оціночних процедур, або з їх опортуністичною поведінкою, яка проявляється в корупційних діях, що приводять до викривлення правдивої інформації стосовно професійних якостей потенційного робітника, а в подальшій перспективі – до зниження мотивації у майбутніх спеціалістів в отриманні якісної професійної освіти.

Певного скорочення трансакційних витрат вимірювання можливо досягти шляхом реформування системи професійної стандартизації як основи для підготовки освітніх ста-

ндартів та шляхом оптимального розподілу цих витрат між різними суб'єктами трудових відносин за допомогою фінансування працедавцем атестаційних послуг, використання контрактів з пайовою винагородою («роялті») і використання вертикальної структурної організації фірми [5].

Ринок праці є системою суспільних відношень і складовою частиною складної та всеосяжної нормативної системи, яка побудована на системі угод між продавцями (робітниками), покупцями (роботодавцями), державою та іншими суб'єктами ринку, які виконують посередницькі функції (служби зайнятості, рекрутингові агентства тощо). Складання таких угод потребує відповідного юридичного оформлення, що пов'язано із значними трансакційними витратами - *витратами на укладання угод.*

Ці витрати значно збільшують вартість трудових послуг і складаються (для роботодавців) з витрат часу на проведення переговорів про посадові обов'язки, про встановлення заробітної плати тощо; з витрат на оформлення особистої справи, на висновок і оформлення контрактів (збір підписів, друк стандартної форми договору) та інших.

Для найманих робітників такими витратами є витрати часу та коштів на проведення переговорів з роботодавцем про умови трудового договору (транспортні витрати, втрачена вигода в результаті невиконання робіт для отримання тимчасового заробітку тощо).

Крім того, при укладанні трудових угод сторони не застраховані від опортуністичної поведінки контрагентів, які можуть не виконати або виконати неналежним чином пункти, прописані в угоді, в результаті чого інша сторона, що укладає угоду, може понести значні витрати. Це і є *трансакційні витрати опортуністичної поведінки.*

Розрізняють дві форми опортуністичної поведінки – моральний ризик та вимагання. До проявів опортуністичної поведінки у найманого робітника, що є джерелом трансакційних втрат у роботодавця, відносять недобросовісну роботу у вигляді ухилення, порушення термінів, обсягів або якості роботи, та шантаж, що проявляється у формі загрози звільнення з боку «незамінних» для даної організації (фахових) працівників. До трансакційних втрат найманого робітника, що спричинені опортуністичною поведінкою роботодавця, можна віднести втрати у вигляді недоотримання винагороди за свій труд (за умов «усної» або віртуальної угоди), або у вигляді некомпенсації працедавцем власних витрат робітника на перепідготовку (перенавчання), на засвоєння нової професії у разі недотримання працедавцем своїх обіцянок стосовно підвищення посади робітникові або у разі не проходження останнім випробувального терміну тощо.

Прагнення уникнути або принаймні знизити втрати, пов'язані з опортуністичною поведінкою, є причиною виникнення трансакційних витрат *специфікації і захисту прав власності,* серед яких можна виділити трансакційні затрати підприємства на грамотне юридичне оформлення трудового договору, затрати на забезпечення контролю за виконанням посадових інструкцій, на підтримку в колективі консенсусної ідеології, корпоративних правил поведінки і етичних норм тощо, а, також, трансакційні втрати через погано оформлені і ненадійно захищені угоди.

Розглянуті трансакційні витрати суб'єктів ринку праці мають свої особливості в умовах нетипових форм зайнятості, розширення масштабів яких, як зазначають російські

дослідники цієї проблематики В. Гімпельсон і Р. Капелюшников, - це не короткотривала аномалія і не політичний прорахунок, які можна усунути за допомогою відповідних “ правильних ” законів або інших заходів державної економічної політики. Тут проявляється глобальна тенденція, що має глибокі соціальні, економічні, політичні та технологічні коріння [6].

До нетипових форм зайнятості відносять: зайнятість на умовах неповного робочого часу; зайнятість на умовах строкових трудових договорів; тимчасову, непостійну зайнятість, у тому числі запозичену працю; вторинну зайнятість; дистанційну зайнятість; зайнятість на основі договорів цивільно-правового характеру; неформальну зайнятість, у тому числі самозайнятість; незареєстровану зайнятість у формальному секторі [1, с.4].

Зростання масштабів використання *тимчасової зайнятості* обумовлене прагненням працедавців знизити трансакційні витрати, пов’язані з наймом. При цьому економляться значні суми, які несе організація і в процесі співпраці (премії, витрати на навчання і підвищення кваліфікації), і у зв'язку із закінченням трудових відносин (компенсаційні виплати, судові витрати врегулювання конфліктів при звільненнях тощо). Проте значно зростає вірогідність трансакційних витрат, пов'язаних із зниженням ефективності діяльності організації внаслідок незнання тимчасовими працівниками специфіки роботи організації.

Щодо трансакційних витрат робітників, що перебувають у стані тимчасової зайнятості**,** то вони, напроти, значно перевищують витрати працюючих за постійним трудовим договором, бо умови їх праці набагато гірші ніж умови праці «постійних» робітників, що проявляється у відсутності гарантій зайнятості, соціального забезпечення та недостатньої соціальної підтримки з боку підприємства, в обмеженому доступі до програм професійного розвитку і кар’єрного зростання тощо. Позитивною рисою тимчасової зайнятості слід вважати тільки потенційну можливість перспективного робітника отримати постійну роботу, і відповідно, уникнення трансакційних витрат, що з цим пов’язані.

Останнім часом суттєво зросла частка *дистанційної зайнятості* від загальної чисельності зайнятих. За наявними даними, в європейських країнах вона складає від 10 до 22% [7].

Найбільш розповсюдженими поняттями щодо дистанційної зайнятості є поняття «телеработа» (telework) і «теледоступ» (telecommuting). Перше застосовується в Європі, друге - здебільшого в США. Обидва поняття в економічній літературі мають однотипні трактування, які поєднує два ключових моменти: наявність певної відстані від традиційного місця роботи та використання інформаційно-комунікаційних технологій.

Не складно розгледіти, що при застосування такої форми зайнятості суттєво знижуються трансакційні витрати у вигляді економії часу і коштів на проїзд до місця роботи. Крім того, погоджуючись з А.Колотом та Г.Салахєєвою [1, с.6], до переваг цієї форми треба віднести гнучкий графік роботи, нові перспективи для людей з обмеженими можливостями, забезпечення засобів існування для тих громадян, які не можуть знайти традиційного місця роботи, а також ефективний спосіб зниження рівня безробіття. Всі ці фактори також безпосередньо впливають на величину трансакційних витрат, пов’язаних із

пошуком, працевлаштуванням та виконанням трудових функцій у робітників. Для роботодавця застосування такої форми зайнятості дає суттєву економію на оренді приміщень та організації робочого місця.

Характер відносин між суб'єктами ринку праці при дистанційній зайнятості, а отже і рівень їх трансакційних витрат, залежить від способу оформлення відносин між ними.

На жаль в Україні, так само, як і в Росії, на практиці широкого застосування набула *усна або «віртуальна» угода***.** При такій домовленості взаємодія працедавця і працівника відбувається в неправовому полі. І хоча основною причиною переваги усного способу оформлення відносин над традиційним трудовим договором є прагнення працедавця скоротити витрати, пов'язані з оформленням і розірванням трудового договору, веденням кадрової і бухгалтерської документації, витрати, пов'язані із сплатою податків і зборів на фонд оплати праці, що мають місце при офіційному оформленні контрактів, в той же час, така форма договірних відносин приводить до зростання трансакційних витрат опортуністичної поведінки сторін та до витрат специфікації і захисту прав власності (йдеться про втрати специфікації, бо така форма відносин не специфікована за визначенням), бо здійснюється в умовах відсутності детальної і достовірної інформації про кваліфікацію і сумлінність працівника і не регламентується правами, обов’язками, посадовими інструкціями та обумовленими вимогами щодо їх співпраці.

При формуванні трудової угоди на умовах *неповного контракту* (тобто без детального урахування всіх обов'язків, послуг і тому подібне) також виникає ризик трансакційних витрат специфікації, бо наймач не специфікує повністю послуги, що надаються працівником за виплачені гроші. Цей ризик характерний як для найнятого робітника (оскільки майбутні вимоги до його діяльності не повністю визначені і здатні змінюватися), так і для наймача, оскільки зв'язує його на той період часу, коли попит може коливатися. Таким чином, при такій формі трудових відносин у обох сторін неминуче виникають втрати специфікації і захисту прав власності, які виявляються в тому, що працедавець може зажадати у працівника виконання додаткових трудових зусиль, заздалегідь не обумовлених в контракті, а працівник – не виконати необхідний обсяг робіт, який спочатку сподівався отримати від нього працедавець.

Відсутність деталізації обліку обов'язків і послуг при укладенні неповного контракту збільшує трансакційні витрати працедавця на здійснення контролю за дотриманням режиму роботи, за виконанням посадових обов'язків, обсягу і якості роботи і може привести до судових витрат у зв'язку з вирішенням трудових суперечок.

При такій формі трудової угоди збільшується ризик опортуністичної поведінки у формі «ухилення», оскільки працівник, що дотримується своїх інтересів, може просто ігнорувати свої обов'язки, не виконувати необхідний обсяг робіт. У таких випадках виникають трансакційні витрати, пов'язані з примушенням або стимулюванням працівника до праці.

Проте для обох ринкових агентів укладення неповних контрактів на тривалий період часу може опинитися набагато вигідніше, ніж короткострокові відносини найму (тимчасовий найм), оскільки наймач дістає можливість не тільки понизити трансакційні ви-

трати на пошук необхідного працівника, але й заощадити частину коштів при необхідності в додаткових трудових зусиллях, пов'язаних з тими або іншими операціями у сфері виробництва продукту. Працівник, у свою чергу, отримує гарантії стабільного номінального доходу на деякий період часу, що, за відсутності інфляції, дозволяє йому оптимізувати міжчасовий споживчий вибір: отримувати товари в кредит, створювати накопичення, планувати крупні покупки. Навіть за наявності інфляції і падінні реальної цінності доходу, працівник, що уклав контракт на деякий період часу, економить на трансакційних витратах, пов'язаних з пошуком роботи і ризиком безробіття.

Ще одним різновидом нетипової зайнятості, що застосовується на ринках праці багатьох країн світу, є так звана *запозичена праця*, яка представляє собою таку форму зайнятості, при якій здійснюється передача працівника в розпорядження іншому роботодавцю. Однією з характерних рис запозиченої праці є наявність спеціалізованої комерційної фірми (частіше всього приватного агентства зайнятості), що наймає у свій штат працівників, тимчасових або постійних, виключно для виконання замовлень на послуги цих працівників, які надходять від фірм-замовників та іноді від фізичних осіб. Для агентства зайнятості надання послуг з передачі персоналу так би мовити в оренду — це свого роду підряд на надання персоналу і вид підприємницької діяльності, що приносить дохід [8].

У зарубіжній та вітчизняній практиці використовують кілька видів (схем) застосування запозиченої праці, а саме лізинг персоналу, аутстафінг, аутсорсинг, аутплейсмент.

Взаємодія між суб’єктами ринку запозиченої праці регулюється певними договірними відносинами, які визначають зміст та склад їх трансакційних витрат. Розглянемо їх детальніше.

Так, *між агентством зайнятості та підприємством–замовником* відносини мають цивільно-правовий характер і регулюються двостороннім договором, згідно з умовами якого агентство зайнятості несе відповідальність перед підприємством-замовником за якість робочої сили. Трансакційні втрати, які несе внаслідок цих відносин агентство зайнятості, будуть пов’язані з виконанням зобов’язань щодо професійної підготовки, підвищення кваліфікації запозичених працівників, їх заміною у разі неналежного виконання ними своїх функціональних обов’язків, хвороби тощо. Трансакційними витратами підприємства-замовника, що пов’язані з виконанням обов’язків згідно договору, є витрати на створення належних умов праці запозиченим працівникам, інструктування їх на робочих місцях, на здійснення функцій контролю за дотриманням технології та правил внутрішнього розпорядку. Тобто, в даному випадку, замовник перебираючи на себе частину функцій роботодавця, котрим формально є агентство зайнятості, несе додаткові трансакційні витрати.

Відносини між агентством і запозиченим працівником формально є трудовими, але з певних причин скоріше мають не трудовий, а цивільно-правовий характер. Це пов’язано з тим, що договір, за умовами якого трудова послуга надається третій стороні, не передбачений взагалі трудовим законодавством України. Крім того, договір між агентством і запозиченим працівником не відповідає ознакам класичного контракту (ні строкового, ні безстрокового), тому що строк дії такого контракту обмежується досягненням

певного результату роботи (послуги), а не виконанням певної функції. Права і обов'язки сторін (особливо стосовно роботодавця) і третьої сторони у таких договорах, як правило виписані фрагментарно, що теж не є ознакою класичного трудового контракту. Таким чином, відносини, що регулюються такими договорами, не регламентуються чинним законодавством, і тому можуть бути джерелом додаткових трансакційних витрат опортуністичної поведінки та специфікації і захисту прав власності. Виконання ж формальних функцій агентства з реалізації угоди супроводжується трансакційними витратами з їх забезпечення, а саме: витратами на організацію і здійснення розрахунків з оплати праці і відрахувань до фондів соціального страхування, на ознайомлення працівників з вимогами техніки безпеки на підприємстві-замовнику, на укладання в разі необхідності з працівником договору про матеріальну відповідальність тощо.

Відносини між підприємством-замовником і запозиченим працівником мають так званий імпліцитний характер, тобто регулюються не юридичними договорами, а скоріше поширеними в суспільстві соціальними, етичними нормами у сфері праці. Тому умови праці та правила, що діють для штатних працівників підприємства-замовника, по відношенню до запозичених працівників можуть не виконуватися або діяти в обмеженому обсязі. При таких імпліцитних відносинах залишаються не врегульованими питання, пов'язані з відбором, звільненням, організацією праці, тривалістю робочого часу, охороною праці тощо. Все це також приводить до зростання трансакційних витрат опортуністичної поведінки та специфікації і захисту прав власності.

Взаємодія між суб'єктами ринку запозиченої праці здійснюється впродовж певного проміжку часу, який А. Колот поділяє на три етапи: підготовчий етап, етап поточної взаємодії суб'єктів ринку запозиченої праці та завершальний [1, с.12].

В таблиці 1 здійснено групування трансакційних витрат суб'єктів запозиченої праці за хронологічною ознакою, тобто на кожному етапі їх взаємодії у відповідності до особливостей відносин між ними.

Діючі форми запозиченої праці мають певні переваги перед традиційними формами зайнятості, бо забезпечують суб'єктам ринку праці значну економію на трансакційних витратах, в тому числі і за рахунок оптимального перерозподілу цих витрат між учасниками трудових угод. Так, «орендував» фахівця через агентство, роботодавець не тільки економить на робочому місці, але і знімає з себе зобов'язання по соціальних гарантіях перед робітником при звільненні. Крім того, у разі скорочення штату велика вірогідність судових розглядів, а при аутсорсинге звільнення і пов'язані з цією подією ризики і втрати є вже проблемою агентства, але не компанії-працедавця. Існують і інші переваги, що зрештою також сприяють зниженню трансакційних витрат у працедавця, а саме: отримання кваліфікованого персоналу в потрібній кількості і в короткий термін; зменшення обсягів кадрового діловодства; можливість запрошення вподобаного співробітника в штат компанії; уникнення простоїв, оскільки при хворобі тимчасового співробітника або знаходженні його у відпустці агентство зобов'язане дати заміну. Але є й суттєві недоліки використання робочої сили за такими схемами. Так, у вартість самої послуги з надання робочої сили входить сума зарплати працівників, податкові відрахування і комісійна

винагорода лізингової організації, яка зазвичай складає 15–25% від суми всіх витрат. Тому реально зекономити на витратах можливо тільки у випадку, якщо лізинг персоналу супроводжується скороченням персоналу, що виконує роботу з кадрами (ведення бухобліку).

Таблиця 1 Трансакційні витрати суб'єктів ринку запозиченої праці на етапах їх взаємодії

Етапи взаємодії	Трансакційні витрати		
	підприємства -замовника	агентства зайнятості	запозиченого працівника
Підготовчий етап	- витрати часу та коштів на подання заявки до агентства зайнятості щодо послуг запозиченої праці; - витрати на підготовку та укладання цивільно-правового договору з агентством зайнятості; - витрати на співбесіду з кандидатами на вакансію; - витрати на підготовку висновків щодо доцільності відбору.	-витрати часу та коштів на укладення цивільно- правового договору щодо надання послуг запозиченої праці; - витрати на пошук працівників згідно з заявкою агентства зайнятості (формування вакансій в Інтернеті); - витрати на здійснення попереднього відбору запозичених працівників (вивчення резюме, організація і проведення співбесіди, тестуваня); -витрати на укладення трудових договорів (контрактів) з запозиченими працівникми; - витрати на професійну підготовку та підвищення квалфі кації запозичених працініків	-витрати часу та коштів на проходження попередньої співбесіди з представниками агентства зайнятості та підприємства - замовника; -витрати на проходження остаточної процедури відбору (тестування); -витрати на укладення трудового договору (контракту) з агентством зайнятості
Етап поточної взаємодії суб'єктів ринку запозиченої праці	- витрати на організацію робочого місця та створення умов праці та техніки безпеки відповідно до вимог атестації та чинних стандартів; -витрати з розподілу функцій та обсягів виконуваних робіт; - витрати на здійснення функцій контролю за дотриманням технології та правил внутрішнього розпорядку; -витрати на формування звернень в агентство зайнятості з питань оперативного використання запозичених працівників (дотримання трудової дисципліни, внесення змін в організацію праці тощо) та інших питань управління персоналом аж до пропозицій щодо заміни залучених працівників; -витрати з перерахування коштів агенству зайнятості за надані послуги	- витрати на моніторинг якості послуг та виконання інших зобов'язань згідно з цвільно-правовим догово ром; -витрати на виконання кадрової роботи, ведення бухгалтерського обліку та внутрішнього контролю, на організацію роботи інших підрозділів підприємства-замовника стосовно запозичених працівників; -витрати на врегулювання конфліктів та спірних питань, що виникають між підприємством –замовником і запозиченими працівниками (консультаційні та судові витрати); -втрати від опортуністичної поведінки працівників у вигляді невиконання (не належного виконання) своїх обов'язків, що обумовлені в договорі між підприємством замовником та агентством (витрати пов'язані із заміною працівників)	- втрати від опортуністичної поведінки підприємства –замовника, що проявляється в ущільненні прав запозичених працівників; - витрати часу на отримання в агентстві зайнятості трудової винагороди за виконану роботу
Завершальний етап	-витрати на оформлення звернень в агентство зайнятості з пропозицією щодо продовження або розірвання договору щодо надання послуг і трудових договорів; - втрати при вирішенні спірних питань, що не специфіковані в імпліцитному договорі з запозиченим працівником, у вигляді оплати консультацій та судових витрат.	- витрати на подовження або розірвання трудових угод із працівниками і договорів з підприємствами-замовника щодо надання їм послуг; -витрати і втрати, пов'язані із судовими розглядами при розірванні трудових договорів з працівниками	- витрати, пов'язані із звільненням з дотриманням вимог трудового законодавства; - витрати на розв'язання спірних питань та конфліктів при звільненні

Крім того виникають труднощі при оформленні документів при відрядженні такого робітника для вирішення виробничих завдань та виконання будь-яких відповідальних доручень (потрібне оформлення спеціального доручення). Враховуючи, що фактична

реалізація оренди персоналу, в першу чергу, залежить від згоди працівника, на якого навряд чи зможуть вплинути провайдер та замовник адміністративним шляхом, то, у випадках відмови першого, у замовника з точки зору трудового законодавства можуть виникнути певні ускладнення і, відповідно, трансакційні витрати у вигляді відшкодувань, передбачених за порушення договору.

До того ж, існує певний ризик, що працівник, посилаючись на Кодекс законів про працю в Україні, положеннями якого передбачено укладення трудових договорів з кількома роботодавцями одночасно, укладання їх в усній формі, а також визначення дня фактичного допуску працівника до роботи моментом вступу в дію такого трудового договору, може вимагати визнання того, що відносини між ним та замовником є трудовими, і що, відповідно, дає йому право на заробітну плату, доплати та надбавки, соціальне забезпечення (наприклад, оплату спортивних занять, страховки) та інші пільги, які надаються штатним працівникам замовника. Більше того, як наслідок, визнання трудових відносин між працівником та замовником, договір між замовником та провайдером може бути визнано недійсним у судовому порядку[10].

Таким чином, цей прояв опортуністичної поведінки працівника може мати істотні негативні наслідки як для замовника, так і для провайдера, що приведе до суттєвих трансакційних витрат в обох сторін.

Але зважуючи всі «за» і «проти» обрання традиційної або запозиченої зайнятості роботодавцям треба співставляти витрати на найом працівника на постійну роботу та витрати на додаткові виплати й комісійну винагороду аутсорсинговій компанії. Відповідні розрахунки підтверджують, що витрати на лізинг одного спеціаліста менші, ніж витрати на співробітника, включеного в штат компанії на постійній основі і який виконує аналогічні функції. Це обумовлено тим, що штатний персонал звичайно менш досвідчений, ніж лізингові фахівці, і на досягнення необхідного рівня кваліфікації новим співробітникам необхідний час, що перевищує період лізингу в 2 - 2,5 рази. [11]

Але, не зважаючи на певні переваги, на думку багатьох дослідників при застосуванні таких форм зайнятості є загроза дискримінації і порушення трудових прав найманих працівників, скорочення гарантій їх соціального захисту у порівнянні зі штатними працівниками, посилення експлуатації, що викликає певні застереження щодо правомірності та доцільності їх поширення в Україні [1, с.14]. Все це безумовно збільшує і трансакційні витрати опортуністичної поведінки та специфікації й захисту прав власності у робітників.

Отже відносини, що мають місце при використанні запозиченої праці, є досить складними і суперечливими. Їх, як і інші нестандартні форми зайнятості, не можливо оцінювати лише позитивно або негативно, бо вони є проекцією сучасного економічного і соціального розвитку економіки на ринок праці і мають право на існування. Але, як зауважують фахівці з питань ринку праці, застосування багатьох з них через брак належних умов для їх упровадження є передчасним. Нестандартні форми зайнятості потребують подальшого наукового опрацювання, прогнозування, регулювання, оцінки з позиції інтересів усіх суб'єктів соціально-трудових відносин та приведення в чіткі нормативно-

правові межі [1,с.14].

При прийнятті відповідних законів Україні необхідно брати до уваги тенденції у розвитку оренди персоналу на світовому ринку праці. Так, у 1997 році Міжнародною організацією праці було прийнято Конвенцію № 181 « Про приватні агентства зайнятості», яка передбачила в якості допустимої послуги найм працівників з метою надання їх у користування третій стороні (фізичній або юридичній особі), яка встановлює працівникам робочі завдання та контролює їх виконання. Прийняття конвенції по суті означає визнання законності оренди персоналу на міжнародному рівні. У той же час, Україна не ратифікувала зазначену конвенцію, відповідно, на даний момент позиція законодавця щодо можливості оренди персоналу залишається невідомою [10].

Висновки. Таким чином, в рамках даної статті:

- визначені та проаналізовані види трансакційних витрат суб'єктів вітчизняного ринку праці відповідно до загальноприйнятої в економічній літературі їх класифікації;
- досліджені особливості проявлення трансакційних витрат при нетрадиційних формах зайнятості;
- здійснено групування трансакційних витрат суб'єктів запозиченої праці за хронологічною ознакою, тобто на кожному етапі їх взаємодії у відповідності до особливостей відносин між ними.

За висновками проведеного дослідження можна запропонувати заходи, що сприятимуть скороченню трансакційних витрат, характерних для нетрадиційних форм зайнятості, а саме, витрат опортуністичної поведінки та специфікації і захисту прав власності, серед яких: приведення інституту запозиченої праці України в чіткі нормативно-правові межі шляхом ратифікації Конвенції МОП № 181; впровадження в практику трудових відносин норм і стандартів МОП щодо агентств зайнятості; прийняття законів, які б захищали права запозичених працівників та регламентували права, обов'язки і відповідальність суб'єктів трудових відносин при нетрадиційних формах зайнятості.

Список літератури: **1**.*Колот А.* Трансформація інституту зайнятості як складова глобальних змін у соціально-трудовій сфері /*А. Колот*//Україна: аспекти праці.-2009.-№8.-С.3-14. **2**. *Шимченко Л.А.* Ринок праці в Україні: проблеми та складнощі реформуання //www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Evu/2011_17_1/Shimchenko.pdf/. **3.** *Гречко А.В.* Теоретичні засади впливу трансакційних витрат на мікросередовище. - Матеріали IX Міжнародної науково-практичної конференції 24 листопада 2010 року «Розвиток підприємництва як чинник зростання національної економіки».- Київ: ІВЦ Видавництво «Політехніка», 2010. - 262 с. **4.** *Коуз Р.* Природа фирмы / Коуз Р.// ЭКО: Экономика и организация промышленного производства, 1993,№2,с.66-82. **5**. *Глушач А.В.* Трансакційні витрати вимірювання на ринку праці України і шляхи їх оптимізації.-Вісник ХНУ ім. *В.Н. Каразіна*, №961,2011.-с.39-46. **6**.Нестандартная занятость в российской экономике / під ред *В.Е. Гимпельсона и Р.И. Капелюшникова*.-М.: Издательский дом ГУ ВШЭ.2006.-с.386. **7.** Офеційний сайт Єврокомісії з питань телеработи / http://www.eto.org.uk. **8.** *Аникин Б.А., Рудая И.Л.* Аутсорсинг і аутстаффинг: высокие технологии менеджмента: Учебн.пособие. - М.: ИНФРА-М, 2006. - 208 с. **9.** *Пискунов А* Лизинг рабочей силы в России / *А.Пискунов* //Лизинг.-2007.- №2.-С.4. **10.** *Кваскова І.* Оренда персоналу / *І.Краскова* //Юридична газета.-2010.- №31-32.-С.11 /http://asterslaw.com/upload/iblock/a4a/iik_102.pdf. **11**. Аутстаффінг персоналу, аутсорсинг персоналу, тимчасовий персонал, лізинг персоналу/ http://www.promote.kiev.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=13&Itemid =9&lang=uk

Подано до редакції 18.05.2011

СОДЕРЖАНИЕ

Л.М. ЯВОРСЬКАЯ, А.В. ВОРОБЬЕВА
Последствия мирового финансового кризиса для Украины 3

О.В.ПОПАДИНЕЦЬ, О.І. КОЛОТЮК
Інноваційний прорив: можливості для України 6

В.А. САДОВСЬКИЙ, П.В. НОТОВСЬКИЙ
Інструментарій визначення ефективності інвестицій підприємств на базі методів нечіткої логіки 10

М.М. ГАЛУТОВА
Роль держави в розвитку фінансових інститутів в умовах ринкової трансформації 16

Н.П. ТКАЧОВА
Сучасний стан ринкових проблем та перспективи розвитку конкурентних переваг української економіки 25

Т.О. КОБЄЛЄВА
Електротехнічна галузь України: сучасний стан та перспективи розвитку..... 34

А.Л. ПОДОЛЬСКАЯ, Ю.С. ЛИТВИНОВА
О статистических методах прогнозирования социально-экономических явлений 43

Н.М. ПОБЕРЕЖНА, Ю.С. НЕДБАЙЛО
Удосконалення системи організації оплати праці 46

Т.О. ГУСАКОВСЬКА
Методичні рекомендації до формування портфеля об’єктів інтелектуальної власності підприємства 51

І.М. МАЦІКАНИЧ, І.М. ПОГОРЄЛОВ
Проблеми управління та обліку дебіторської заборгованості 56

С.В. ГЛУХОВА
Методичний підхід до оцінки інноваційного ризику підприємства 60

Є.В. ДУБРОВСЬКА
Розробка ієрархічної моделі методів управління дебіторською заборгованістю підприємств вантажного автотранспорту 64

Н.Ю. ЧЕРНОБРИВЕЦЬ
Інноваційна діяльність як вагомий фактор успішного економічного розвитку України 68

Р.О. ПОБЕРЕЖНИЙ
формування стратегії розвитку з використанням збалансованої системи показників 72

В.О. МАТРОСОВА, О.Д. МАТРОСОВ
Сутність та складові інноваційного потенціалу як основа управління інноваційною діяльністю 80

О.В. НИКИФОРОВА, А.С. ЯСТРЕБОВА
Неравномерность и цикличность как основные детерминанты развития современных социально-экономических систем 87

Ф.В. АБРАМОВ
Факторы динамики запретительного законодательства 95

М.В. ШИПІЛОВА
Вплив соціального капіталу на провали ринку на прикладі регулювання зовнішніх ефектів 99

Н.М. ПОБЕРЕЖНА
методичний підхід до оцінки виробничого потенціалу 107

К.О. ЛОПУХОВА
Тенденції та перспективи розвитку корпоративної культури на машинобудівних підприємствах Харківської області 112

Р.Б. ГУДЗ, М.І. ЛАРКА
Вдосконалення комунікаційної політики промислового підприємства 118

К.О. ЛУЦЕНКО, О.П. КОСЕНКО
Проблеми маркетингу дитячих товарів та дитячих брендів в Україні 122

Ю.В. ШАПОВАЛОВА, М.В. МІРОШНИК
Оптимізація організаційної структури маркетингової служби промислового підприємства 126

В.В. ЯЦИНА
Особливості визначення трансакційних витрат на підприємстві 132

С.В. ГАРМАШ
Застосування новітніх технологій в управлінні персоналом організації 135

С.П. МОСТОВИЙ, Е.П. ЧЕКАЛІНА, Н.Г. СІКЄТІНА, І.І. ЄМЧЕНКО
Формування рівня соціально-економічного розвитку підприємства в сучасних умовах 140

О.В. БАЛАХОНОВА
Оценка эффективности функционирования региональной сети охраняемых территорий 143

Н.І. НЕЧИВІЛОВА
Концептуальне осмислення базових категорій підприємницької діяльності «малий бізнес», «мале підприємництво», «мале підприємство» 148

Т.Ю. ШАПОВАЛОВА, Н.В. ФЕСЕНКО
Аналіз сутності деяких категорій інвестиційної діяльності 156

В.А. СОКОЛЕНКО, Н.В. ВІХЛЯЄВА
Сучасні погляди на еволюцію систем формування моделей інноваційних процесів 164

Т.О. ПОГОРЄЛОВА, Д.І. ПОГОРЄЛОВ
особливості та сфери застосування математичного програмування в економіці 171

П.Г. ПЕРЕРВА, О.В. ЖЕГУС
Науково-інноваційний потенціал України та сучасні проблеми його використання..... 174

Л.А. КВЯТКОВСЬКА, Л.Д. ВОРОБЙОВА
Оцінка поточної та довгострокової конкурентоспроможності підприємства 181

О.І.МАСЛАК, О.О.БЕЗРУЧКО
Модель оцінки ефективності системи управління фінансовими ресурсами промислового підприємства..... 188

П.Г. ПЕРЕРВА
Факторный анализ рынка труда: демографические и социальные аспекты ... 196

І.Л. СІНЧЕСКУЛ, М.І. ЛАРКА
Управління лояльністю споживачів як одна з основних задач управління взаємовідносинами з клієнтами 200

А.В. ГЛУШАЧ
Трансакційні витрати суб’єктів ринку праці та їх особливості в умовах трансформації зайнятості 203

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»

Збірник наукових праць

Тематичний випуск

«ТЕХНІЧНИЙ ПРОГРЕС І ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА»

Випуск - 26'2011

Наукові редактори: проф. П.Г. Перерва,
проф. М.І. Погорєлов

Технічний редактор: доц. С.М. Погорєлов

Відповідальний за випуск: к.т.н. І.Б. Обухова

Підп. до друку 30.06.2011 р.Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс. Ум.друк.арк. 10. Обл.-вид. арк. 10,1.
Наклад 300 прим. Зам. № 147. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ „ХПІ”.
Свідотство про державну регістрацію ДК № 116 от 10.07.2000 р.
61002, Харків, вул. Фрунзе 21

Друк-ФО_П Воронюк В.В., м. Харків, пл. Руднєва, 4
тел. 335-07-66