

ВІСНИК НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»

Збірник наукових праць

39'2011

Тематичний випуск

«АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТА ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА»

**Видання засновано Національним технічним університетом
«Харківський політехнічний інститут» у 2001 році**

Державне видання

Свідоцтво Держкомітету з інформаційної політики України

КВ № 5256 від 2 липня 2001 року

КООРДИНАЦІЙНА РАДА:

Голова: Л.Л.Товажнянський, д-р техн. наук, проф.

Секретар: К.О. Горбунов, канд. техн. наук, доц.

А.П.Марченко, д-р техн. наук, проф.;
Є.І.Сокол, д-р техн. наук, проф.;
Є.Є.Александров, д-р техн. наук, проф.;
Л.М.Бесов, д-р техн. наук, проф.;
А.В.Бойко, д-р техн. наук, проф.;
Ф.Ф.Гладкий, д-р техн. наук, проф.;
М.Д.Годлевський, д-р техн. наук, проф.;
А.І.Грабченко, д-р техн. наук, проф.;
В.Г.Данько, д-р техн. наук, проф.;
В.Д.Дмитриєнко, д-р техн. наук, проф.;
І.Ф.Домнін, д-р техн. наук, проф.;
В.В.Єсипанов, канд. техн. наук, проф.;
Ю.І.Зайцев, канд. техн. наук, проф.;
П.О.Качанов, д-р техн. наук, проф.;
В.Б.Клепиков, д-р техн. наук, проф.;

С.І.Кондрашов, д-р техн. наук, проф.;
В.М.Кошельник, д-р техн. наук, проф.;
В.І.Кравченко, д-р техн. наук, проф.;
Г.В.Лісачук, д-р техн. наук, проф.;
В.С.Лупіков, д-р техн. наук, проф.;
О.К.Морачковський, д-р техн. наук, проф.;
В.І.Николаєнко, канд. іст. наук, проф.;
П.Г.Перерва, д-р екон. наук, проф.;
В.А.Пуляєв, д-р техн. наук, проф.;
М.І.Рищенко, д-р техн. наук, проф.;
В.Б.Самородов, д-р техн. наук, проф.;
Г.М.Сучков, д-р техн. наук, проф.;
Ю.В.Тимофієв, д-р техн. наук, проф.;
М.А.Ткачук, д-р техн. наук, проф.

Харків 2011

Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут». Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства . – Харків: НТУ „ХПІ». – 2011. – № 39. – 166 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

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ

Відповідальний редактор

В.Я. Міщенко, д-р екон. наук, проф.

О.М. Гавриш, канд. екон. наук, проф.

Відповідальний секретар

О.С.Другова

С.І. Архієреєв, д-р екон. наук, проф.

А.Є. Ачкасов, д-р екон. наук, проф.

Л.М. Бєсов, д-р іст. наук, проф.

В.Я. Заруба, д-р екон. наук, проф.

В.І. Захарченко, д-р екон. наук, проф.

Ю.Б. Іванов, д-р екон. наук, проф.

П.О. Орлов, д-р екон. наук, проф.

П.Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.

Т.С. Пічугіна, д-р екон. наук, проф.

О.М. Поступний, канд. філос. наук, проф.

О.І. Пушкар, д-р екон. наук, проф.

В.А. Соколенко, канд. екон. наук, проф.

В.П. Соловійов, д-р екон. наук, проф.

В.М. Тимофєєв д-р екон. наук, проф.

А.І. Яковлєв, д-р екон. наук, проф.

Адреса редакції: 61002, м. Харків, вул.. Фрунзе, 21, НТУ «ХПІ»

Деканат БФ, тел. (057) 707-64-46, 707-60-67

**Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ»
протокол № 10 від 01.11.2011 р.**

© Національний технічний університет «ХПІ», 2011

Б.К. АННАГУРБАНОВА, соискатель Туркменского Государственного института экономики и управления, Ашгабат

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА КРЕДИТНОГО ПОРТФЕЛЯ

В работе рассмотрены вопросы оценки качества кредитного портфеля. Проведен анализ кредитного портфеля, основанный на определении совокупности финансовых коэффициентов, характеризующие качество кредитного портфеля банка, деловую активность и оборачиваемость, доходность кредитного портфеля банка. Предложен метод оценки качества кредитного портфеля. Особенностью данного метода является то, что он может быть использован для эффективного анализа кредитоспособности клиентов банка, определения уровня кредитных рисков, профессионального формирования кредитных досье заемщиков банка. Комплексная разработка теоретических и практических вопросов, раскрывающих содержание кредитного портфеля, методику оценки его качества и управление им позволяет обеспечить внедрение современных методов управления кредитным риском, адекватных современному этапу социально-экономического развития Туркменистана.

У роботі розглянуті питання оцінки якості кредитного портфеля. Проведено аналіз кредитного портфеля, заснований на визначенні сукупності фінансових коефіцієнтів, що характеризують якість кредитного портфеля банку, ділову активність і оборотність, прибутковість кредитного портфеля банку. Запропоновано метод оцінки якості кредитного портфеля. Особливістю даного методу є те, що він може бути використаний для ефективного аналізу кредитоспроможності клієнтів банку, визначення рівня кредитних ризиків, професійного формування кредитних досьє позичальників банку. Комплексна розробка теоретичних і практичних питань, які розкривають зміст кредитного портфеля, методику оцінки його якості та управління ним дозволяє забезпечити впровадження сучасних методів управління кредитним ризиком, адекватних сучасному етапу соціально-економічного розвитку Туркменістана.

The work studies the issues of quality assessment loan portfolio. The loan portfolio analysis was carried out on basis of determination of the financial ratio totality, characterizing the quality of bank loan portfolio, its business activity and turnover, profitability of the bank loan portfolio. The method of the quality assessment of the bank loan portfolio is proposed in the work. The point is that this method can be applied for the effective analysis of the credit capacity of the bank's customers, determining level of credit risks, professional formation of credit files of bank's borrowers. The complex development of the theoretical and practical issues revealing the loan portfolio content, method of its quality assessment, its management allows to provide implementation of the modern methods of credit risk management, adequate to the modern stage of the socio-economic development of Turkmenistan.

Актуальность темы исследования состоит в реализации программ по развитию банковского сектора экономики, а также совершенствованию и развитию перспективных методик оценки качества кредитного портфеля банковских учреждений. Недостаточная разработка методических проблем проведения оценки качества кредитного портфеля, отсутствия эффективной методики анализа кредитоспособности клиентов банка, высокий уровень кредитных рисков, отсутствие методики и опыта формирования кредитных досье заемщиков банка до сих пор выступает серьезной проблемой в формировании цивилизованных рыночных отношений, развитии банковской системы.

Разработкой этих вопросов занимались отечественные и зарубежные экономистов, специалисты в области банковского дела, среди которых следует выделить Атаева М., Пурлиеав Б.К., Тайхарова Б., Халова Х., Амелина Д.И., Андросова А.М., Белоглазову Г.Н., Жукова Е.Ф., Колесникова В.И., Лаврушина О.И., Макарову О.И., Ширинскую Е.Б, Яковенко С.Н. и др. Их исследования посвящены проблемам анализа кредитного портфеля, их решения и применения. Однако ряд проблем применительно к условиям экономики Туркменистана требует дальнейшего изучения и развития. Поэтому целью статьи является теоретическое исследование проблем оценки кредитных портфелей современных коммерческих банков, направленное на разработку практических рекомендаций по совершенствованию методики проведения оценки качества кредитного портфеля коммерческих банков Туркменистана.

Качество кредитного портфеля – один из важнейших показателей деятельности коммерческого банка, непосредственно влияющих на его финансовую устойчивость и надежность. Оно характеризует, прежде всего, качество банковского управления, налаженность взаимоотношений между банком, его клиентами и другими финансово-кредитными институтами, а также состояние банковской системы в целом. В связи с тем, что до сих пор в теории и практике банковского дела не сложилось адекватного отношения к проблеме оценки качества кредитного портфеля, этот вопрос вызывает повышенный интерес у разнообразных пользователей, включая клиентов банка, кредитных аналитиков, управляющих, менеджеров, регулирующих и законодательных органов. Предпосылками возникновения проблемы оценки качества кредитного портфеля является сама специфика деятельности коммерческих банков на рынке финансовых услуг. Поэтому при ее характеристике следует анализировать непосредственно особенности банковской деятельности.

При определении качества кредитного портфеля следует исходить из совокупности критериев, оказывающих на него непосредственное влияние: степени и вида кредитного риска, уровня ликвидности, уровня доходности. Значимость этих критериев будет изменяться в зависимости от условий, места функ-

ционирования кредитной организации, а также целей, стратегии и особенностей функционирования, отдельных видов кредитных операций и рисков по ним.

В результате можно сформулировать следующее комплексное определение качества кредитного портфеля, характеризующее эффективность формирования кредитного портфеля коммерческого банка с точки зрения доходности, степени кредитного риска (которая, в свою очередь, зависит от финансового положения заемщика, качества обслуживания долга, а также от всей имеющейся в распоряжении кредитной организации информации о любых рисках заемщика, включая сведения о внешних обязательствах заемщика, о функционировании рынка, на котором работает заемщик) и обеспеченности. Данная трактовка расширяет научное представление о сути, содержании и предназначении качества кредитного портфеля.

Оценка кредитного портфеля производится в зависимости от кредитного риска. Кредитный риск может быть связан, как с просрочкой платежа по вине заемщика вследствие его неплатежеспособности (или недобросовестности), так и с целью кредита, типом заемщика по форме собственности, отраслевой принадлежностью, наличием и видами гарантий по ссудам и надежностью самих гарантов, оценкой выполнения ранее выполненных обязательств по кредитам банков, перспективой дальнейшего развития заемщика и т.п. Банки на каждого ссудозаемщика обязаны вести кредитное досье (независимо от категории кредитов).

В банковской системе Туркменистана, каждый банк, участвующий в принятии решения о совместном кредитовании заемщика, несет риск долей участия в нем и создает резервы на потери по ссудам в зависимости от классификации (табл. 1).

Таблица 1 Классификация кредитного портфеля

Категория кредита	Коэффициент риска
- Стандартные	0 – 0,02
-Субстандартные	0,02 – 0,2
- Сомнительные	0,2 – 0,5
- Безнадежные	0,5 – 1

Резерв должен быть подсчитан и создан под все кредиты каждого клиента в зависимости от уровня кредитного риска по нему. Размер резерва зависит от общей суммы кредитов на дату отчетности, а не от суммы выданных в течение отчетного периода кредитов. Условная сумма резерва покрытия кредитного риска рассчитывается на отчетную дату по приведенной выше шкале кредитных рисков в зависимости от групп риска и установленных для каждой из них коэффициентов риска.

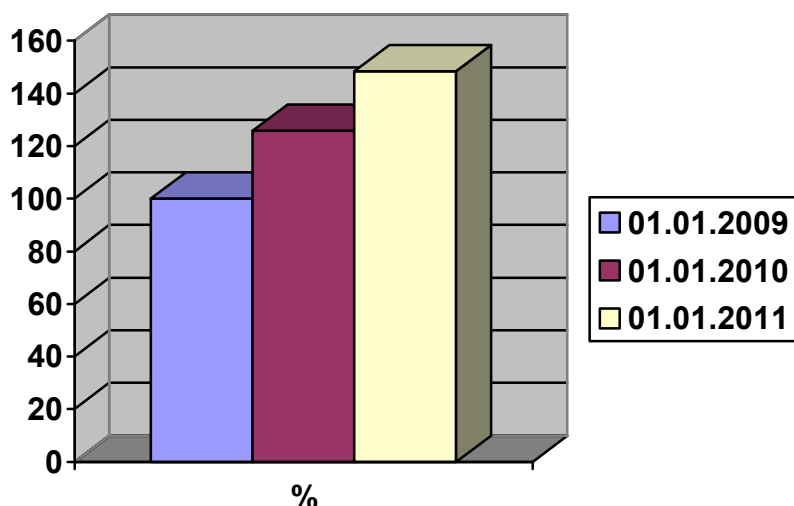


Рис.1. – Динамика кредитного портфеля ГКБ «Дайханбанка»

Основную долю кредитного портфеля банка составляют стандартные кредиты. В сравнении с соответствующим периодом прошлого года объем кредитного портфеля вырос на 18%. По отношению 2011 г. к 2009 г. объем кредитного портфеля увеличился на 49%. Как показывают данные рис. 1, анализируемый банк имеет растущие объемы кредитного портфеля, что позволяет положительно оценить его поведение на рынке. В этой связи увеличение их доли свидетельствует об увеличении уровня доходности банковских операций, и, как следствие, о росте прибыли банка. Соответственно снизились отчисления в страховой резерв. Это свидетельствует о том, что заемщик имеет устойчивое финансовое положение и высокий рейтинг платежеспособности, не вызывающий сомнения в своевременном возврате выданной ссуды и уплате начисленных процентов по ней в соответствии с кредитным соглашением.

В банковской практике анализ качества кредитного портфеля проводится, основанный на определении совокупности финансовых коэффициентов, оказывающих на него непосредственное влияние. Эти коэффициенты характеризуют: качество кредитного портфеля банка; деловую активность и оборачиваемость; доходность кредитного портфеля банка.

Оценка качества кредитного портфеля банка может производиться на основе расчета ряда относительных показателей и коэффициентов по определенным направлениям анализа:

I. Максимальный размер риска на одного заемщика (H_5). Показатель данного норматива рассчитывается как отношение совокупной задолженности по ссудам, факторингу и предоставленному финансовому лизингу одного заемщика плюс сумма забалансовых обязательств, выданных в отношении этого заемщика или группы взаимосвязанных заемщиков (P) к собственному капиталу банка (K).

При расчете используется следующая формула:

$$H_5 = P / K * 100\%,$$

где: P – совокупная сумма требований банка к заемщику или группе взаимосвязанных заемщиков по кредитам в манатах и иностранной валюте и суммы факторинга и предоставленного финансового лизинга, а также 100% забалансовых требований (гарантий, поручительств) банка в отношении данного заемщика (заемщиков), предусматривающих исполнение в денежной форме. Эти требования, т.е. активы, взвешиваются по степени риска.

Настоящий норматив (H_5) рассчитывается также по совокупной сумме требований в манатах и иностранной валюте (в том числе и 100% забалансовых требований-гарантий, поручительств) к банку, выступающему заемщиком по межбанковским кредитам. Норматив рассчитывается и в случае, если банк выступает только гарантом или поручителем (в размере 100%) в отношении какого-либо юридического или физического лица. Максимально допустимое значение норматива H_5 устанавливается в размере 20% собственного капитала банка.

Максимальный размер крупных кредитных рисков (H_6). Совокупная сумма требований, взвешенных с учетом риска, к одному заемщику (или группе свя-

занных заемщиков) банка по кредитам с учетом 100% сумм забалансовых требований (гарантий, поручительств), имеющих у банка в отношении одного заемщика, превышающая 5% капитала банка, рассматривается в качестве крупного кредита. Решение о выдаче крупных кредитов должно в обязательном порядке приниматься Правлением банка либо его кредитным комитетом с учетом заключения кредитного отдела и оформляться соответствующими документами.

Максимальный размер крупных кредитных рисков устанавливается как процентное соотношение совокупной величины крупных кредитных рисков и собственных средств банка. Устанавливается, что совокупная величина крупных кредитов, выданных банком, включая взаимосвязанных заемщиков, с учетом 100% забалансовых требований не может превышать размер капитала банка более, чем в 8 раз.

Максимальный размер риска на одного заемщика – акционера (участника) (H_7) определяется как отношение суммы кредитов, гарантий и поручительств, предоставленных банком своим участникам к собственным средствам банка:

$$H_7 = C / K * 100\% ,$$

где C – совокупная сумма всех требований банка (включая забалансовые), взвешенных с учетом риска, в отношении одного акционера (участника) банка, юридического или физического лица или группы взаимосвязанных акционеров (участников) банка, юридических и физических лиц.

Максимально допустимое значение норматива H_7 устанавливается в размере 15% собственного капитала банка.

II. Если рассматривать оценку «проблемности» кредитного портфеля, то она позволяет провести раннюю диагностику «проблемной части» кредитного портфеля. В данном случае под проблемной частью кредитного портфеля будет пониматься наличие в портфеле просроченных кредитов и безнадежных ко взысканию ссуд:

D_{nz} – показатель доли просроченной задолженности в активах банка:

$$D_{nz} = KB_n / A,$$

где KB_n – величина просроченной ссудной задолженности;

A – совокупные активы банка.

Рекомендуемое значение показателя – не более 1 – 2 % совокупных активов;

Y_n – коэффициент проблемности кредитов, представляющий собой удельный вес просроченных кредитов в общей сумме предоставленных кредитов:

$$Y_n = KB_n / KB,$$

Считается, что чем меньше данное соотношение, тем выше качество кредитного портфеля банка, а, следовательно, и качество активов банка;

K_n – коэффициент покрытия убытков по ссудам:

$$K_n = P_{ВПС} / KB_n,$$

Его значение позволяет определить уровень покрытия проблемных кредитов, а рекомендуемое значение $K_n > 1$;

K_n – коэффициент темпов погашения просроченных кредитов:

$$K_n = KB / KB_n,$$

где K_n – погашенные просроченные кредиты в анализируемом периоде.

III. Оценка обеспеченности кредитных вложений банка позволяет аналитику определить достаточность и качество принятого банком обеспечения от клиентов-заемщиков по предоставленным кредитам:

K_o – общий коэффициент обеспеченности кредитного портфеля:

$$K_o = O_o / KB,$$

где O_o – объем принятого обеспечения.

Данный коэффициент отражает уровень покрытия обеспечением кредитных вложений в случае их невозврата, а рекомендуемое значение показателя: $K_o = 1$;

K_u – коэффициент имущественной обеспеченности кредитного портфеля:

$$K_u = O_u / KB,$$

где O_u – объем принятого имущества в залог.

Данный коэффициент отражает уровень покрытия обеспечением кредитных вложений в случае их невозврата наиболее стабильным видом обеспечения – имуществом. Желаемое значение показателя: $K_u = 1$, но он не должен быть менее 0,5 (50 %).

Оценка деловой активности и оборачиваемости кредитного портфеля коммерческого банка может осуществляться по следующим направлениям:

1. Оценка кредитной активности банка:

$Y_{ка}$ – уровень кредитной активности банка (этот показатель также называют показателем доли кредитного сегмента в активах):

$$Y_{ка} = KB / A,$$

Он отражает в целом кредитную активность банка, степень специализации банка в области кредитования, а рекомендуемый уровень кредитной активности составляет 0,35 – 0,4. При этом, если банк не проводит операции с ценными бумагами, то норма $Y_{ка}$ – 0,50 – 0,55;

$K_{он}$ – коэффициент опережения:

$$K_{он} = TP_{кв} / TP_a ,$$

где $TP_{кв}$ – темп роста кредитных вложений коммерческого банка;

TP_a – темп роста совокупных активов банка.

Показатель отражает общий уровень кредитной активности банка, желаемое значение $K_{он} = 1$;

- коэффициент «агрессивности-осторожности» кредитной политики банка K_a определяется по соотношению:

$$K_a = KB / ПС,$$

где $ПС$ – привлеченные средства банка.

Данный показатель характеризует направленность кредитной политики банка и если $K_a > 70 \%$, то можно считать, что банк проводит «агрессивную» кредитную политику, а если $K_a < 60 \%$, то это означает, что банк проводит «осторожную» кредитную политику;

K_{kc} – показатель соотношения кредитных вложений к собственным средствам банка:

$$K_{kc} = KB / CC * 100\%.$$

Он отражает степень рискованности кредитной политики банка, а оптимальное значение показателя не более 80 %.

2. Оценка оборачиваемости кредитных вложений банка:

- коэффициент оборачиваемости кредитных вложений (в оборотах) $K_{об}$:

$$K_{об} = KO_{кв} / KB_{cp},$$

где $KO_{кв}$ – кредитовый оборот кредитных вложений за анализируемый период;

KB_{cp} – средние остатки кредитных вложений за период.

$З$ – коэффициент оборачиваемости ссудной задолженности (в днях) или показатель среднего периода погашения ссудной задолженности:

$$З = KB_{cp} * Д / KB_{cp},$$

где $Д$ – число дней в анализируемом периоде.

Анализ доходности кредитного портфеля банка:

K_{δ} – коэффициент доходности кредитного портфеля:

$$K_{\delta} = \Pi_n / KB_{cp},$$

где Π_n – проценты, полученные за предоставленные кредиты;

KB_{cp} – средняя за период сумма кредитных вложений.

Коэффициент доходности кредитного портфеля отражает реальную доходность кредитного портфеля банка, которая представляет собой доход, полученный на единицу активов, вложенных в кредиты, за анализируемый период;

$Y_{дох}$ – уровень доходности кредитного портфеля:

$$Y_{дох} = \Pi_m - \Pi_y / KB,$$

где Π_m – процентная маржа;

Π_y – проценты, уплаченные по привлеченным средствам;

$K_{эф}$ – коэффициент, характеризующий эффективность принятых решений управляющими с позиции акционера:

$$K_{эф} = \Pi_m / УК,$$

где $УК$ – уставный капитал коммерческого банка;

$K_{до}$ – коэффициент, характеризующий долю доходов, полученных от предоставленных кредитов в общей сумме доходов:

$$K_{до} = \Pi_n / СД * 100\% ,$$

где $СД$ – общая сумма доходов банка.

В случае, если в банке ведется детализированный управленческий учет, то дополнительно можно предложить рассчитывать коэффициенты доходности в разрезе основных кредитных продуктов, а, именно доходность: кредитов предоставленных юридическим, физическим лицам и индивидуальным предпринимателям, целевых (разовых) кредитов, кредитных линий, овердрафтов.

Особенностью данного метода является то, что его можно провести, используя для эффективного анализа кредитоспособности клиентов банка, определить уровень кредитных рисков, профессиональное формирование кредитных досье заемщиков банка. В связи с этим, комплексная разработка теоретических и практических вопросов, раскрывающих содержание кредитного портфеля, методику оценки его качества и управление им позволяет обеспечить внедрение современных методов управления кредитным риском, адекватных современной экономической ситуации в Туркменистане. Кроме этого, предложенный подход дает возможность выяснить, что от эффективности используемых банками методик оценки качества предоставляемых кредитов напрямую зависит состояние банковской системы в целом. Данная методика позволяет обеспечить внедрение современных методов управления кредитным риском, адекватных современной экономической ситуации в стране. Перспективы дальнейшего исследования состоят в разработке методических рекомендации по улучшению финансовой устойчивости коммерческих банков.

Список литературы: 1. *Готовчиков И.* Технология оценки потенциальной эффективности кредитного портфеля банка // Банковские технологии. – 2007. – № 4.-С.51. 2. *Предтеченский А.Н.* Коэффициентный анализ в системе кредитных рейтингов заемщиков банка // Банковское дело.-2005.-№4.-С.28-33. 3. *Стивен М. Фрост.* Настольная книга банковского аналитика: Деньги, риски и профессиональные приемы/ Перевод с англ.; Под научной редакцией Н.В.Рудя – Днепропетровск, 2006. – 672с. 4. *Турбанов А., Тютюнник А.* –Банковское дело: Операции, технологии, управление. – М.: 2010. 5. *Титова Н.Е. Кожасева Ю.П.* Деньги, кредит, банки: Учебное пособие М, 2003 г. 6. «Положение о дифференцированном кредитовании предприятий» от 29 апреля 1997 года. 7. «Положение об экономических нормативах, регулирующих деятельность коммерческих банков» от 29 мая 1998 года. 8. «Порядок классификации ссудного портфеля банка, формирования резервов на возможные потери по ссудам» от 09 апреля 1996 года.

Надійшла до редколегії 19.06.11

УДК 332.122

А.О. ГАВРИКОВА, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків

КРИТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРУЮЩЕЙ МОДЕЛИ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО РЫНКА УКРАИНЫ

У даній статті автором проводиться критичний аналіз законодавчої бази України для реалізації конкурентного ринку теплової енергії.

В данной статье автором проводится критический анализ законодательной базы Украины для реализации конкурентного рынка тепловой энергии.

In this article, the author conducted a critical analysis of the legislative framework of Ukraine for the realization of the competitive market of thermal energy.

Теплофикация имеет большое значение для достижения максимальной эффективности организации энергоснабжения Украины, поскольку выступает наиболее совершенным технологическим способом производства тепловой и электрической энергии.

При анализе эффективности теплоснабжения в целом зачастую встречаются оценки и суждения, призывающие к немедленному отказу от централизованных систем именно в теплоснабжении, оставляя централизованными системы водоснабжения, канализации, электроснабжения. Вместе с тем задача оценки эффективности теплоэнергетических систем была и остается нерешенной в полной мере.

Анализируя теплоэнергетический комплекс, как часть хозяйственной системы Украины, нам необходимо определить место и роль данного комплекса в региональной хозяйственной системе. Для данного анализа мы выбрали рыночный подход [1], так как энергетика представляет собой отрасль исключительно-го действия естественных монополий.

Весомым фактором в процессе реформирования механизма государственного регулирования естественных монополий, предприятий теплоэнергетики, в Украине должно стать дальнейшее развитие и усовершенствования нормативно-законодательной базы по вопросам регулирования экономических отношений, возникающих в процессе взаимодействия субъектов естественных монополий с другими участниками рыночной системы, в том числе, государством.

Однако, для реализации поставленных задач, нам необходимо четкое определение функций, прав и обязанностей реформируемого объекта. Рассмотрим и проанализируем функционирующую модель энергетического рынка Украины.

В феврале 1995 года Кабинет Министров принял постановление, в соответствии с которым 10 апреля 1996 г. начал функционировать энергетический рынок. Предварительно между шестью генерирующими компаниями, атомными электростанциями и 27 энергоснабжающими компаниями был подписан договор участников энергорынка.

Основой функционирующей модели оптового рынка электрической энергии (ОРЭ) положена модель энергетического пула (POOL) Англии и Уэльса образца середины 90-х гг. Стоит отметить, что сейчас специалисты отмечают множество схожих элементов связанных с моделью Единого Покупателя (Single Buyer) на украинском энергорынке: ГП «Энергорынок» монопольно покупает электроэнергию и продает распределительным компаниям. Государственное предприятие «Энергорынок», созданное на базе Национального диспетчерского центра Украины и осуществляющее контроль над финансовыми расчетами участников рынка – генерирующих и энергопоставляющих компаний, атомных электростанций НАЭК «Энергоатом». Здесь электроэнергию приобретают по оптовым ценам государственные и частные энергопоставляющие предприятия, которые перепродают ее в регионах местным потребителям по розничным тарифам. Функционирование других оптовых рынков электрической энергии в Украине запрещено.

Членами оптового рынка электроэнергии Украины выступают:

1. Государственное предприятие (ГП) "Энергорынок" как оптовый поставщик электроэнергии.

2. Производителями электрической энергии, выступают крупнейшие производители электроэнергии, которые обязаны продавать электроэнергию на ОРЭ Украины:

- Национальная атомная энергогенерирующая компания "Энергоатом" – 11 835 МВт: Запорожская АЭС (6 000 МВт); Южно – Украинская АЭС (3 000 МВт); Ровенская АЭС (1 835 МВт); Хмельницкая АЭС (1 000 МВт).

- Энергогенерирующие компании ТЭС – 28 027,5 МВт: ОАО "Донбасс-энерго" (7 610 МВт); ОАО "Днепроэнерго" (8 160 МВт); ОАО "Центрэнерго" (7 550 МВт); ОАО "Западэнерго" (4 707,5).

- Энергогенерирующие компании ГЭС – 28 027,5 МВт: ГАЭК "Днепро-гидроэнерго" (3 906,9 МВт); ГАЭК "Днестрогидроэнерго" (702 МВт); ОАО "Днестровская ГАЭС-2" (13,6 МВт).

Стоит отметить, что от 70% до 86% акций каждой из четырех энергогенерирующих компаний принадлежит НАК «Энергетическая компания Украины», акции которой не могут отчуждаться или передаваться для формирования уставного капитала предприятий и на 100% принадлежат государству.

3. Поставщиками электрической энергии, по регулируемому и нерегулируемому тарифу, выступают крупнейшие ТЭЦ. Они имеют право продавать электроэнергию либо в оптовый рынок электрической энергии (ОРЭ) Украины либо региональной энергопоставляющей компании по регулируемому тарифу (Облэнерго) либо другим потребителям, которые расположены в регионе, в пределах которого производитель электроэнергии осуществляет деятельность по поставке электроэнергии: ТЭЦ – 4 250 МВт, в том числе Киевская ТЭЦ – 5 (700 МВт); Киевская ТЭЦ – 6 (500 МВт); Харьковская ТЭЦ-5 (470 МВт); Симферопольская ТЭЦ (278 МВт); Северодонецкая ТЭЦ (260 МВт); Кременчугская ТЭЦ (255 МВт).

4. Национальная энергетическая компания (НЭК) "Укрэнерго", осуществляющая диспетчерское управление ОЭС Украины и передачу электроэнергии

магистральными и межгосударственными электрическими сетями. В Законе Украины «Об электроэнергетики» централизованным диспетчерским (технологически оперативным) управлением является оперативное управление объединенной энергетической системой Украины с обеспечением надежного и бесперебойного, со сдерживанием требований энергетической безопасности, снабжения электрической энергии потребителям.

Схематический порядок взаимоотношений субъектов хозяйствования на рынке электроэнергии выглядит так:



Рис.1. – Схематический порядок взаимоотношений субъектов хозяйствования на рынке электроэнергии.

Остается открытым вопрос: «Почему на энергетическом рынке Украины не представлен такой вид товара, как тепловая энергия?» В Законе Украины «О теплоснабжении» тепловая энергия – товарная продукция, предназначенная для купли-продажи, а рынок тепловой энергии трактуется, как сфера обращения тепловой энергии как товара, на который имеется спрос и предложение. А в Законе Украины «Об электроэнергетике» понятие энергия представлено, как электрическая или тепловая энергия, которая производится на объектах электроэнергетики и является товарной продукцией, предназначенной для купли-продажи, а электроэнергетика – отрасль экономики Украины, что обеспечивает потребителей энергией. Следует отметить, что термин энергия объединяет в себе не только электрическую, а и тепловую энергию, как товар.

В процессе проведенного анализа, мы выяснили, что тепловая энергия находится в статусе «аутсайдера» на ОРЭ. Следствием этого положения, является диссонирующее законодательство Украины в сфере теплоэнергетики. Для выявления барьеров, препятствующих обороту тепловой энергии, как товара на оптовом энергетическом рынке, мы предлагаем рассмотреть основные положения законодательного регулирования теплоэнергетической отрасли.

Общие положения и законодательное регулирование теплоснабжения.

Теплоснабжение в Украине регулируется Законом «О теплоснабжении» от 2 июня 2005 года № 2633-IV.

В Украине существуют тепловые электростанции (ТЭС) и котельни, которые производят электрическую и тепловую энергию. Такой вид деятельности регулируется в Украине Законом Украины «О комбинированном производстве тепловой и электрической энергии (когенерацию) и использовании сбросного энергетического потенциала».

Хозяйственная деятельность по производству, транспортировке, снабжению тепловой энергией подлежит лицензированию. Лицензионные условия осуществления хозяйственной деятельности по производству тепловой энергии (кроме тепловой энергии, которая производится на теплоэлектростанциях, когенерационных установках, и установках по использованию нетрадиционных или возобновляемых источников энергии), утверждены приказом Государственного комитета Украины по вопросам регуляторной политики и предпринимательства, Министерства по вопросам жилищно-коммунального хозяйства Украины от 30 декабря 2008 №167/417.

Порядок предоставления услуг теплоснабжения.

Согласно статье 19 Закона Украины «О теплоснабжении», деятельность в сфере теплоснабжения может осуществляться субъектами хозяйственной деятельности в сфере теплоснабжения всех организационно-правовых форм и форм собственности, в частности, на основе договоров аренды, подряда, концессии, лизинга и других договоров.

Теплогенерирующие организации, использующие различные технологии производства тепловой энергии, имеют равные права доступа на рынок тепло-

вой энергии. Также потребитель или субъект теплоснабжения имеет право выбирать (менять) теплоснабжающую организацию, если это технически возможно.

Теплогенерирующая организация имеет право поставлять произведенную тепловую энергию непосредственно потребителю согласно договору купли-продажи. В случае если такая организация не является теплотранспортирующей, то теплотранспортирующая организация не имеет права отказать теплогенерирующей организации в транспортировке тепловой энергии, если это позволяют технические возможности системы.

Теплотранспортирующая организация не имеет права отказать потребителю тепловой энергии в обеспечении его тепловой энергией при наличии технических возможностей на присоединение потребителя к тепловой сети.

Типовой договор о предоставлении услуг по централизованному отоплению, снабжению холодной и горячей водой, водоотводу, также как и Правила предоставления услуг по централизованному отоплению, снабжению холодной и горячей водой и водоотводу утверждены Постановлением КМ Украины от 21 июля 2005 года № 630.

Мы выяснили, что Закон определил стратегию взаимоотношений между субъектами рынка тепла, производителями и потребителями (конечными потребителями). При этом определена конкретная граница перехода нормативного статуса тепловой энергии как товарной продукции к нормативному статусу ее как предоставленной услуги, направленной на удовлетворение потребности физического или юридического лица в обеспечении теплом.

Следовательно, созданы условия, когда становится невозможным заключение договоров на теплоснабжение собственника квартиры в многоквартирном доме непосредственно с теплоснабжающей или теплогенерирующей компанией.

Исходя из вышеперечисленного порядка предоставления услуг мы предлагаем вам схему существующих отношений субъектов хозяйствования на энергетическом рынке Украины в соответствии с алгоритмом, обозначенным государственной законодательной базой:

Схематический порядок взаимоотношений субъектов хозяйствования на рынке тепловой энергии выглядит следующим образом:

Теплогенерирующая организации – Теплотранспортирующая организация – Теплоснабжающая организация – Конечный потребитель

Рис.2 – Схематический порядок взаимоотношений субъектов хозяйствования на рынке тепловой энергии

Мы видим, что порядок взаимоотношений – линейный. Возникает коллапс, ведь в законодательной схеме рынка тепловой энергии абсолютно отсутствует конкуренция, что противоречит статье 15 Закона Украины «О теплоснабжении» в которой прописаны основы государственного регулирования деятельности в сфере теплоснабжения. В статье фундаментом для государства является: предупреждение монополизации и создание условий для развития конкурентных отношений в сфере теплоснабжения, а также обеспечение равных возможностей доступа субъектов отношений в сфере теплоснабжения на рынок тепловой энергии. Соответственно, не понятно, почему государственная политика в сфере теплоснабжения настолько беспринципна? Принципы государственной политики в сфере теплоснабжения прописаны в статье 6 Закона Украины «О теплоснабжении», где также говорится о содействии государства в развитии конкурентных отношений на рынке тепловой энергии.

Рассмотрим, как Закон Украины «О теплоснабжении» определяет конкурентные основы в сфере теплоснабжения, которые прописаны в статье 21, и гласят следующее:

- Теплогенерирующим организациям независимо от организационно-правовых форм и форм собственности предоставляется право доступа к магистральным и местным тепловым сетям при условии выполнения технических условий на присоединение. Субъект хозяйствования, осуществляющий деятельность по транспортировке тепловой энергии, обязан присоединить теплогенерирующую организацию, которая намеревается осуществлять деятельность по производству тепловой энергии, после выполнения технических условий и заключения договора на присоединение к тепловой сети. Споры по объему работ,

указанных в технических условиях на присоединение, рассматриваются в соответствии с законодательством.

- Если к магистральной или местной тепловой сети теплоснабжающей организации присоединены две или несколько теплогенерирующих организаций, то установление приоритетности заключения договоров на закупку тепловой энергии от них осуществляется на конкурентных основах. Конкурс организует исполнительный орган городского или поселкового совета в порядке, установленном законодательством.

- Если теплоснабжающая организация имеет свои теплогенерирующие мощности, участие в конкурсе на закупку тепловой энергии этой организации обязательно.

- При увеличении объемов теплопотребления местные органы исполнительной власти выбирают проекты теплогенерирующих объектов, предназначенных для строительства, в соответствии с утвержденной в установленном законодательством порядке схемой теплоснабжения на конкурсных основах.

- После строительства и ввода в эксплуатацию такого объекта привлеченные на его строительство средства (банковские кредиты, продажа облигаций, финансовый лизинг, инвестиции, проценты за пользование этими средствами и т. п.) возвращаются путем учета в тарифе на производство (транспортировку) тепловой энергии инвестиционной составной, действующей в течение срока окупаемости капиталовложений в создание этого объекта теплоснабжения.

- В случае если расчетный тариф с учетом привлеченных средств превышает предельную верхнюю величину тарифа, установленного на соответствующей территории, то после истечения срока окупаемости капиталовложений тариф уменьшается до уровня предельной верхней величины.

Исходя из вышесказанного, мы можем смело заявить, что на практике законодательство Украины в области теплоэнергетики не работает, так как его противоречивость препятствует развитию конкурентного рынка тепловой энергии.

Анализируя энергетический рынок Украины, мы делаем выводы, что важными направлениями реформирования рынков теплоснабжения с целью повышения их энергетической эффективности являются:

1. Разработка модели рынка теплоснабжения, изменение институциональной структуры и системы договорных отношений участников рынка в рамках выбранной муниципалитетом модели, максимальное внедрение механизмов конкуренции на рынках тепла.

2. Создание интеллектуальных систем теплоснабжения [2] за счет развития автоматизации технологических процессов выработки, доставки и распределения энергоресурсов в соответствии с требованиями потребителя и обеспечением надежности и качества услуги; дистанционного контроля и управления технологическими процессами на распределенных по территории города коммунальных объектах; информатизации всех процессов, составляющих бизнес теплоснабжения.

3. Переход к расчетам за реально потребленную тепловую энергию и уточнение на этой основе нормативов их потребления для потребителей, не обеспеченных приборами учета.

4. Совершенствование тарифообразования. Ликвидация перекрестного субсидирования. Переход от тарифообразования на основе принципа «затраты плюс» к определению устойчивых предельных уровней тарифов, корректируемых по установленной «формуле цены», и к формированию «тарифного меню» на тепловую энергию для конечных потребителей.

Список литературы: 1. <http://bief.ru/wp-content/uploads/2010/04/016.pdf> 2. А.О. Гаврикова Оптимизация систем централизованного теплоснабжения на основе концепции «умных сетей» / Вестник НТУ «ХПИ» № 36-2. – Харьков, 2009. 3. Закона Украины «О теплоснабжении» от 2 июня 2005 года № 2633-IV.

Надійшла до редколегії 09.07.11

УДК 658:621

А.Ю. ГЕВОРКЯН, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХПІ», Харків,
В.В. ГОЛОВКО, студентка, НТУ «ХПІ», Харків

ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ ШЛЯХІВ ЗАЛУЧЕННЯ СПОЖИВАЧІВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В умовах сучасної конкуренції основною метою роздрібних мереж є пошук трендів та технологій, які дозволили б їм залучити нових споживачів та забезпечити стабільність продажу. Дивлячись на це, виробники спрямовують зусилля на розробку антикризових рішень, які дозволили б їм забезпечити відповідний ефект.

В условиях современной конкуренции основной целью разветвленных сетей является поиск трендов и технологий, которые позволили бы им привлечь новых потребителей и обеспечить стабильность продаж. Учитывая это, производители прилагают усилия к разработке антикризисных решений, которые позволили бы им обеспечить соответствующий эффект.

In the current competition, the main goal of retailers is finding the trends and technologies that enable them to attract new customers and ensure stable sales. Despite this, manufacturers direct their efforts to develop anti-crisis solutions that enable them to provide an appropriate effect.

Вступ. Тренди та технології залучення споживачів набирають обертів, так як одним з наслідків глобальної фінансово-економічної кризи стало різке зниження обсягів імпульсивних продажів. В 2010 році платоспроможність населення зробила ціни майже ключовою унікальною торговою пропозицією з боку ритейлерів. Зростання «чутливості до ціни» зазначено як одну з основних тенденцій в усьому світі. Орієнтація на слабкий та невпевнений попит також стали основними факторами, які забезпечили успіх власних торгових марок мереж. Значною мірою їх розвитку сприяв також і стан постачальників, шукаючих можливості подолати кризу.

Дослідження у напрямку пошуку антикризових рішень були проведені такими вченими, як: Берда, Вюстенхагена в галузі «зеленого маркетингу»; Тіварі, Херстатта, Траутмана та Тімпсона в галузі мобільної комерції; Леппаньємі у сфері мобільного маркетингу; Шарпа та Доуса у сфері диференціації. У ході досліджень як рішення були запропоновані схеми купівель In-Store Pickup та Drive-In; концепції диференціації, торгівля органічними товарами, мобільний маркетинг та мобільна комерція.

Постановка задачі та методологія. Метою даної статті є виявлення нових шляхів залучення споживачів в сучасних умовах.

Результати дослідження. In-Store Pickup – схема купівлі, умовами якої, вибір та оплата товару здійснюється онлайн на сайті компанії-продавця, але сам товар покупець отримує в найближчій точці роздрібної торгівлі продавця. Drive-In – схема купівлі, яка є аналогом In-Store Pickup, з тою різницею, що покупець може отримати замовлений товар, як в точках роздрібної торгівлі (наприклад, через вікно обслуговування автомобіліста– drive-through window), так і на спеціальних пакувальних станціях (спеціалізованих складах) навіть не виходячи зі свого автомобіля. Ідея купівель в стилі In-store Pickup і Drive-in гранич-

но проста – покупець не отримує якої-небудь значної економії в порівнянні з традиційною покупкою в магазині, замість цього він отримує бажаний товар за схемою «прямо тут і зараз». Це означає, що вам не потрібно бродити по магазину у пошуках необхідного товару або витратити час, стоячи в черзі на оплату товару (і те, і інше ви вже зробили онлайн). Крім того, ви отримуйте гарантію того, що товар буде в магазині, коли ви туди приїдете [1].

Вперше схеми In-store Pickup і Drive-in виникли і почали активно використовуватися в США. Це і не дивно, оскільки принцип обслуговування Drive-in займає істотне місце в американській автомобільній культурі, а розмах впровадження цього принципу у сфері послуг просто вражає: від закусочних і ресторанів – до аптек і банків. Наприклад, згідно даним Wall Street Journal, 40% онлайн замовлень в Wal-mart виконуються за схемою In-store Pickup. Не відстає і Європа. Так у Франції на зміну традиційним супермаркетам та інтернет – магазинам приходять нові формати торгівлі – онлайн магазини, що працюють за схемою Drive-in. Минулий рік видався досить важким для провідних французьких мереж: чистий прибуток Auchan впав на 6,5%, а в Carrefour – на 71,5%. У спробах повернути до себе клієнтів багато французьких роздрібних мереж не бояться експериментувати з новими для себе форматами [4,5].

Наприклад, Auchan (сервіс Auchan Drive, а також дочірня компанія Chronodrive) і Carrefour активно тестують формат Drive-in. А мережа гіпермаркетів E. Leclerc вже володіє 32 точками Express Drive, що працюють за схемою Drive-in, і до кінця літа планує відкрити ще 15. Що стосується інших країн Європи, то на початку 2010 року з'явилася інформація про те, що британська мережа Tesco збирається протягом року переобладнати ряд своїх магазинів, додавши в них зони для обслуговування клієнтів за схемою In-store Pickup [5].

Концепція диференціації також набуває успіху серед роздрібних мереж. Стратегія диференціації через послуги є одним з можливих способів участі в конкуренції; акцент в даному випадку робиться на об'ємі і високому рівні якості послуг, що є нематеріальним аспектом пропозиції. На сформованих ринках мультиформатність вже давно стала правилом, а не виключенням. Крупні роздрібні мережі, такі як Wal-mart, Safeway, Tesco, окрім традиційних торгівле-

льних форматів також розвивають і «малоформатні» торгівельні бренди, що пропонують своїм клієнтам готову їжу і цілу лінійку додаткових послуг (наприклад, нагляд за дітьми, ексклюзивний асортимент). Також активно розвиваються торгівельні проекти з чіткою національною «орієнтацією». Так, асортимент мережі магазинів Supermercado (Wal-mart) і Sabor (Publix) орієнтований на американців латиноамериканського походження. Події останніх років виразно показують, що концепція диференціації завжди працюватиме на ті роздрібні мережі, які дійсно знають, як використовувати всі її переваги [7].

Сьогодні мода на здорове живлення є невід'ємною частиною життя мільйонів жителів Європи, Північної Америки, країн Азії. За підсумками 2009 – 2010 років ємкість світового ринку органічних продуктів перевищила 52 млрд. дол. Під органічне сільське господарство в світі відводиться все більше земель: у Європі це більше 5 млн. га, в Північній Америці – 1,5 млн., в Австралії – 10,6 млн. га. У Європі, США і Японії органічний рух активно розвивається на протязі вже більше 30 років. Згідно з опитами, що проводяться в країнах Європи, Північної Америки і Азії, готовність споживачів переплачувати за органічні продукти живлення оцінюється на рівні від 20% до 60% і більше, а попит на таку продукцію в світі постійний зростає[2].

Мобільний маркетинг та мобільна комерція були внесені Майклом Бейкером, до рейтингу найважливіших трендів маркетингу. За допомогою таких технологій мобільний телефон стає не тільки засобом комунікацій, але й інструментом для здійснення більш зважених та ефективних покупок [3].

Мобільний маркетинг – це поняття, яке означає процес поширення маркетингової інформації на мобільні телефони абонентів-споживачів через різноманітні мобільні технології. Такі як: текстові повідомлення (SMS), голосове автоматичне меню, доступне у тоновому режимі IVR (Interactive Voice Response), спрощений інтернет у мобільному телефоні WAP (Wireless Application Protocol), мультимедійні (фото, звук, відео) повідомлення MMS (Multimedia Message Service), локальний радіозв'язок між комунікаційними засобами Bluetooth [6].

Найбільш поширеними є технології SMS та IVR. SMS – розсилка є зручним та легким засобом швидкого та персонального контакту з потенційними споживачами. Зазвичай цей ресурс використовується для інформування про нові надходження та проведення різноманітних заходів; надання персональних знижок та інформування клієнтів про виконання та готовність їх замовлення; проведення розіграшів, акцій та розпродажів. Не менш важливим та поширеним є IVR – це меню, яке абонент чує, коли телефонує у службу підтримки мобільного оператора. Цей інструмент, який є зручним як для споживачів, так і для постачальників, дозволяє клієнту реєструвати замовлення за допомогою мобільного дзвінка, а провайдеру, в свою чергу, вивчити вподобання споживача за допомогою IVR–анкет.

Що ж до України, то в галузі роздрібної торгівлі спостерігаються не всі, запропоновані раніше, тренди.

Одним з найпоширеніших трендів є мобільний маркетинг, тому що мобільна реклама сьогодні стає пріоритетною для багатьох учасників ринку. За даними досліджень інструментами мобільного маркетингу, а зокрема, SMS– та IVR–маркетингу користується 80% та 95% абонентів відповідно. Хоча за останні кілька років активно почали використовуватися технології WAP та MMS, рівень поширення серед абонентів в Україні досягнув 20%.

В Україні тенденція «зеленого» мислення тільки починає набирати обертів. Поки що, в основному, це виражається у турботі споживача про своє здоров'я. За думкою аналітиків Appleton Meyer, більш динамічному розвитку ринку екологічно чистих товарів в Україні перешкоджає відсутність відповідної нормативно-правової бази, яка б регулювала весь процес: від утворення екологічно чистих товарів до їх продажу споживачу.

Висновки. На нашу думку, необхідно продовжувати розвиток вже існуючих в країні тенденцій та орієнтуватися на запропоновані світовими вченими рішення. Якщо дотримуватись даних тенденцій, можна досягнути певних успіхів або, як мінімум, витримати цю непросту ситуацію, яка склалася на українському ринці сьогодні. Для того, щоб стати успішним, слід, перш за все, орієнтуватися в сучасних тенденціях, які відображають настрої як споживачів, так і

маркетологів в цілому. Але під час вибору шляху залучення споживачів необхідно бути уважним, пройшов той час, коли можливо було витратити величезні бюджети на реалізацію ідей без розуміння того, який результат буде отриманий. Для отримання результату треба вимірювати та прораховувати ефективність своїх дій. У ситуації, що склалася на ринку слід мінімізувати всілякі ризики та піти від усіляких спонтанних рішень.

Список літератури: 1. М. Бейкер «Топ 10 глобальних трендів роздрібною торгівлі». 2. Л. Берд, Р. Вюстенхаген «Green Power Marketing Abroad: Recent Experience and Trends» NREL. 3. Тіварі Р., Бас С. «Мобільна комерція перспективи: стратегічний аналіз можливостей в банківському секторі». 4. Тіварі Р., Бас С., Херстатт «Від електронної комерції до мобільної: нові можливості шляхом конвергенції технологій для бізнес-сервісів». 5. Траутман М., Тімсон «Ефективність оптимізації веб-сайтів для мобільного доступу: перехід від електронної до мобільної комерції». 6. Леппаньємі М. «Мобільні маркетингові комунікації на ринку споживачів». 7. Шарп Б., Дж. Доус «Що таке диференціація і як вона діє».

Надійшла до редколегії 09.04.11

УДК 65.011

Л.В. ЄЛЬНІКОВА, студентка НТУ «ХПІ», Харків,
П.В. БРІНЬ, канд. екон. наук, доцент НТУ «ХПІ», Харків.

МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ РОЗРОБКИ КЛАСИФІКАЦІЇ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ

Акцентована увага на перевагах використання процесного підходу. Приведені поняття бізнес-процесів, їх характеристики та проведено аналіз сучасної літератури та приведених у ній існуючих класифікацій. Розробка нової оригінальної класифікації було проведено згідно складових бізнес-процесів та систематизовано у схему. Класифікації бізнес-процесів є одних із перших етапів при використанні принципів реінжинірингу бізнес-процесів.

Акценти́ровано внимание на преимуществах процессного подхода. Приведены понятия бизнес-процессов, их характеристики и проведено анализ современной литературы и указанных в ней существующих классификаций. Разработка новой оригинальной классификации была проведена согласно составляющих бизнес-процесса и систематизировано в схему. Классификация бизнес-процессов является одним из первых этапов при использовании принципов реинжиниринга.

The attention is on the advantages of the process approach. Given the concept of business processes, their characteristics and analysis of modern literature, classifications exist for now. Development of new, original classification was performed according to the components of a business process and systematized in the scheme. Classification of business processes is one of the first steps in using the principles of reengineering.

Сьогодні однією з тенденцій у сучасному менеджменті є застосування принципів реінжинірингу бізнес-процесів до управління організацією. Такий підхід використовує переваги технологій, але не тільки комп'ютерних, а і технологій управління змінами і людьми, що дає можливість ефективніше керува-

ти підприємством. Для того, щоб почати впроваджувати такий підхід потрібно визначити бізнес-процеси та розробити їх класифікацію. Тематика дослідження є актуальною в сучасних умовах, тому що виділення процесів організації згідно процесного підходу дає більше переваг та перспектив у діяльності підприємства, оскільки дозволяє більш точно визначати проблемні місця та шляхи їх вирішення, забезпечує ефективне впровадження системи менеджменту якості.

Метою статті є аналіз бізнес-процесів, а також розробка оригінальної класифікації бізнес-процесів.

Для проведення класифікації бізнес-процесів необхідно уточнити дане поняття, оскільки існує безліч визначень. Наведемо з нашої точки зору найбільш оптимальне. Бізнес-процес – це стійка, цілеспрямована сукупність взаємопов'язаних видів діяльності, яка за певною технологією перетворює входи на виходи, що являють собою цінність для споживача [1].

Існує декілька класифікації бізнес-процесів, але багато авторів в своїх роботах приводять основну, за якою процеси організації можуть бути розділені за характером діяльності і створюваного продукту на 3 основні категорії [2]:

1. первинні бізнес процеси – це основні процеси, що створюють додану вартість продукту, який виробляє компанія. Це процеси, що створюють продукт, що представляє цінність для кінцевого споживача. Вони пронизують всю організацію;

2. підтримуючі (допоміжні) бізнес процеси – процеси, що забезпечують діяльність основних процесів;

3. розвиваються процеси – процеси, які дозволяють створити ланцюжок цінностей в основному і в допоміжному процесах на новому рівні показників: розробка продукту тощо;

Також до цієї класифікації можна додати ще один пункт:

бізнес процеси управління – процеси, які дозволяють керувати всією діяльністю організації [3].

Це досить проста загальна класифікація, але вона необхідна для початкового розділення бізнес-процесів підприємства на групи.

Для розробки плану щодо оптимізації діяльності підприємстві на основі процесного підходу необхідно виділити процеси, які забезпечують діяльність бізнесу. Для цього необхідно класифікувати бізнес-процеси з урахуванням розділення їх згідно не тільки існуючої загальної класифікації, але також і беручи до уваги особливості функціонування даного підприємства і галузі, в якій воно здійснює свою діяльність.

Для розробки класифікації необхідно уточнити основні складові, які характеризують функціонування бізнес-процесу [3]:

1. господар або власник – особа, яка наділена достатнім обсягом повноважень, має у своєму розпорядженні ресурси і бере на себе відповідальність за виконання процесу в належному порядку та обсязі;
2. ресурси, необхідні для функціонування цього процесу;
3. вхід і вихід, тобто те, що ми споживаємо (завжди має свого постачальника) і отримуємо (об'єкт або послуга, отримані в результаті виконання процесу);
4. система показників – показники, які використовуються для оцінки ефективності процесу;
5. технологія процесу – порядок виконання діяльності з перетворення входів у виходи.

Ми вважаємо, що для більш точної систематизації процесів і поділу їх, необхідно провести більш глибоку деталізацію процесів. Тому нами була розроблена класифікація з позиції основних характеристик процесу, тому що це дасть можливість достовірно виділити і описати процеси:

1. за кількістю повноважень і ресурсів у власника бізнес-процесу:
 - володіє всіма ресурсами і повноваженнями (напр., власник підприємства – директор);
 - частково володіє ресурсами і повноваженнями (начальник підрозділу);
 - не володіє ресурсами взагалі (виконавець, який підкоряється тому, у кого є необхідні йому ресурси).

Недолік ресурсів і повноважень у власника процесу ускладнює його нормальне функціонування і при аналізі може показати його неефективність, що на практиці може бути і не так, тому що причина зовсім в іншому.

2. за результатами виходу:

- за формою виходу – матеріальний / інформаційний;
- за споживачем – проміжний (тобто використовується в подальшому іншим бізнес-процесом) / готовий (тобто виходить готовий продукт, необхідний споживачеві).

3. за потоками, що забезпечує вхід:

- матеріальний
- інформаційний
- людський

4. за ресурсами, що використовуються для виконання процесу:

- матеріальний
- інформаційний
- людський

Межа, що розділяє входи і ресурси, досить умовна. Необхідною умовою для функціонування процесу є точне визначення того, чим володіє господар процесу для нормального функціонування процесу – надходить це ззовні або є у нього в наявності.

Слід зазначити, що поділ входів і ресурсів на матеріальні та інформаційні не припускає під собою тільки матеріальний вхід або ресурс – його все рівно завжди супроводжує інформаційний потік, тобто документування. Але інформаційний потік – це тільки рух інформації, необхідної в подальшому або вже готової для споживача.



Рис. – Класифікація бізнес-процесів

Ми вважаємо, що згідно даної класифікації можна визначити процеси, які нестабільні у своїй діяльності, не досягають поставленого рівня системи показників, використовують ресурси, але не привносять цінності до продукту.

Також така класифікація допоможе виділити значущі процеси, які потрібно видозмінити для досягнення кардинальних і різких поліпшень в актуальних показниках, а також ті процеси, які, можливо, можна урізати. Ми не говоримо скорочувати, а маємо на увазі, що це дає поштовх для того, що почати більш глибокий аналіз.

Таку класифікацію можливо застосовувати при такому підході як реінжиніринг бізнес-процесів як один з перших кроків розробки його плану.

Таким чином, розробка класифікації бізнес-процесів – це перший крок для початку змін в організації. Це дозволяє розглядати діяльність підприємства під іншим кутом, що дає нові можливості для вдосконалення і нові конкурентні переваги на ринку.

Також дана класифікація є одним з етапів такого підходу як реінжиніринг бізнес-процесів, який забезпечує постійне поліпшення діяльності організації та її основних показників на основі процесного підходу.

Список література: 1. ISO 9000:2000 Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. 2. *Андерсен Бьёрн*. Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования/ Пер. с англ. С.В. Ариничева/ Науч. ред. Ю.П. Адлер. – М.: РИА «Стандарты и качество», 2003. – 272 с, илл. – (Серия «Практический менеджмент»). 3. *Елиферов В.Г., Ретин В.В.* Бизнес-процессы: Регламентация и управление: Учебник. – М.:ИНФРА-М, 2005. – 319 с. – (Учебники для программы MBA)

Надійшла до редколегії 20.04.11

УДК 334.02

Е.М. ЗАСЛАВСКАЯ, студентка, НТУ «ХПИ», Харьков,
Е.В. РЕШЕТНЯК, канд. экон. наук, НТУ «ХПИ», Харьков.

ТРУДНОСТИ ПРИ ВНЕДРЕНИИ СИСТЕМЫ СБАЛАНСИРОВАННЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ УКРАИНЫ

В статье рассмотрены ключевые сложности, возникающие при внедрении современного механизма управления бизнесом – Системы сбалансированных показателей. Также проиллюстрирован реальный кейс использования ССП и проанализированы подходы к успешному применению ССП на украинских предприятиях.

У статті розглянуті ключові труднощі, які з'являються при впровадженні сучасного механізму управління бізнесом- Системи збалансованих показників. Також проілюстровано реальний кейс використання ССП та проаналізовано підходи до успішного застосування ССП на українських підприємствах.

The article concerns the key difficulties that appear on the way of implementation of the modern tool for corporate management –Balanced Scorecard. It also provides with the real case study of BSC usage and the analysis of approaches to BSC successful application.

Изменившиеся в течение последнего десятилетия условия ведения бизнеса побуждают украинские компании обращать внимание на международные практики менеджмента и применять их в собственной деятельности. Успех Системы сбалансированных показателей (ССП), которая используется в качестве инструмента управления в 50-75% компаний, входящих в Top-500 Fortune [1], закономерно вызывает интерес менеджеров и собственников продвинутых украинских предприятий.

Большое количество публикаций о ССП, появившееся в последнее время, позволяет украинским менеджерам ближе познакомиться с ее сутью и возможностями. На рынке появляется все больше консалтинговых компаний по разработке и внедрению ССП на конкретном предприятии – заказчике. Количество

украинцев, получающих степень MBA по всему миру или проходящих международные стажировки, растет с каждым годом [2]. Все эти моменты способствуют принятию положительных решений относительно внедрения ССП на предприятии. Однако попытки внедрения данной Системы далеко не всегда однозначно приводят к успеху – данный процесс может сопровождаться рядом сложностей.

Поскольку ССП – это инструмент по реализации стратегии предприятия [3], то первые сложности по внедрению Системы могут возникнуть уже на начальном этапе. Именно стратегия является отправным пунктом для разработки показателей ССП [3,4], и если на предприятии нет четко определенной и принятой всеми миссии и стратегических целей, то попросту отсутствует надежный фундамент для дальнейшего построения Системы. По некоторым оценкам, стратегический план как документ есть только у 10% украинских компаний, и только в 5% компаний этот план читал кто-либо кроме разработчика и непосредственного заказчика [5]. Но даже наиболее продвинутые в отношении целей и стратегии компании столкнулись с неактуальностью целей и особенно стратегий в постоянно меняющихся условиях ведения бизнеса в Украине.

Достаточно показательным является опыт внедрения ССП в одной из крупных фирм по оказанию профессиональных услуг в Восточной Украине, к которому имели отношение и авторы данной статьи. Начальный этап внедрения ССП в данной компании, базирующийся на четкой стратегии, долгосрочных и краткосрочных целях как всей фирмы, так и отдельных департаментов, был вполне успешным. Однако многие из поставленных целей быстро потеряли свою актуальность ввиду изменений во внешней и внутренней среде предприятия. Система, не адаптированная к этим изменениям, осталась функционировать на фирме в некой обрывочной форме. При этом жизнеспособными остались лишь отдельные показатели (в основном, финансовые). Их продолжили использовать на фирме в качестве дополнения к отчетности руководству и для обсуждения на собраниях, однако, не имея связи с новыми стратегическими задачами, не будучи интегрированными во все бизнес- процессы, полноценной “Системой” они быть перестали.

Первым уроком для топ-менеджмента из данного типичного опыта является необходимость четкого понимания того, что ССП должна регулярно пересматриваться по мере внесения изменений в стратегические приоритеты развития. Другим типичным «подводным камнем» в использовании ССП является постепенное угасание энтузиазма и системности со стороны менеджеров различного уровня компании в применении разработанного механизма. Это чаще всего связано с общей незрелостью системы менеджмента в украинских организациях, недостаточной отлаженностью процессов управления, а иногда и дефицитом соответствующих компетенций сотрудников управленческого звена. Действительно, топ-менеджмент выступает инициатором и “вдохновителем” процесса внедрения ССП, а менеджеры среднего и низшего звена исполнителями, ответственными за ее долгосрочное функционирование [6]. Главной задачей каждого уровня менеджмента является “не бросить”, не переключиться на другие задачи, а приложить ежедневные усилия всех сотрудников для становления Системы отлаженным инструментом управления внутри компании. Именно отсутствие дисциплины такого рода зачастую разрушает успех внедрения ССП.

Значимым фактором успеха внедрения ССП является ее «встроенность» в систему управленческого учета. Возвращаясь к опыту компании по оказанию профессиональных услуг, о которой шла речь ранее, отметим, что департамент финансов, ответственный за ведение управленческого учета, постепенно «вытеснил» нефинансовые показатели как «неудобные», тем самым, поспособствовав фиаско Системы. Очевидно, что всякая перестройка системы управленческого учета требует серьезной работы, а сама перспектива изменения тех процедур, которые использовались годами, зачастую вызывает сопротивление со стороны вовлеченных в это сотрудников компании. Для успешных изменений важна «политическая» воля, а также эффективные коммуникации, разъяснение целесообразности осуществляемых мер, их долгосрочного позитивного эффекта для всех работников.

Подчеркнем также, что система управленческого учета на большинстве украинских предприятий выстраивается только на «верхнем» уровне, не позво-

ляя отследить вклад, который привнес в достижение целей определенный департамент или сотрудник. Разработав стратегию, цели и КПЭ для их измерения, предприятия часто остаются на уровне показателей компании, что и произошло на примере служебной фирмы. Сложности на пути успешной декомпозиции ССП в планы конкретных подразделений и сотрудников (рис. 1) могут быть вызваны не только традиционным характером управленческого учета, но и большой дистанцией между руководством и подчиненными, что является особенностью организационной культуры украинских компаний.

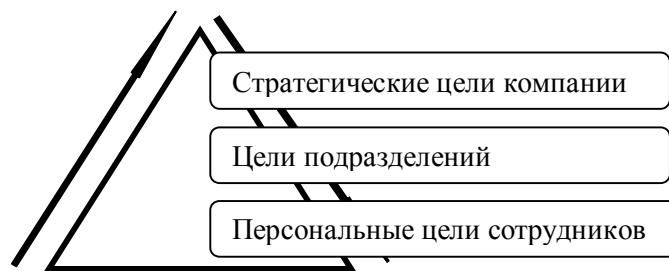


Рис. 1. – Декомпозиция показателей в ССП

Подобную особенность можно проследить, руководствуясь исследованиями Г. Хофстеде по корпоративным культурам в 64 странах по 5 характеристикам, одной из которых является “дистанция власти”. Согласно шкале [7], Украину можно отнести к культуре с достаточно большой дистанцией власти. Подобный факт объясняет один из типичных барьеров к эффективному внедрению ССП в практике украинского бизнеса: необходимая информация может не доходить до отдельных сотрудников, поскольку топ-менеджеры не считают это нужным; а мнение подчиненных не принимается во внимание.

Наконец, даже будучи успешным на всех этапах внедрения ССП: от разработки стратегии и показателей всех уровней до интеграции их в систему управленческого учета, компания может столкнуться со сложностью привязки Системы сбалансированных показателей к другой жизненно важной системе – системе мотивации сотрудников. Неверно найденная «стыковка» ССП с системой поощрения может демотивировать сотрудников [5], сведя на “нет” все усилия, поскольку главным активом организации, создающим результат, являются

люди. Если разработанная система мотивации будет открывать сотрудникам не перспективы развития и материального вознаграждения за достижения, а только угрозу потери имеющихся финансовых возможностей, или если нормативы по показателям будут недостижимыми, то сама суть ССП, как инструмента по реализации стратегии с помощью вклада каждого, попросту потерпит крах.

С нашей точки зрения, рост интереса к Системе сбалансированных показателей, как к инструменту корпоративного управления, в кругах украинских предпринимателей явление позитивное. Несмотря на влияние определенных культурных факторов и исторически сложившихся практик ведения бизнеса в нашей стране, трудности внедрения ССП нельзя отнести “по происхождению” исключительно к украинским. Такие значимые аспекты внедрения, как привязка ССП к системе стратегического планирования всей компании, ее интеграция в управленческий учет и систему мотивации сотрудников, а также построение эффективной системы коммуникаций на фирме являются непростыми для предприятий в любых странах.

Исходя из опыта зарубежных компаний, а также из практики авторов в разработке и внедрении Системы сбалансированных показателей, задачи внедрения ССП не относятся к разряду неразрешимых. К ключевым факторам успеха в обеспечении эффективного функционирования ССП следует отнести: неустанное внимание со стороны руководства; системные повседневные усилия, направленные на регулярный мониторинг результативности деятельности и внесение необходимых корректив в действия; вовлечение сотрудников всех уровней; усилия по поддержанию энтузиазма команды менеджеров. Именно такие подходы успешно реализуются в настоящее время в практике менеджмента анализируемой услуговой компанией, топ-менеджмент которой смог извлечь важные уроки из своего не вполне удачного первого опыта внедрения ССП. Такой по-настоящему эффективный (а не только модный) инструмент управления, каким он стал для этой компании, будет постепенно становиться все более обыденным элементом менеджмента прогрессивных украинских предприятий.

Список литературы: 1. *Торинец К.А., Масюк Л.Н.* Сбалансированная Система Показателей- как метод реализации стратегии --<http://masters.donntu.edu.ua/2007/mech/torinets/library/4.htm> 2. *Жанн Смот-*

рич SWOT-анализ Сбалансированной Системы Показателей.—журнал “Баланс — Современный капитал» № 9/2004 **3.** Нортон Д., Каплан Р. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию. — М: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2003, с. 214. **4.** Голдрат Э.М., Кокс Д. Цель. —Минск: ООО “Попурри”, 2009. — с. 495.**5.** Гершун А. Интеграция ССП и других систем управления компанией -- <http://www.logolex.com.ua/articles/10/760/> **6.** Майстер Д. Управление фирмой, оказывающей профессиональные услуги.— М, Издательство “Манн, Иванов и Фербер”, 2010.— с. 368. **7.** Хофстеде Г. Типология корпоративных культур — <http://corpculture.ru/content/tipologiya-korporativnykh-kultur-g-khofstede>.

Надійшла до редколегії 10.04.11

УДК 658.012.7

М.А. ІМЕННИК, аспірантка, НТУ «ХП», Харків

ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ ФІНАНСОВОГО КОНТРОЛІНГУ НА ДЕРЖАВНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Апробовані нові інструменти фінансового контролінгу з метою можливості їх використання для підвищення ефективності управління підприємством.

Апробированы новые инструменты контроллинга с целью возможности их использования для повышения эффективности управления предприятием.

New tools of financial controlling for the purpose of possibility of their application for increase of management efficiency by the enterprise are approved

Актуальність дослідження. Істотним фактором, який зумовлює сьогодні прийняття неправильних управлінських рішень, є відсутність ефективної системи контролінгу. Фактично його зведено до системи державного моніторингу, де є інформація, але відсутній зворотний зв'язок між контролером і системою управління фінансами. Результати ж моніторингу використовуються, скоріше за все, для впливу на керівника підприємства, а не для застосування у фінансовому менеджменті.

Питання, пов'язані з еволюцією та впровадженням контролінгу на підприємствах, розглядаються в наукових виданнях А Дайле, Е. Майєра, Д. Хана, О.О. Ананькіна, Ю.П. Аніскіна, Н.Г. Данілочкіної, В.Б. Івашкевича, А.М. Кармінського, В.А. Міщенко, С.Г. Фалько, Л.С. Мартюшевої, С.Н. Петренко, М.С. Пушкаря, О.О. Терещенко, М.Г. Чумаченко. На думку цих авторів, в умовах конкуренції неможливо обійтися без контролінгової технології. Доповнимо, що в фінансовому контролінгу практично не розглянуті індикатори продуктивності праці, як його складової.

Мета дослідження — здійснити апробацію запропонованих сучасних інструментів фінансового контролінгу з урахуванням показників продуктивності факторів.

Викладення основного матеріалу. Контролінг в класичному визначенні сприяє досягненню головної вартісної мети – оптимізації фінансового результату через максимізацію прибутку і цінності капіталу за гарантованої ліквідності. При цьому ніде не віддзеркалюється зв'язок між фінансовим результатом і продуктивністю виробничих факторів.

Управління продуктивністю — процес, що припускає стратегічне і оперативне планування і постійний контроль за ефективним упровадженням систем підвищення продуктивності. Цей процес, на думку автора, включає наступні елементи:

- 1) вимірювання і оцінка продуктивності факторів виробництва;
- 2) планування контролю і підвищення продуктивності на основі інформації, отриманої в процесі вимірювання і оцінки;
- 3) здійснення контролінгових заходів щодо підвищення продуктивності факторів;
- 4) вимірювання і оцінка результативності цих заходів.

Враховуючи авторські концептуальні положення контролінгу, які опубліковані в окремих статтях, розроблено та обґрунтовано нові інструменти фінансового контролінгу: методичний підхід до ковзної середньої при обчисленні квартальних показників, що використовуються в системі фінансового контролінгу; методику контролю частки витрат на оплату праці у первинних доходах підприємства; методику розрахунку економічної доданої вартості у формі економічного прибутку та порівняння темпів зростання цього показника з темпами зростання оплати праці; методику обчислення на підприємстві багатфакторної продуктивності за методологією KLEMS. Апробація цих інструментів на базі інформації конкретного підприємства дозволила виявити певні взаємозв'язки і тенденції в зміні окремих показників діяльності цього підприємства.

Аналіз щоквартальних фінансових показників роботи ВАТ «Турбоатом» показав, що в умовах ринкової економіки спостерігається підвищена варіація динамічних рядів цих показників відносно їх трендів, що виявляються методом регресійного аналізу (методом найменших квадратів).

Так, на рис. 1. та 2. наведені статистичні дані відповідно про рентабельність активів ВАТ «Турбоатом» у 2007-2010 рр. та структуру первинних доходів товариства у 2006-2010 рр. З цих рисунків видно, що у 4 кв. 2008 року відбулось стрибкоподібне зростання показників, яке було зумовлено отриманням у цьому кварталі чистого прибутку у розмірі 110,2 млн. грн. проти 1,2 млн. грн. у 2 кв. та 6,4 млн. грн. у 3 кв. 2008 року.

Згладжування динамічних рядів виконується *методом ковзної середньої* по формулі:

$$Y_t^* = (Y_t + Y_{t-1} + Y_{t-2} + Y_{t-3}) / 4, \quad (1)$$

де Y_t^* – згладжена величина показника у кварталі t ;

Y_{t-n} – фактична величина показника у кварталі $(t - n)$.

Для прикладу, на рис. 3. представлено порівняння динамічних рядів частки оплати праці у приватних первинних доходах ВАТ «Турбоатом» у 2006-2010 рр., розрахованої різними методами.

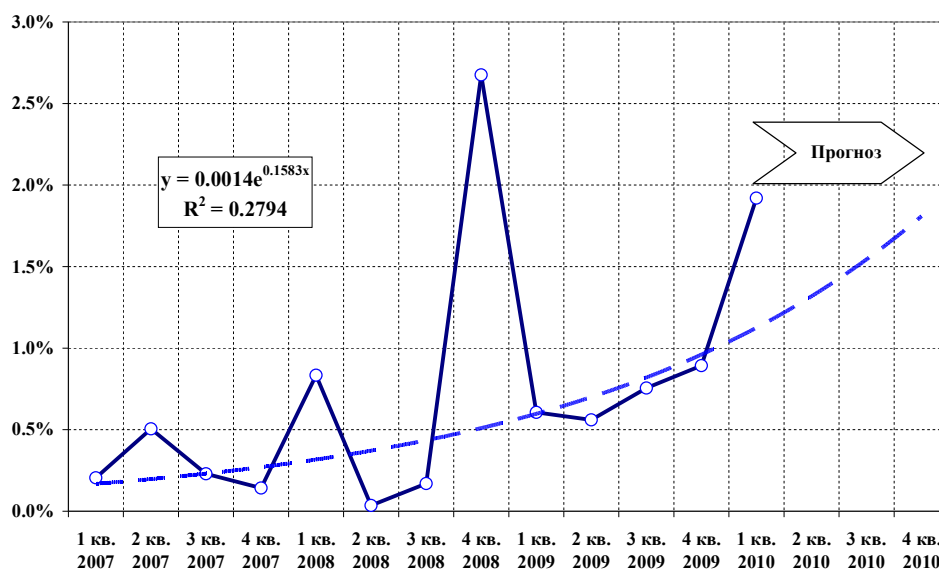


Рис. 1. – Рентабельність активів ВАТ «Турбоатом» у 2007-2010 рр.

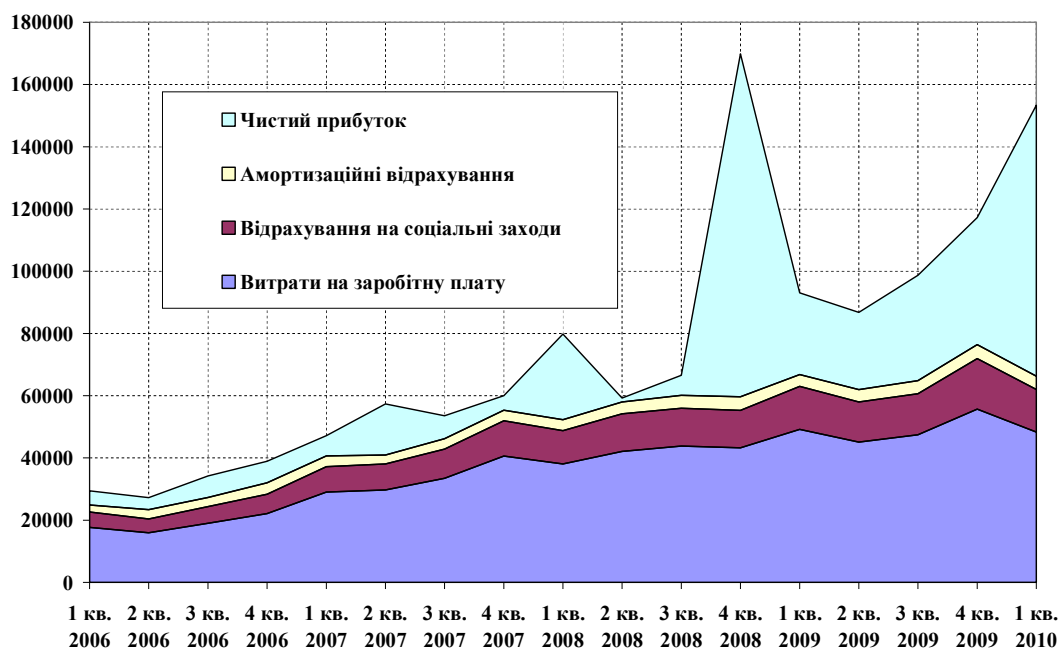


Рис. 2. – Структура приватних первинних доходів ВАТ «Турбоатом» у 2006-2010 рр., тис. грн.

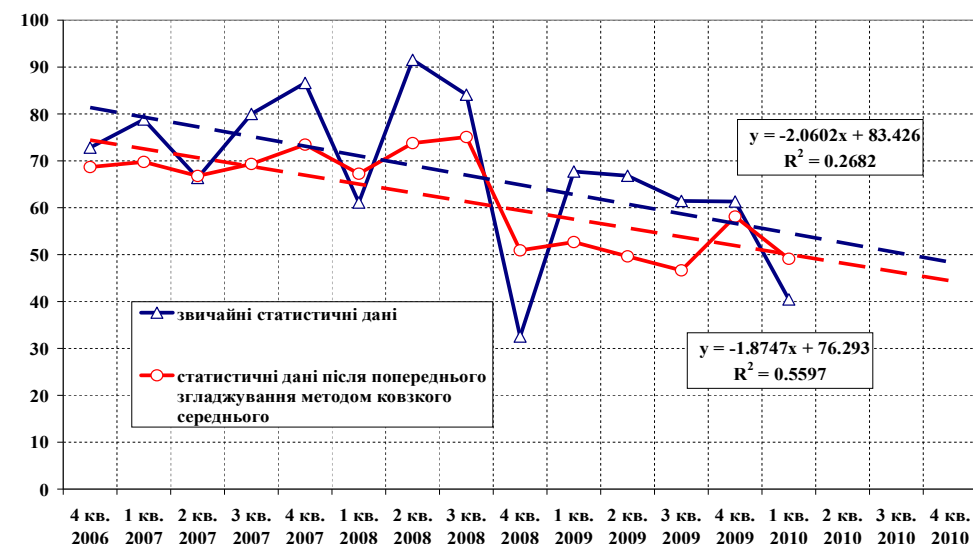


Рис. 3.– Частка оплати праці у приватних первинних доходах ВАТ «Турбоатом» у 2006-2010 рр., розрахована автором різними методами, %

Як видно з рис. 3., застосування у кореляційному аналізі статистичних даних, які попередньо згладжені методом ковзкого середнього, суттєво підвищує коефіцієнт детермінації R^2 , який у випадку, що аналізується, зріс з 0,2682 до 0,5597. Показнику тісноти зв'язку R^2 можна надати якісну оцінку, використовуючи шкалу Роберта Чеддока [1]:

Кількісна міра тісноти зв'язку R^2	Якісна характеристика сили зв'язку
0,1 – 0,3	Слабка
0,3 – 0,5	Помірна
0,5 – 0,7	Помітна
0,7 – 0,9	Висока
0,9 – 0,99	Дуже висока

За шкалою Чеддока внаслідок переходу до ковзкого середнього сила кореляційного зв'язку між часткою оплати праці у приватних первинних доходах і змінною часу (див. рис.3.) зростає від слабкої до помітної.

На підставі рис. 3. можна зробити висновок, що частка оплати праці у приватних первинних доходах ВАТ «Турбоатом» у 1 кв. 2007 р. – 3.кв. 2008 року збільшилась приблизно з 70 до 75%, а в 4 кв. 2008 р. – 1. кв. 2010 р. – зменшилась приблизно до 50%. Якщо врахувати, що рівень заробітної плати в товаристві останнім часом зростає з випереджаючим темпом по відношенню до аналогічних загальнонаціональних та регіональних показників, то можна зробити висновок про те, що світова фінансова криза не вплинула негативно на ефективність роботи ВАТ «Турбоатом».

Для підтвердження цієї думки на рис. 4. представлена динаміка *ковзної середньої* фондівдачі (відношення приватного первинного доходу до вартості основних засобів) ВАТ «Турбоатом» у 2006-2010 рр.

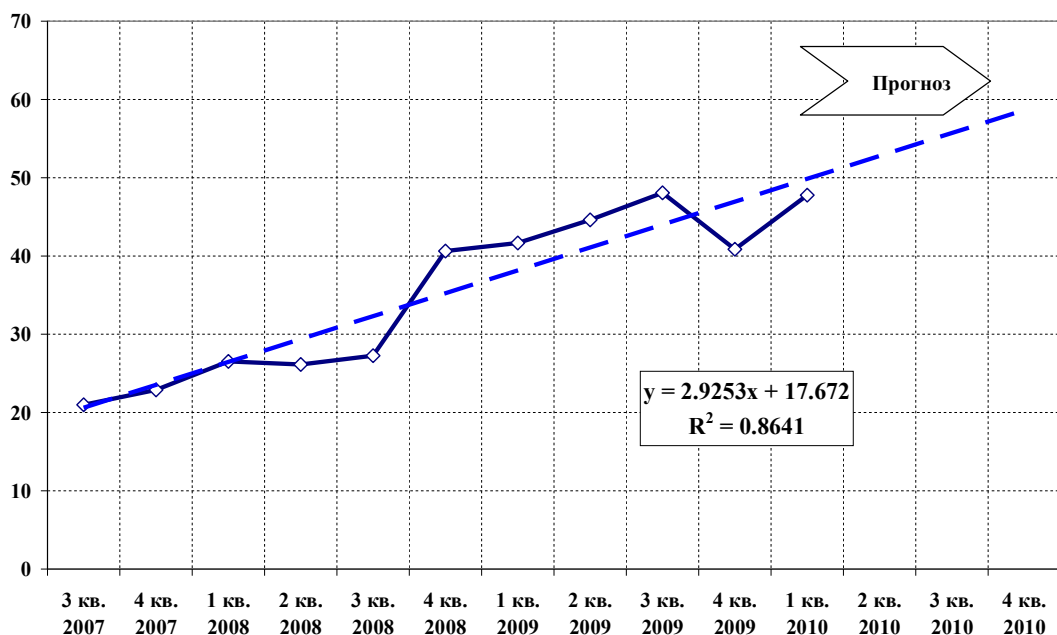


Рис. 4. – Фондовіддача (відношення приватного первинного доходу до вартості основних засобів) ВАТ «Турбоатом» у 2006-2010 рр., %

З рис. 4. видно, що, незважаючи на кризові явища другої половини 2008 р. та в цілому 2009 року, рівень фондівіддачі по приватному первинному доходу зріс з 27,3% у 3 кв. 2008 р. до 47,8% у 1 кв. 2010 р. У свою чергу, отримані фінансові ресурси були використані переважно для оновлення основних засобів, що привело до певного перелому негативної тенденції коефіцієнта зносу основних засобів ВАТ «Турбоатом» у 2006-2010 рр. (рис. 5.)

Сутність методики контролінгу частки витрат на оплату праці у первинних доходах підприємства частково висвітлена на рис. 3. Проте головним наслідком застосування цієї методики мало б стати створення зворотного зв'язку між результатом контролінгу та реальним рівнем витрат на оплату праці. Такий зворотний зв'язок створюється, наприклад, системою стимулювання праці, яка одержала у США назву «система Раккера». Вона ґрунтується на розрахунку доданої вартості, точніше її середньої за попередні 3-7 років, і подальшому обчисленні «норми Раккера», тобто частки доданої вартості, яка виплачується працівникам у вигляді заробітної платні. Фактично «норма Раккера» є показником заробітної платні на кожний долар доданої вартості.

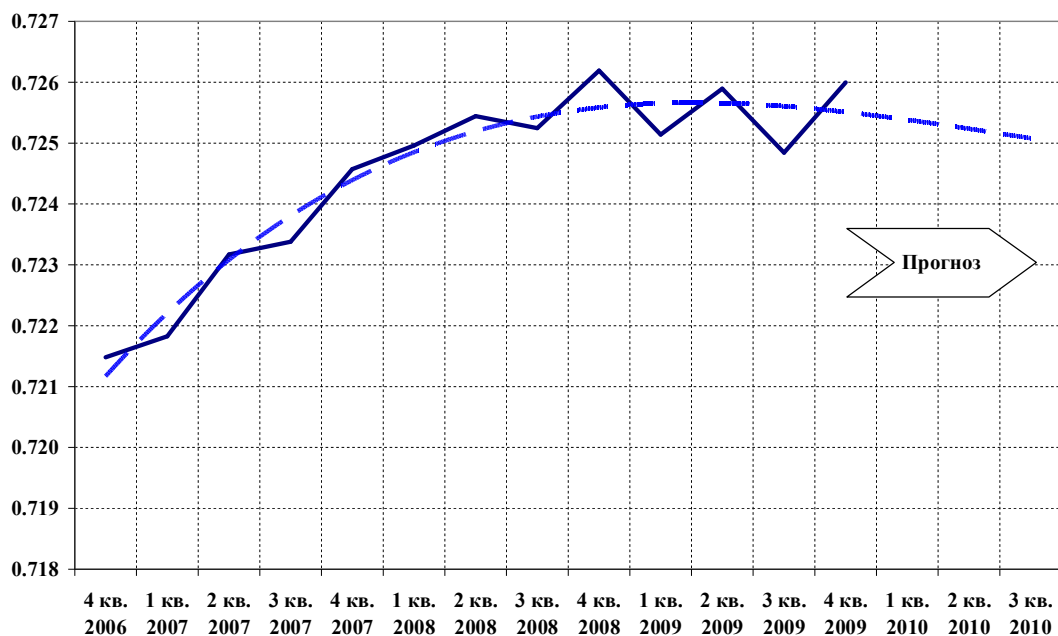


Рис. 5. – Коефіцієнт зносу основних засобів ВАТ «Турбоатом» у 2006-2010 рр.

Перший крок в ході впровадження системи Раккера полягає в економічному аналізі, необхідному для визначення індексу доданої вартості фірми. До-

дана вартість – це різниця між ринковою вартістю виробленої продукції і вартістю сировини, матеріалів і послуг, спожитих при її виробництві. Система Раккера застосовується на підприємствах капіталомістких галузей, оскільки крім економії витрат на заробітну платню зростання доданої вартості може бути забезпечено за рахунок економії різних видів витрат минулої праці, матеріально-технічних ресурсів, запасів і т.п.

На жаль, на ВАТ «Турбоатом» застосовуються системи оплати праці, які мало чим відрізняються від систем радянських часів і лише з тією відмінністю, що частка з тарифної заробітної плати у її загальному обсязі складає близько 50%. Фактично це означає, що стимулювання праці та визначення рівня оплати праці здійснюється у ручному режимі, у чому, зрозуміло, може бути зацікавлене тільки керівництво підприємства.

Між тим, системи оплати праці, подібні системі Раккера, мають ту перевагу, що рівень оплати праці при їх застосуванні залежить лише від рівня продуктивності й ефективності роботи працівників підприємства, а не від суб'єктивних намірів керівництва підприємства. А це означає, що самі працівники отримують зацікавленість у тому, щоб виконати той же самий обсяг робіт з меншими витратами праці. Адже фонд оплати праці залежить лише від обсягу доданої вартості, а середня заробітна плата тим більша, чим менше працівників виконало даний обсяг доданої вартості.

Проте і система Раккера має недолік. Вона не враховує необхідність виділяти з доданої вартості частки, потрібної для здійснення розширеного відтворення виробничого потенціалу підприємства. Тому автор дійшов висновку, що перед обчисленням обсягу фонду оплати праці величину доданої вартості підприємства потрібно зменшувати на суму коштів, необхідних для розширеного відтворення основних засобів та оборотних активів підприємства. Для обґрунтування цієї пропозиції скористаємося результатами роботи [2], у якій показано, що на підприємстві або в окремому секторі виробництва (галузі) максимально можливий (граничний) індекс зростання оплати праці в поточному році у (I_{Vt}^{max}) визначається по формулі:

$$I_{V_t}^{max} = \frac{Y_t - K_t^*(a_{t-1} + r_{t-1})}{V_{t-1}(L_t / L_{t-1})}, \quad (2)$$

де Y_t – валова додана вартість, вироблена підприємством у році t ;

K_t^* – середньорічний обсяг основних засобів підприємства, що застосовувався підприємством у році t ;

a_{t-1}, r_{t-1} – відповідно норма амортизації і норма прибутку (після сплати податків) на одиницю основних засобів у попередньому $t - 1$ році;

V_{t-1} – витрати підприємства на оплату праці в $t - 1$ році;

L_t, L_{t-1} – чисельність працівників підприємства в еквіваленті повної зайнятості відповідно в поточному і передуючому році.

Величина індексу ($I_{V_t}^{max}$) характеризує не тільки граничне зростання оплати праці, при якому на підприємстві у поточному році досягалась би базисна норма підприємницького прибутку, що дорівнює сумі нормативів ($a_{t-1} + r_{t-1}$). Одночасно індекс характеризує рівень зростання ефективності праці підприємства, оскільки $I_{V_t}^{max} > 1$ завжди виконується умова $(a_t + r_t) > (a_{t-1} + r_{t-1})$. Ця умова означає, що під зростанням ефективності роботи підприємства слід розуміти підвищення валової рентабельності основних засобів виробництва – суми норми амортизації і норми чистого прибутку. Саме ця сума характеризує темп приросту власних фінансових ресурсів для здійснення простого і розширеного відтворення основних засобів виробництва підприємства.

При $I_{V_t}^{max} < 1$ виявляється, що $(a_t + r_t) < (a_{t-1} + r_{t-1})$, тобто виникає погіршення вигідності застосування основного капіталу (основних засобів).

Для контролінгу коштів підприємства, що витрачаються на оплату праці, достатньо відстежувати динаміку частки витрат на оплату праці у скоригованій валовій доданій вартості, зменшеній на величину нормативного прибутку KE , де $E = (a_t + r_t)$. Щоб розрахувати скориговану величину валової доданої вартості, необхідно взяти суму витрат на оплату праці, амортизації і прибутку до уплати податку на прибуток. Величина нормативного прибутку KE розраховується на підставі попереднього визначення середньої за період величини основ-

ного капіталу (K) та квартального нормативу валової прибутковості (E).

Квартальний норматив валової прибутковості $E = (a + r)$ було прийнято на рівні 2%, для чого досліджувалась динаміка цього показника по кварталах у вигляді відношення суми амортизації і прибутку до сплати податку до середньої за період величини основного капіталу. Зокрема, у 3.кв. 2007 р. – 1. кв. 2010 р. середня величина відношення валового прибутку до первісної вартості основних засобів та нематеріальних активів становила 4,9% за квартал. Цей показник збільшився з приблизно 2% у 3. кв. 2007 року до 7,9% у 1 кв. 2010 р. Для державних підприємств цей норматив має характеризувати мінімальний рівень валової прибутковості, який повинен забезпечувати просте та розширене відтворення основного капіталу підприємства хоча б на мінімальному рівні. Результати відповідних розрахунків методом ковзної середньої наведені на рис. 6.

З рис. 6. видно, що частка оплати праці у скоригованій валовій доданій вартості протягом 3 кв. 2007 р. – 3 кв. 2008 р. практично наближалась до 100%, що свідчить про недостатню ефективність роботи ВАТ «Турбоатом» у цьому періоді, особливо якщо врахувати, що дивіденди (дохід), нараховані на акції (частки, паї) господарських товариств, у статутних капіталах яких є державна власність, спрямовуються до доходів загального фонду Державного бюджету України, у тому числі на 2010 рік [1].

Внаслідок фінансової кризи, яка сприятливо вплинула на фінансовий стан ВАТ «Турбоатом» (підвищились світові ціни на продукцію товариства, знизились ціни на металопрокат, тощо), у 4 кв. 2008 р. – 1 кв. 2010 р. частка оплати праці у скоригованій валовій доданій вартості практично стабілізувалась на рівні 52,8% (середній рівень за період). Це означає, що на ВАТ «Турбоатом» з'явилися додаткові фінансові ресурси, які можна використати для більш інтенсивного оновлення основних засобів та зміцнення конкурентоздатності продукції підприємства на світових ринках.

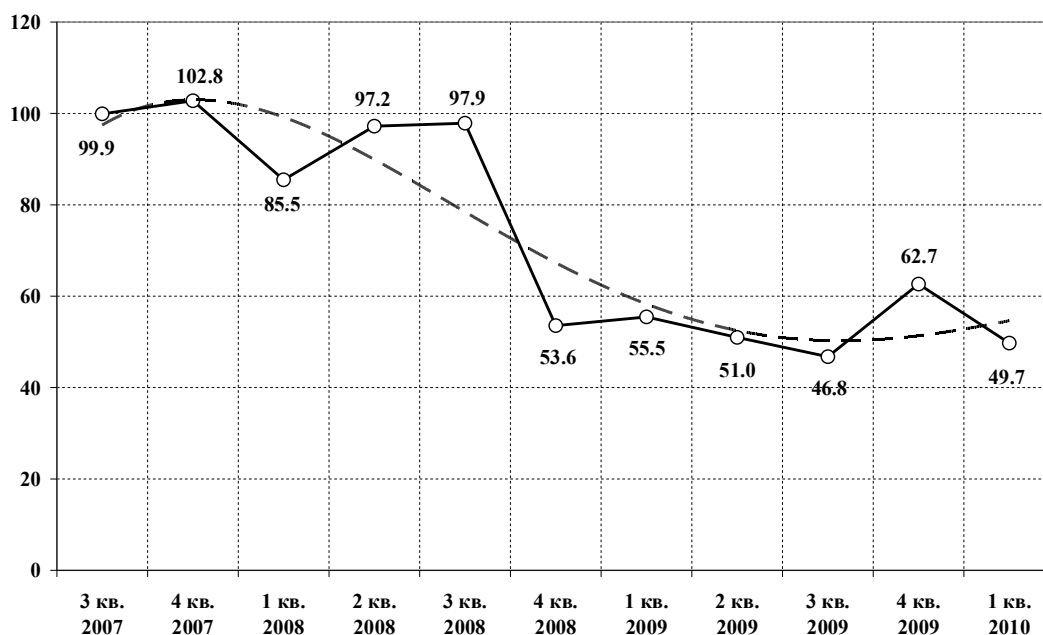


Рис. 6. – Динаміка частки оплати праці у скоригованій валовій доданій вартості (при кварталному нормативі валової прибутковості 2%) на ВАТ «Турбоатом» у 3. кв. 2007 р.–1 кв. 2010 р.

Власне, у цьому і полягає сутність методики розрахунку *економічної доданої вартості* у формі економічного прибутку $EP = BDB - KE$, де BDB – валова додана вартість, та порівняння темпів зростання цього показника з темпами зростання оплати праці. Адже зрозуміло, що при більш низьких темпах зростання оплати праці *частка* оплати праці у скоригованій валовій доданій вартості *знижується*, проте зростання ефективності роботи підприємства (збільшення абсолютної величини BDB) дозволяє забезпечувати зростання реальної середньомісячної зарплати на підприємстві високими темпами.

Сутність *методики обчислення на підприємстві багатофакторної продуктивності за методологією KLEMS* доцільно пояснити з використанням табличного матеріалу.

Так, у табл.1. наведені основні операційні витрати ВАТ «Турбоатом» у поточних цінах у 4 кв. 2006 р.– 1 кв. 2010 р. У табл. 2. представлена структура основних операційних витрат ВАТ «Турбоатом» у поточних цінах у 4 кв. 2006 р.– 1 кв. 2010 р., а у табл. 3. – основні операційні витрати ВАТ «Турбоатом» у цінах попереднього року у 4 кв. 2006 р.– 1 кв. 2010 р. Нарешті, у табл. 4.

наведені результати розрахунку річного приросту факторів та випуску продукції у ВАТ «Турбоатом» у 1 кв. 2007 р.– 1 кв. 2010 року, а також величина мультифакторної продуктивності, яка обчислена за відповідною формулою. Показники приросту випуску продукції за рахунок зростання мультифакторної продуктивності та загального приросту випуску продукції у цінах попереднього року у ВАТ «Турбоатом» у 1 кв. 2007 р.– 1 кв. 2010 р. наведені на рис. 7.

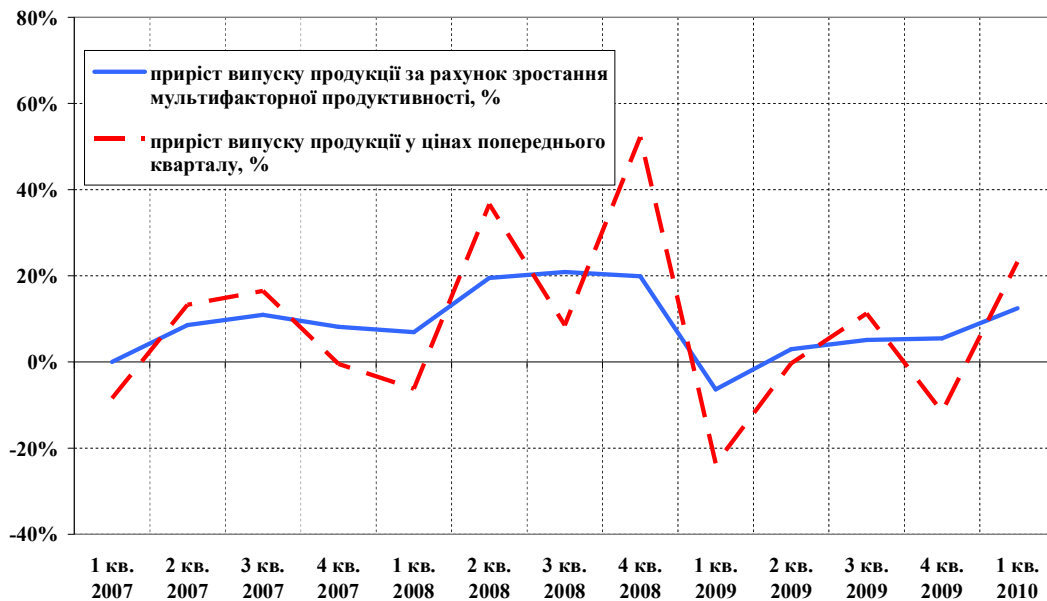


Рис. 7. Приріст випуску продукції за рахунок зростання мультифакторної продуктивності та загального випуску продукції у цінах попереднього року у ВАТ «Турбоатом» у 1 кв. 2007 р.– 1 кв. 2010 р.

З рис. 7. видно, що динаміка приросту випуску продукції за рахунок зростання мультифакторної продуктивності також розділилась на два періоди. У докризовому періоді (1 кв. 2007 р.– 4 кв. 2008 р.) спостерігався зростаючий тренд цього показника, а після 4 кв. 2008 р. – різкий спад з наступним поступовим відновленням втрачених внаслідок кризи позицій.

Таблиця 3. Основні операційні витрати ВАТ «Турбоатом» у цінах попереднього року у 4 кв. 2006 р. – 1 кв. 2010 р., тис. грн.

	4 кв. 2006 р.	1 кв. 2007 р.	2 кв. 2007 р.	3 кв. 2007 р.	4 кв. 2007 р.	1 кв. 2008 р.	2 кв. 2008 р.	3 кв. 2008 р.	4 кв. 2008 р.	1 кв. 2009 р.	2 кв. 2009 р.	3 кв. 2009 р.	4 кв. 2009 р.	1 кв. 2010 р.
K	3635.5	3345	2785	3171	3145	3227	3419	3817	4297	3791	3973	4113	4305	4085
L	22134.3	25155	25778	29013	35213	30255	33459	34859	34394	42302	38794	40815	47898	44136
M	37344.6	31238	39557	45555	35256	39571	47604	61553	106893	73036	78538	90310	64465	99664
S	7279.9	4716	4889	7301	11047	6340	23988	17455	33520	17598	14974	16388	17455	17384
W	70394.3	64454	73009	85040	84660	79393	108469	117684	179104	136728	136279	151626	134124	165270

Таблиця 4. Річний приріст факторів і випуску продукції, а також результат розрахунку мультифакторної продуктивності у ВАТ «Турбоатом» у 1 кв. 2007 р. – 1 кв. 2010 р., %

	1 кв. 2007 р.	2 кв. 2007 р.	3 кв. 2007 р.	4 кв. 2007 р.	1 кв. 2008 р.	2 кв. 2008 р.	3 кв. 2008 р.	4 кв. 2008 р.	1 кв. 2009 р.	2 кв. 2009 р.	3 кв. 2009 р.	4 кв. 2009 р.	1 кв. 2010 р.
K	-0.080	-0.203	0.095	-0.065	-0.046	-0.022	0.006	0.034	-0.138	0.046	0.032	0.030	-0.095
L	0.136	-0.112	-0.024	0.052	-0.255	-0.121	-0.172	-0.215	-0.022	-0.211	-0.095	0.010	-0.207
M	-0.164	0.222	0.061	-0.270	0.098	0.072	-0.017	0.552	-0.126	0.125	0.148	-0.311	0.405
S	-0.352	0.007	0.453	0.473	-0.443	2.597	-0.323	0.810	-0.484	-0.175	0.087	0.061	-0.040
Випуск	-0.084	0.133	0.165	-0.004	-0.062	0.366	0.085	0.522	-0.237	-0.003	0.113	-0.115	0.232
Мультифакторна продуктивність	0.000	0.086	0.109	0.081	0.069	0.195	0.209	0.199	-0.064	0.030	0.051	0.055	0.125

Дуже цікавою виявляється динаміка показників окремих видів продуктивності факторів у ВАТ «Турбоатом» у 4 кв. 2006 р.– 1 кв. 2010 р. (рис.8.). З усіх видів продуктивності найбільше зростання в указаному періоді демонструє продуктивність капіталу. У порівнянні з 4 кв. 2006 р. (базовий період) цей показник зріс майже у 2,1 рази. На другому місці – продуктивність праці (приріст на 17,8% відповідно).

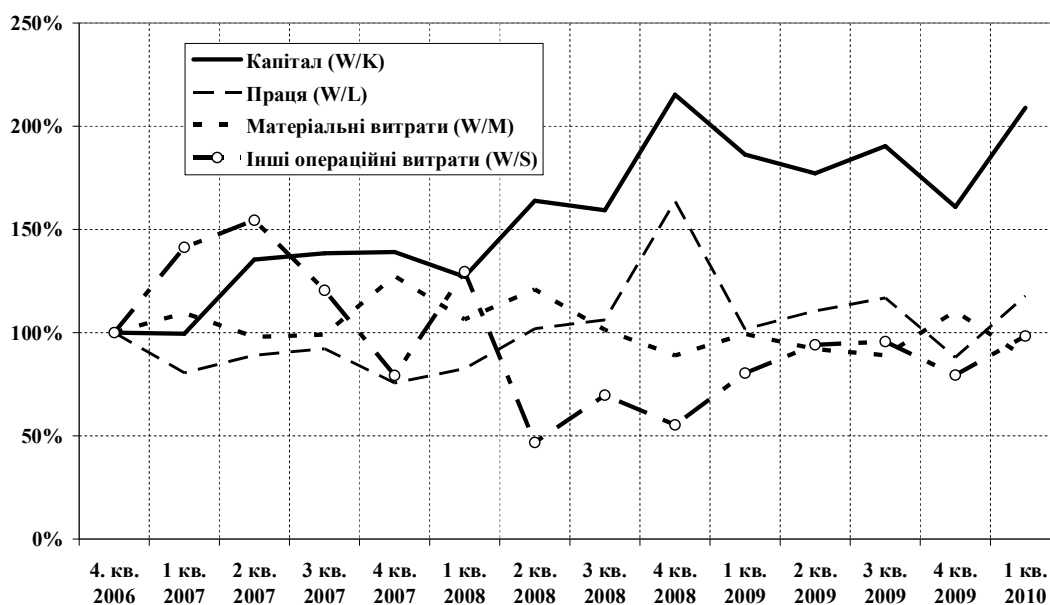


Рис. 8. – Динаміка показників окремих видів продуктивності факторів у ВАТ «Турбоатом» у 4 кв. 2006 р.– 1 кв. 2010 р.

З рис.8. також видно, що продуктивність інших видів операційних витрат знизилась за указаний період (на 12,0%), а продуктивність матеріальних витрат практично не змінилась.

Зрозуміло, що поліпшити виконані розрахунки можливо, якщо у складі операційних витрат виділяти витрати енергії, а також при управлінському обліку оцінювати витрати факторів виробництва не тільки у поточних, але й у незмінних (постійних) цінах.

Висновки.

1. Апробація запропонованих інструментів фінансового контролінгу на реальних статистичних даних ВАТ «Турбоатом» у 2006-2010 рр. (за квартала-

ми) продемонструвала доцільність їх використання і високу результативність на практиці.

2. Для вирішення подальших задач менеджменту за допомогою фінансового контролінгу необхідна постійна наукова робота по розробці і вдосконаленню теоретичного інструментарію, методів створення на підприємстві відповідних служб підтримки управлінської діяльності в області фінансів, які б володіли знаннями, кваліфікацією і повноваженнями, здатними визначати потенційні можливості і обмеження цих інструментів.

Список літератури. 1. Хан, Д. Планирование и контроль: концепция контроллинга [Текст] / Д. Хан / Пер. с нем. / Под ред. А.А. Туркача, Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 739 с. 2. Хорнгрен Ч., Фостер Дж., Датар Ш. Управленческий учет : Пер. с англ. – 10-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 1008 с.

Надійшла до редколегії 22.04.11

УДК 330.341.1

І.А. КАБАНЕЦЬ, ст. викладач, НТУ «ХПІ», Харків

РОЗРОБКА ЗАГАЛЬНОЇ КОНЦЕПЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСОМ РЕАЛІЗАЦІЇ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ

Проведено аналіз концепції і стратегії управління процесом реалізації інноваційних проектів на основі принципу еквіфінальності.

Проведен анализ концепции и стратегии управления процессом реализации инновационных проектов на основе принципа эквивифинальности.

The analysis is made of the concept and strategy of management of the process of realization of innovative projects based on the principles of equifinality.

Вступ. Відштовхуючись від визначення терміну «концепція» як «провідний задум, який визначає стратегію дій при реалізації програм і планів інноваційного розвитку підприємства», виникає проблема вибору основних принципів, які могли б лягти в основу загальної концепції керування всією сукупністю процесів, що визначають інноваційні перетворення.

Загальні концептуальні підходи до управління процесом виробництва досліджуються в роботах наступних авторів: Л. Водачек, П.Г. Перерва, А.А. Трифилова, В.С. Пономаренко, А.І.Яковлєв та інші, але при цьому залишаються поки що не вирішеними питання управління процесом виробництва при паралельному впровадженні інноваційних проектів.

Формулювання мети статті та завдань. Метою статті є обґрунтування використання принципу еквіфінальності, відомого в спеціальній літературі як закон необхідної різноманітності, у розробці загальної концепції й стратегії управління процесом реалізації інноваційних проектів

Виклад основного матеріалу. У загальному контексті представляється логічним необхідність застосування різних стратегій для вирішення конкретних завдань, пов'язаних з реалізацією інноваційних проектів на підприємстві в заданий термін. Це впливає із самого змісту й сутності еквіфінального управління, що допускає можливість і необхідність використання різних стратегій, форм і методів впливу на хід інноваційних перетворень, що забезпечують рішення поставлених завдань, на основі осмислення інформації, що надходить в систему управління, яка у свою чергу визначається факторами, що створюють істотні передумови для зміни стану ситуації з реалізацією інновацій у одну чи іншу сторону.

Умовно ці фактори можна розділити на кілька підгруп:

Ф1 – передбачувані, але, що не піддаються точній попередній оцінці, наприклад, можливі помилки в проекті, підвищення кваліфікації виконавців у міру освоєння інноваційних проектів і так далі;

Ф2 – заздалегідь враховані (технічні можливості наявного встаткування, чисельність й кваліфікації виконавців, договірні строки реалізації проектів і так далі);

Ф3 – непередбачені.

Якщо позначити через $Y \equiv \{y_1, y_2, y_3, \dots, y_z\}$ багато параметрів, що характеризують алгоритм управління підприємством у процесі інноваційних перетворень, то загальна початкова невизначеність, обумовлена впливом цих факторів, від якої безпосередньо залежить ефективність управління, буде визначатися ентропією:

$$H(Y, t_0) = H(\Phi_1) + H(\Phi_3), \quad (1)$$

де: $H(Y, t_0)$ – ентропія, що характеризує невизначеність виробничої ситуації в момент t_0 , де t_0 - початковий момент інноваційних перетворень;

$H(\Phi_1)$, $H(\Phi_3)$ - ентропія, обумовлена впливом факторів підгрупи І і підгрупи 3.

Ентропія в управлінні процесом реалізації інноваційних проектів, обумовлена впливом непередбачених заздалегідь факторів, змінюється тільки в певні моменти часу, тобто коли в результаті контролю виробничої ситуації зафіксовані ознаки цих факторів та на основі екстраполяційної оцінки (прогнозу) їх наступного впливу на результати роботи вжиті відповідні заходи по оперативному регулюванню подальшого ходу інноваційного процесу. У цьому випадку на основі переробки інформації, що потрапила в керуючий орган виробляється не тільки конкретний вплив, що регулює хід робіт, але й формуються дані, необхідні для наступного узагальнення та спільної раціоналізації процесу управління інноваційним розвитком підприємства паралельно з основною діяльністю.

Слід зазначити, що при реалізації інноваційних проектів число цих факторів досить велике й ступінь впливу їх, у загальному випадку, носить випадковий характер. Залежно від особливостей виробничо – технологічного варіанту реалізації проектів ці випадкові впливи можуть мати або деяку, але цілком певну тенденцію, або ж носити чисто випадковий або рівноімовірний характер.

Результати їх впливу на інноваційний процес і в тому, і в іншому випадку підпорядковуються закону великих чисел, тобто ймовірність різких змін параметрів, що характеризують стан інноваційного процесу, враховуючи значні зусилля підприємства по попередній підготовці виробництва до реалізації інноваційних проектів, зневажливо мала, що дає підставу для певного оптимізму в частині можливості одержання відповідно до принципу еквіфінальності досить ефективних екстраполяційних (прогнозних) оцінок наступного розвитку ситуації з урахуванням впливу цих факторів.

Аналіз впливу різних факторів на комплекс взаємозв'язків, що визначають синтез ефективного управління разом з процесом реалізації інноваційних проектів, не знайшов ще достатнього висвітлення в науково-технічній літературі й тому більш-менш детальне дослідження цього питання може мати істотне значення при розгляданні ключових завдань цієї проблеми.

Основні труднощі тут полягають у відсутності ефектних методів визначення того, як і яким чином фактори інноваційного процесу впливають на параметри, що цікавлять дослідника, тому що більша частина факторів взагалі не піддається екстраполяційній кількісній оцінці й тому окремі рекомендації з управління інноваційними перетвореннями в цих умовах ґрунтуються головним чином на суб'єктивних судженнях керівників, що ухвалюють відповідні рішення.

Проте, з точки зору розглядаємої проблеми, маючи на увазі вибір стратегії для прийняття рішень у процесі інноваційних перетворень на підприємстві, найбільше значення мають фактори, тобто фактори, що впливають на ефективність управління. Серед найбільш важливих з них слід виділити, насамперед, такий фактор, як інтереси окремих інвесторів, які далеко не завжди можуть збігатися із загальними інноваційними цілями й інтересами підприємства, створюючи проблему багатопараметричного вибору.

Розглянемо цю проблему на прикладі вибору можливих стратегій двома сторонами інвестором та топ-менеджментом підприємства.

Спочатку кожна зі сторін структурує ці стратегії згідно зі своїми інтересами, поєднуючи їх по групах. Кожна група, число елементів якої за домовленістю кожний учасник вибирає однаковим, відповідає одній стратегії. Нехай в інвестора таких стратегій n , тобто $i=1,2,\dots,n$, а в топ-менеджмента m , тобто, $j=1,2,\dots,m$. Тоді можна сформувати матрицю $\{a_{ij}\}$ з n рядками й m стовпцями.

Вибір стратегії двома даними учасниками відповідає умовам гри з нульовою сумою. Підприємство бажає одержати побільше, а інвестор намагається обмежити сумарний обсяг інвестицій. Очевидно, що інвестор повинен дотримуватися стратегії вибору, при якій для кожної групи елементів (для кожного рядка) з номером i та з різними значеннями номера стовпця j треба знайти елемент із мінімальним значенням. Потім, перебираючи номери рядків i знайти максимальний з обраних раніше елементів, тобто

$$S_+ = \max_i (\min_j a_{ij}) \quad (2)$$

Алгоритм оптимального вибору стратегії для другого учасника – топ-менеджмента підприємства, подібний – спочатку шукається максимальний ви-

граш інвестора для фіксованого номера стовпця, а потім знаходиться мінімальний елемент із отриманого набору:

$$S_{-} = \min_j (\max_i a_{ij}) \quad (3)$$

При співпадінні S_{+} й S_{-} реалізується, так звана, чиста стратегія, яка влаштовує й інвестора, й підприємство.

У випадку обліку позаекономічних факторів, таких як соціальна стабільність суспільства, екологічні проблеми, інтереси інших потужних груп, що впливають на вибір топ-менеджменту, рішення може бути прийнятим з різним ступенем імовірності. Значення цієї ймовірності, що приймає форму переваг, можна визначити, ґрунтуючись на думці групи експертів.

У цьому випадку вибір стратегій інвестування набуває риси гри з нульовою сумою в змішаних стратегіях. Причому в рамках рішення цього завдання необхідна деяка корекція пріоритетів – ймовірностей вибору.

Нехай відомі початкові відносні пріоритети вибору стратегій $X = \{X_1, X_2, X_3, \dots, X_n\}$ і $Y = \{Y_1, Y_2, Y_3, \dots, Y_m\}$, причому сума всіх X_i дорівнює сумі всіх Y_j і дорівнює одиниці. Тоді можна ввести в розгляд функціонал:

$$F(X, Y) = \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^m X_i \cdot Y_j \cdot a_{ij} \quad (4)$$

Варіюючи набір пріоритетів топ-менеджменту Y , знайдемо мінімальне значення F , тобто $\min F$, а потім, оперуючи з набором пріоритетів інвестора X , знайдемо максимальне значення $\min F$, тобто величину:

$$Q_{+} = \max_X \left\{ \min_Y F(X, Y) \right\} \quad (5)$$

- так звану верхню ціну.

Так само, менеджери підприємства, орієнтуючись на можливі пріоритети інвестора X , вибирають найбільше значення F , а потім мінімізують витрати, варіюючи пріоритети підприємства. При цьому формується нижня ціна

$$Q_- = \min_y \left\{ \max_x F(X, Y) \right\} \quad (6)$$

Теорія ігор стверджує, що рішення гри з нульовою сумою в змішаних стратегіях й формується при

$$Q_+ = Q_- = Q,$$

де Q – ціна гри.

Отже, головна проблема у варіюванні системи пріоритетів інвестора й підприємства полягає в тому, щоб Q_+ і Q_- наближалися один до одного швидше (для цього корисні постійні консультації з експертами, що формують відповідні набори пріоритетів). Саме цей підхід забезпечує ефективний механізм прийняття рішень.

Більше того, при прийнятті того або іншого рішення слід ураховувати, що кожне з них буде прийматися в умовах невизначеності. При цьому вибір конкретного рішення буде визначатися уявою особи, що ухвалює це рішення про ймовірності різних можливих результатів (наслідків), які можуть мати місце, а також перевагами, що віддаються різним можливим результатам. Тому загальний алгоритм ухвалення рішення можна представити чотирма етапами:

- 1) Визначення альтернативних варіантів (способів дії) для чого повинні бути задані цілі й зазначені відповідні їм заходи ефективності.
- 2) Розгляд ймовірностей можливих результатів.
- 3) Ранжирування переваг можливих результатів на основі обраного заходу ефективності.
- 4) Синтезування інформації, отриманої як результат виконання перших трьох етапів.

У більш конкретному плані керівникові потрібно вирішити проблему вибору між суперечливими цілями, тому що більшість практичних завдань управління прагне до досягнення різних цілей. Крім того, наслідки розв'язання таких завдань помітні не відразу й тому тут важливо враховувати вплив фактора часу.

У загальному випадку завдання управління можуть ускладнюватися неформальними поняттями, що визначають взаємини керівників, інвесторів, розроблювачів інноваційних проектів, впливом рішень на групи посадових осіб, прийняттям колективних рішень і так далі.

Природно, що в основі всіх цих попередніх міркувань у частині розв'язуваних системою керування процесом інноваційних перетворень на підприємстві завдань лежить проблема інвестицій, необхідних для виконання всіх видів робіт з реалізації конкретних інноваційних проектів.

У цьому контексті на перший план виходить завдання прогнозування потреби в інвестиціях, яка повинна бути заснована на дослідженні, що включає аналіз наступних елементів інвестиційної системи:

- строки початку реалізації проекту;
- строки завершення основних робіт;
- загальний обсяг робіт;
- їхня характеристика;
- графік їх виконання;
- учасники інвестиційного процесу;
- характеристика часу реалізації інвестиційного проекту.

В інвестиційному просторі основу розв'язуваних завдань становлять потреби у фінансових, інформаційних, матеріальних і трудових ресурсах. Стратегія може розроблятися як на період виконання яких-небудь зі стадій загального обсягу робіт, пов'язаних з інноваційними проектами, так і для всього періоду інноваційного процесу.

Вибір найбільш оптимального строку прогнозування при розв'язанні завдання визначення стратегії, необхідної для реалізації проекту, повинен здійснюватися з урахуванням очікуваної поведінки й інтересів груп інвесторів, пов'язаних зі спільністю кінцевих інтересів.

Прогнозування обсягів інвестицій з урахуванням характеру їх джерел ефективніше можна виконати із застосуванням імітаційних моделей. Такий метод дозволяє використовувати детальний аналіз взаємозалежних характеристик

інвестиційної діяльності на основі моделювання самого процесу інвестування або, у більш загальному випадку, інноваційної програми підприємства в цілому.

Висновки. Використовувані в методах імітаційного моделювання конкретні моделі можуть включати так звані підмоделі розподілу інвестиційних засобів, підмоделі розвитку інвестиційного процесу, підмоделі конфліктуючих можливостей, рівних можливостей, підмоделі переваг і так далі.

Усі ці моделі й підмоделі можуть бути побудовані як на основі різних теоретичних припущень, так і на основі апостеріорних даних попереднього досвіду.

Зокрема, моделі подальшого розвитку інвестиційного процесу дозволяють визначити майбутній розподіл різних видів ресурсів між окремими інноваційними проектами на основі вихідних даних про строки реалізації конкретних етапів загального інвестиційного процесу. Прогнозовані значення вихідних параметрів отримується із відомих (на момент складання прогнозу) значень за допомогою коефіцієнта розвитку, який може бути визначений як оцінка очікуваних змін у графіках виконання етапів робіт або, скажемо, як оцінка зміни ступеню реалізації виділених інвестицій.

Для одержання точної інформації в більшості випадків, враховуючи складний характер багатьох інноваційних проектів, витрати на її одержання представляються неприйнятними у вартісному й у тимчасовому аспекті.

Крім того, якість інформації може бути досить невисокою просто через відсутність апостеріорних даних або через використання без достатніх на те підстав даних апріорного характеру.

Що стосується використання методів прогнозування, то в першому наближенні представляється кращим метод множинної регресії, досить повно описаний у науковій літературі.

Модель конфліктуючих можливостей, використовувана при прогнозуванні потреби в інвестиціях, може бути заснована на припущенні про те, що розмір прогнозованого обсягу інвестицій прямо пропорційний числу можливих для освоєння етапів інвестиційних проектів на підприємстві й зворотно пропорційний числу реально виконаних етапів робіт.

В основі її лежить деяка оцінка ймовірності L виконання спланованих для інвестування етапів робіт із проектів на підприємстві. Це значення ймовірності необхідно визначити на основі відповідних вихідних даних.

Основою моделі рівних можливостей є розподіл інвестицій відповідно до кількості однотипних проектів. Виділені таким чином етапи робіт для інвестування рівноймовірні в межах кожної групи проектів.

Використовувана в прогностичних розрахунках модель переваги повинна являти собою основне припущення, необхідне для побудови прогнозу. Суть його в тому, що прогнозується сукупність етапів робіт, що є оптимальною для визначення виду інвестиційних проектів, яка повинна задовольняти деяким умовам стійкості.

Стосовно до розв'язання завдання прогнозування можуть бути використані моделі, призначені для дослідження загальних питань управління проектом, планування обсягів і строків виконуваних робіт, визначення джерел інвестування, умов надання кредитів, їх форми і так далі.

Практично кожна із цих локальних підзадач, покладених в основу прогностичних розрахунків, вимагає окремого розгляду залежно від характеру інвестиційного проекту.

Список літератури: 1. *Артюшкова Г.В.* Стимулювання інноваційної діяльності// masters.donnt.edu.ua/2004/fem/artushkova/diss/index.htm. 2. *Водачек Л.* Стратегия управления инновациями на предприятии: Сокр.:пер. со словац./Л. Водачек, О. Водачкова. – М.: Экономика, 1989. – 167 с. 3. *Геєц В.М., Семинноженко В.П.* Інноваційні перспективи України – Харків: Константа, 2006. – 272 с. 4. *Горбатюк Л.В., Грига О.І., Сазонова Л.І., Попадинець В.І., Попадинець Ю.В.* Про пріоритети науково-технічного та інноваційного розвитку і шляхи їх реалізації// Наука та інновації. – 2005. № 1. – с. 25-33. 5. *Економіка й організація інноваційної діяльності: Підручник/ О.І.Волков, М.П.Денисенко, А.П.Гречан та ін..-К.:ВД «Професіонал», 2004. – 960с.* 6. *Організація та управління інноваційною діяльністю.: Підручник/за ред. Проф.. Перерва П.Г., проф.. Механовича С.А., проф.. Погорелова М.І. – Харків НТУ «ХПІ», 2008-1025с.* 7. *Технологическая инновационная деятельность: менеджерский аспект. Учебно-методическое пособие/ сост. Бандурка А.М., Епифанов А.А., Ивин Л.Н., Товажнянский Л.Л. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2002. – 308 с.* 8. *Трифилова А.А.* Управление инновационным развитием предприятия: Моногр. – М.: Финансы и статистика, 2003г. – 175 с. 9. *Пономаренко В.С.* Стратегічне управління розвитком підприємства: Навч. посіб./ В.С.Пономаренко, О.І. Пушкар, О.М.Три дід. – Х.: ХДЄУ, 2002. – 639 с. 10. *А.І.Яковлев.* Управління інвестиційною та інноваційною діяльністю на основі проектного аналізу. Навч. посібник. – Київ, Видавництво УАДУ, 1998. – 118 с.

Надійшла до редколегії 19.04.2011

В.В. КОВАЛЕНКО, канд. екон. наук, професор, НТУ «ХПІ», Харків,
О.В. КЛИМЕНКО, студент, НТУ «ХПІ», Харків.

ВИРОБНИЦТВО УНІКАЛЬНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК ЕФЕКТИВНИЙ МЕТОД ПОКРАЩЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Дана стаття присвячена достатньо актуальній, проте мало вивченій темі. Інноваційна діяльність, її розвиток, проблеми та шляхи покращення широко розглядаються в науковій літературі, але в даній статті ми зосередимо увагу на такому напрямку покращення й прискорення інноваційного розвитку, як виробництво унікальної продукції.

Данная статья посвящена достаточно актуальной, однако мало изученной теме. Инновационная деятельность, ее развитие, проблемы и пути улучшения широко рассматриваются в научной литературе, но в данной статье мы сосредоточим внимание на таком направлении улучшения и ускорения инновационного развития, как производство уникальной продукции.

This article reviews actual, but little studied topic. Innovative activity, its development, problems and improvement ways are widely considered in the scientific literature, but in given article we will concentrate attention to such direction of improvement and acceleration of innovative development, as manufacture of unique production.

Зростання глобальної та регіональної конкуренції, перехід до більш економічно ефективних, гнучких та чутливих до змін у бізнес-середовищі організацій висуває необхідність у новому підході до управління бізнесом. Одною з сучасних тенденцій стала індивідуальна спрямованість замовлень [6]. Ще зовсім недавно для промисловості був характерний випуск продукції великими й однорідними партіями, але сучасна ситуація виглядає дещо інакше: сьогодні мова йде про диверсифіковане, середньо – й дрібносерійне виробництво. Це означає, що якщо раніше робота більшості спеціалістів на промисловому підприємстві являла собою досить одноманітний процес, то вимоги сучасності ставлять перед представниками всього технологічного ланцюга низку творчих задач і новітніх підходів до їхнього вирішення [5].

Ринок індивідуальних замовлень передбачає виробництво продукції з урахуванням конкретних потреб, тому при укладенні договору виникає необхідність у формуванні ціни виробу й термінів його виготовлення при відсутності достовірної статистичної інформації.

Вирішенню цього завдання сприяє розвиток корпоративних інформаційних систем, які дають змогу накопичувати й оперативно аналізувати значні об-

сяги конструкторсько-технологічної, виробничої та фінансової документації [3].

Традиційно використовують наступні класифікації промислової продукції: за призначенням, за способом виробництва, за сферою споживання й за ступенем новизни. Загальноприйнятого поняття «унікальна продукція» не існує. Найближчі за значенням терміни: одинична й нова продукція. Поняття «одинична продукція» пов'язане безпосередньо з виробництвом продукції, охоплює не весь життєвий цикл продукції, а також обмежує кількість продукції невеликим обсягом. Нова продукція пов'язана з іншою точкою зору на продукт: для неї важливо бачити потреби і нове бачення їхнього задоволення. У якості нової продукції можуть виступати: удосконалена продукція і нова продукція. Унікальна продукція – це нова (або модифікована) продукція, вироблена разово для конкретного споживача [1].

Головними особливостями унікальної продукції є наступні:

1. Продукція призначена для унікальної потреби або методу її задоволення.
2. Продукція розробляється і створюється як разове замовлення, що подовжує терміни виробництва і вимагає гнучкого і великого конструкторсько-технологічного потенціалу для створення або модернізації різноманітної продукції [4].

Для формування характеристик унікальної продукції необхідно розглянути процес трансформації потреби клієнта в ефект від споживання товару. Існує два підходи до опису життєвого циклу: системний та процесний. Перший описує продукцію як систему, виражає бачення споживача й зображується як зародження потреби, купівля, експлуатація та ліквідація. Процесний підхід розглядає продукцію з точки зору процесу виробництва та збуту. Життєвий цикл складається з таких етапів, як: розробка, виробництво, збут, супровід. Об'єднавши нову й одиничну продукцію для унікальної продукції життєвий цикл доречно визначити наступним чином: початковий етап – формування потреби, а кінцевий – утилізація. Пропонуються наступні етапи: поява потреби, створення

проекту, виробництво, продаж, установка (налагодження), експлуатація, утилізація. Наведений цикл існування продукції є завершеним, тому що охоплює повний цикл життя, тобто відображає мету існування (потреба і її задоволення), і показує участь носія циклу (споживача, виробника) [2].

Специфікою унікальної продукції є необхідність узгодження вимог до якості на ранньому етапі. Обґрунтування варіантів договірної ціни є функцією виробника, що вимагає наявності аналітичної бази та спеціальної методики [7].

Інноваційна діяльність не тільки на рівні підприємства, але й у загальнодержавному масштабі, виступає як об'єкт об'єднання інтелектуальних, фінансових, матеріальних та інших ресурсів з метою отримання економіко-соціального ефекту. На сьогодні в Україні немає інноваційних процесів, що інтенсивно протікають. Після проведення досліджень низки підприємств виявилось, що керівники слабо прихильні до їхнього розвитку.

Слід також зазначити, що процес створення інновацій складний і тривалий. Тож при запуску інновацій необхідно керуватися правилом «не нашкодь» і завжди оцінювати довгостроковий ефект від впровадження новинки. Отже, інвестування капіталу у виробництво унікальної продукції є досить перспективним, але для реалізації подібних проектів слід активізувати й інші шляхи покращення інвестиційного процесу.

Список літератури: 1. *Гордієнко Л.Ю.* Інноваційний менеджмент: Конспект лекцій. Х.: Харківський державний економічний університет, 2009. 2. *Василенко В.* Інноваційний менеджмент. Навч. пос.- К.: ЦУЛ, 440с. 3. *Забелін П.В., Моисеева Н.К.* Основи стратегічного управління: Учеб. посібник. – К.: Информ.-упровадження. центр «Маркетинг», 1998. – 195с. 4. Інноваційна політика промислового підприємства: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Мішустін Юрій Віталійович / Харківський держ. економічний ун-т. – Х., 2008. – 20 с. – укр. 5. *Данилевська О.Є.* Теоретичні аспекти інноваційного процесу як фактора ефективного розвитку // Наук. Вісн. – К.: Нац. аграр. ун-т, 2006. – Вип. 24. – С.295 – 300. 6. *Лапко О.Н.* Інноваційна діяльність в системі державного регулювання – К.: ІЕП НАНУ, 2004 – 516 ст. 7. *Покропивний С.Ф., Новак А.П.* Ефективність інноваційно- інвестиційної діяльності: Зб. навч.-метод. матеріалів. – К.: КНЕУ, 2007. – 216 с. 8. *Стадник В.В., Йохна М.А.* Інноваційний менеджмент. Навчальний посібник. – Київ: Академвидав (Альма-матер), 2006 – 464 с.

Надійшла до редколегії 17.05.2011

И.Н. КОВАЛЬ, директор Харьковского академического театра музыкальной комедии, Харьков;

Т.М. БАЙДАК, канд. соц. наук, доцент, НТУ «ХПИ», Харьков.

МОТИВАЦИОННО-ЦЕННОСТНАЯ СТРУКТУРА ЛИЧНОСТИ РАБОТНИКОВ ТЕАТРАЛЬНОЙ СФЕРЫ

Важным рычагом повышения эффективности и качества деятельности сотрудников является положительная мотивация работы. Современные организации требуют нового подхода к процессу мотивации работников на основе признания роли самих сотрудников. Задачи, которые сегодня нужно решить современным организациям, – это, с одной стороны, достижение стратегических целей предприятия а, с другой, удовлетворение материальных и моральных нужд персонала с помощью комплексной системы мотивации. От того, насколько успешно эта задача будет решена, зависит успех всего предприятия.

Важливим важелем підвищення ефективності і якості діяльності співробітників є позитивна мотивація праці. Сучасні організації вимагають нового підходу до процесу мотивації працівників на основі визнання ролі самих співробітників. Завдання, яке, сьогодні слід вирішити сучасним організаціям, – це, з одного боку, досягти стратегічних цілей підприємства а, з іншого, задовольнити матеріальні і моральні потреби персоналу за допомогою комплексної системи мотивації. Наскільки успішно це завдання буде вирішено, залежить успіх усього підприємства.

The important lever of increase of efficiency and quality of activity of employees is positive motivation of labour. Modern organizations require the new going near the process of motivation of workers on the basis of confession of role of employees. Task which, it is today necessary to decide to modern organizations, – it, from one side, to attain the strategic aims of enterprise and, with other, to satisfy the material and moral necessities of personnel by means of the complex system of motivation. As far as this task will be decided successfully, success of all enterprise depends.

Постановка проблемы. В современных условиях экономической нестабильности остро стоит вопрос выживаемости практически всех социально-экономических единиц, исключением не являются и предприятия социально-культурной сферы. Как показывает мировой опыт, наиболее жизнеспособными оказываются те предприятия, где существует слажено работающая команда профессионалов. При этом важным рычагом повышения эффективности и качества деятельности сотрудников является позитивная мотивация труда. Работники должны чувствовать себя причастными ко всему происходящему в коллективе, быть уверенными в том, что руководство относится к ним справедливо, учитывает их потребности и думает об их благополучии. Современные организации требуют нового подхода к процессу мотивации работников на основе признания роли самих сотрудников. Задачу, которую, сегодня следует решить современным организациям, – это, с одной стороны, достичь стратегических целей предприятия а, с другой, удовлетворить материальные и моральные по-

требности персонала с помощью комплексной системы мотивации. Насколько успешно эта задача будет решена, зависит успех всего предприятия. В организациях сферы культуры, в частности в театрах, проблема выживаемости стоит особенно остро, так как в этой сфере существует традиционно маленькие зарплаты. Основным капиталом таких организаций являются люди с их идеями и способностями. Когда источником дохода для театра является талант каждого отдельного работника, чрезвычайно важным становится поиск ответов на вопросы, как привлечь и удержать таких работников и как сделать их талант максимально производительным.

Анализ последних исследований и публикаций и выделение нерешенных частей проблемы. Сегодня существует достаточно много литературы посвященной общетеоретическим и практическим аспектам состояния и развития системы мотивации труда – это работы Батыгина Б.С, Вересова Н.Н., Веснина В.Р., Виханского О.С., Генкина Б.М., Девятко И.Ф., Дятлова В.В., Егоршина А.П., Журавлева П.В., Морозова А.В., Наумова А.И., Огонесяна И.А., Одегова Ю.Г., Пономарева И.П., Травина В.В., Уткина Э.А. и др. Несмотря на наличие большого количества разработок в сфере исследования мотивации персонала, остаются актуальными вопросы, касающиеся исследования и разработки системы мотивации труда в отдельных сферах, например, социально-культурной сфере, в частности в театре.

Цель статьи состоит в том, чтобы охарактеризовать систему ценностей и особенности мотивации трудовой деятельности работников театральной сферы на примере Харьковского академического театра музыкальной комедии, для оптимизации управления персоналом, разработки адекватных мероприятий по стимулированию труда.

Изложение основного материала. Для анализа проблемы мотивации труда был использован подход, рассматривающий мотив, как элемент личности, который является осознанным побудителем к действию. При этом побуждение рассматривается как стремление к удовлетворению потребности, на основе которой мотив возникает в результате ее осознания.

Поскольку мотивы являются одним из компонентов структуры личности, их следует рассматривать с другими основными компонентами, в том числе с ценностями. Ценность – это представление субъекта о главных важных целях жизни, а также об основных средствах достижения этих целей. Мотив как бы показывает отношение к определенным ценностям [1, с.73].

С целью получения максимального эффекта от использования человеческих ресурсов используют такое средство как мотивация труда. Основная цель процесса мотивации – повысить общую результативность деятельности организации на основе максимальной отдачи от использования имеющихся трудовых ресурсов. Чтобы получить коллектив единомышленников, эффективно организовать работу сотрудников, дать им уверенность в завтрашнем дне, поддержать желание людей работать с полной отдачей, важно помочь своим работникам превратить работу из процесса по производству продукта в процесс по реализации потребностей. Поэтому важно понимать, каковы потребности, ценности, мотивы сотрудников и как организовать деятельность предприятия, чтобы реализовать их в реальной ситуации. Чтобы ответить на эти и другие вопросы, дирекцией Харьковского театра музыкальной комедии было организовано прикладное исследование, которое было проведено весной 2011 года сотрудниками кафедры социологии и политологии Национального технического университета "ХПИ".

Анализ данных, полученных в ходе сплошного опроса в театре, показал, что для работников важнейшее значение имеют две ценности: хорошее здоровье и семья (по 74% каждая). Интересная работа, стоящая на третьем месте, немного отстает от них (56%). Наличие друзей и высокий материальный достаток заняли 4-ое место (40%). Развлечения и отдых, карьера, высокое социальное положение, властные полномочия, стоят по существу, на последнем месте или вообще не входят в систему ценностей работников театра. Жизненные ценности работников театра в некоторой степени зависят от таких характеристик как пол, возраст, наличие детей у работников.

Анализ влияния социально-демографических характеристик персонала театра (в частности пола и возраста) показал, что как у мужчин, так и у женщин

первая тройка значимых жизненных ценностей совпадает не только по своему набору, но и по важности этих ценностей для них. Кроме того, эта тройка ценностей такая же как и по всему массиву.

В оценках важности остальных ценностей мужчины и женщины разошлись. Так для женщин ценность "наличие хороших и верных друзей" заняла в рейтинге ценностей не только 4 место, обогнав ценность "высокий материальный достаток", но и более важна по сравнению с мужчинами (45% против 34% у мужчин). Эта же ценность у мужчин занимает 7-ю позицию. Для женщин значительно более важной ценностью, чем для мужчин является ценность "спокойная безопасная жизнь". Она заняла шестую позицию в рейтинге ценностей, сразу после "высокого материального достатка". Можно предположить, что женщины свою спокойную и безопасную жизнь, а также жизнь своей семьи напрямую связывают со своим материальным благополучием. У мужчин ценность "спокойная безопасная жизнь" не только существенно менее важна (18% против 33% у женщин), но и находится в последней трети рейтингового списка ценностей. Более того, эта ценность у мужчин находится рядом с ценностью "развлечения и отдых", опередив ее по важности всего на 2%. Очевидно, что мужчин, в отличие от женщин, не сильно заботит присутствие спокойствия в их жизни. Еще одна ценность, которую женщины считают более важной, чем мужчины – это "авторитет и уважение со стороны непосредственного окружения" (18% против 8% соответственно). Этой ценности в рейтинге женщины определили и более высокую позицию, чем мужчины, которые закрыли ей рейтинговый список ценностей.

Сотрудники театра, относящиеся к различным возрастным группам, имеют отличающиеся системы ценностей. Так, чем старше возраст, тем большее значение имеют здоровье, семья, спокойная и безопасная жизнь. Ценности карьеры и развлечения снижаются. Доминирующими ценностями во всех возрастных группах выступает семья, хорошее здоровье и интересная работа.

Верхние три позиции в иерархии ценностей сотрудников театра, имеющих и не имеющих детей занимают: "хорошее здоровье" (79% и 70% соответственно), "семья" (78% и 68%), "интересная работа" (56% и 54%), только для пер-

вой категории сотрудников они более важны, чем для второй. По восприятию остальных ценностей сотрудники, которые имеют детей и те, у кого они отсутствуют, разошлись. Так для работников с детьми более важно иметь хороших друзей (43%), достигнуть профессионализма (34%), иметь спокойную безопасную жизнь (33%), приносить людям пользу (30%). Ценность "высокий материальный достаток" тоже важна для этой категории работников (об этом заявило 39%), но не более или практически так же, как предыдущие. Как видим, материальные ценности в этой группе респондентов уступают место социальным или стоят практически на одних позициях с ними. Скорее всего, это объясняется тем, что те, у кого есть дети, это люди старшего возраста и на данный момент они уже достигли определенного материального и социального положения, поэтому могут себе позволить переключить внимание на другие радости жизни. Этим же объясняется, почему высокое социальное положение и карьера у них находятся на последних местах (4% и 2% соответственно).

Группа респондентов, у которых нет детей, больше, чем их коллеги с детьми, ценят высокий материальный достаток, карьеру. Следует отметить, что для бездетных имеет существенное значение такая ценность, как "любовь", она занимает не только 5-е место в иерархии ценностей, сразу после высокого материального достатка, но о ее важности заявил почти каждый второй представитель этой группы.

Ценности жизни обуславливают и соответствующие представления о том, какой должна быть идеальная работа. Так с ключевыми ценностями сотрудников театра "здоровье" и "семья" тесно связаны такие возможности работы как "работать в спокойной обстановке, получать минимум негативных эмоций" (55%), "работать в удобном режиме и иметь достаточно времени для отдыха и семьи" (43%), "работать в хороших санитарных условиях" (41%). Ценность "интересная работа" напрямую связана с такими возможностями работы как "заниматься любимым делом" (52%) и "работать творчески" (43%). А вот возможности, предоставляемые идеальной работой, "получать высокую заработную плату" (59%) и "иметь стабильный доход, социальную защищенность" (58%)

могут относиться как к ценности высокий материальный достаток, так и, косвенно, к ценностям "здоровье" и "семья".

Следует отметить, что при построении модели идеальной работы работников театра, не следует стремиться к чрезмерной специфичности и оригинальности, так как все равно учесть все различия во вкусах и личных мнениях каждого работника вряд ли удастся. Главное в такой ситуации просто организовать такую деятельность, которая бы способствовала повышению интегральной эффективности труда с учетом приведенных ниже факторов.

Идеальная работа для работника театра должна:

- давать возможность получать высокую заработную плату;
- давать возможность иметь стабильный доход, социальную защищенность;
- предоставлять возможность заниматься любимым делом;
- позволять работать в удобном режиме;
- способствовать творчеству.

Создание условий труда с учетом этих факторов обеспечит внутреннее удовлетворение у работников. Это очень мощный мотивационный фактор, который стимулирует качественное выполнение работы, а так же, по закону возвышения потребностей, стимулирует к выполнению более сложной работы.

Ценности жизни обуславливают также и соответствующие мотивы труда. К числу существенных факторов, влияющих на то, почему работники трудятся в театре музыкальной комедии, относятся: уважительное отношение к ним руководства – 92%, поддержка и сплоченность коллектива – 91%, стабильная заработная плата, социальные гарантии – 90%, интересная, дающая возможность проявить творческие способности работа – 89%, удобный график работы и желание делать нужное и важное дело – по 86%, возможность найти применение своим способностям – 81%. Мотивы деятельности работников театра в некоторой степени зависят от их возраста. В частности мотив "привязанность к театру, привычка" на прямую зависит от возраста сотрудников: чем старше сотрудники, тем более они привязаны к театру. Важность этого мотива возрастает от 65% у молодых до 97% у тех, кому за 50 лет. Мотив "перспектива карьерного

роста", в отличие от предыдущего мотива, имеет обратную зависимость от возраста сотрудников. Этот мотив тем более важен для работника театра, чем меньше его возраст. 73% представителей самой младшей возрастной группы до 25 лет указали на важность этого мотива, в то время как для самой старшей группы он важен только для 13% респондентов. Та же обратная зависимость наблюдается в отношении мотивов "возможность завести полезные знакомства" и "возможность найти применение своим способностям".

Мотивы работы в театре связаны с семейным положением работников. Для тех, кто еще ни разу не состоял в браке, большое значение имеет высокий материальный доход (76%), перспектива карьерного роста (68%) и удобный график работы – 97%. Все это логически вполне объясняется юным возрастом этой группы людей. Они находятся в начале своей карьеры, у них еще отсутствует устойчивое материальное положение и им необходим удобный график работы, чтобы везде успеть, все охватить (учиться, подработать, общаться с друзьями и т.п.). Важным мотивом труда у всех групп выступает привязанность к театру, но в большей мере у разведенных работников – 96%.

Таким образом, путь к успешному управлению театром лежит через знание мотивации тех, кто в нем работает. Для этого важно понимать, что вызывает к жизни те или иные мотивы, какие ценности лежат в их основе, каким образом мотивы актуализируются, как осуществляется мотивирование людей. Понимание того, что движет людьми, позволяет разработать эффективную модель управления трудовым коллективом, подобрать оптимальные методы стимулирования работников и, таким образом, достигнуть максимальной отдачи от них. Это в свою очередь позволяет достичь стратегических целей и добиться успешного развития театра.

Список литературы: 1. *Спивак В.А.* Организационное поведение и управление персоналом. – Спб., Изд-во "Питер", 2001.

В.І.КОВШИК, студент 4-го курсу, НТУ «ХПІ», Харків,
А.Б.ЗУБКОВА, канд. екон. наук, ст. викладач, НТУ «ХПІ», Харків.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

В статті розглядаються основні показники ефективності рекламних кампаній в мережі Інтернет та висвітлюються основні проблеми, що виникають у процесі їх розрахунку. Аналізується вплив різноманітних факторів на процес отримання статистичної маркетингової інформації щодо відвідуваності інтернет-ресурсів як основи оцінки ефективності онлайн-реклами. За результатами дослідження пропонується низка заходів, спрямованих на більш повне і точне оцінювання ефективності реклами в сучасних умовах глобальної комп'ютерної мережі.

В статье рассматриваются основные показатели эффективности рекламных кампаний в сети Интернет и освещаются основные проблемы, возникающие в процессе их расчета. Анализируется влияние различных факторов на процесс получения статистической маркетинговой информации по посещаемости интернет-ресурсов как основы оценки эффективности онлайн-рекламы. По результатам исследования предлагается ряд мер, направленных на более полную и точную оценку эффективности рекламы в современных условиях глобальной компьютерной сети.

In the article the basic indicators of the advertising campaigns effectiveness in the Internet are considered and the main problems in the process of their calculation are examined. An influence of various factors on the process of obtaining statistical marketing information on traffic of Internet resources as a basis for evaluating the effectiveness of online advertising is studied. As a result of the research a number of measures aimed to develop more complete and accurate assessment of the advertising effectiveness in today's global computer network are suggested.

В сучасних умовах інтернет-технології впливають на всі сфери діяльності підприємств. У маркетингу можливості Інтернету можуть бути використані для того, щоб подолати обмеженні можливості традиційних засобів просування продукції за допомогою друкованих засобів масової інформації або реклами на телебаченні та радіо. Інтернет-реклама є одним з інструментів, найбільш придатних для залучення великої кількості споживачів і зменшення кількості ресурсів, необхідних для просування продукції компанії на ринку з метою збільшення обсягів продажів і прибутків, особливо враховуючи, що деякі товари та послуги можуть бути доставлені або надані через Інтернет або, принаймні, можуть бути замовлені з його допомогою. Це пов'язано зі значним збільшенням кількості інтернет-користувачів, постійним вдосконаленням і розвитком Інтернету як інструмента для ведення бізнесу.

Проблеми оцінки ефективності інтернет-реклами розглядаються в роботах таких вчених, як Т. Дейнекін, П. Павлоу (P. Pavlou), Т. Бокарев, Д. Стюарт (D. Stewart), І. Литовченко, В. Холмогоров, А. Юрасов та інших. В своїх робо-

тах Т. Дейнекін підкреслює необхідність комплексного підходу до оцінки, включаючи оцінку економічного (збільшення продажів, кількість нових споживачів і т.п.) і комунікативного (бренду) компонентів ефективності онлайн-просування [1]. Ця ідея була розвинена в роботах І. Литовченко, А. Юрасова [2, 3]. Вони аналізують найпопулярніші абсолютні та відносні показники ефективності інтернет-реклами і розглядають проблеми їх обчислення, пов'язані з особливостями веб-технологій. В даний час існує широко розповсюджений набір якісних і кількісних показників, а також популярних підходів до оцінки ефективності рекламних кампаній в Інтернеті, що використовуються фахівцями з маркетингу. Але проблеми, які супроводжують процес оцінки ефективності онлайн-реклами, не повністю досліджені і мають бути додатково вивчені, особливо з урахуванням сучасних тенденцій у розвитку Інтернету. Ці факти, а також значення інтернет-реклами для успішного просування продукції підприємств визначають актуальність теми даної статті.

Мета даної статті – запропонувати підхід до оцінки ефективності інтернет-реклами та шляхи вдосконалення відповідних досліджень. Для досягнення даної мети поставлені наступні завдання: на основі аналізу літературних джерел виявити сучасні тенденції використання Інтернету, які впливають на результати онлайн-реклами, проаналізувати існуючі методи оцінки її ефективності, визначити сутність показників ефективності і окреслити невивчені проблеми оцінки ефективності в сфері інтернет-маркетингу.

Інтернет-реклама (реклама в Інтернеті) є однією з форм просування, яка використовує Інтернет і World Wide Web для розповсюдження інформації та залучення клієнтів. Це найбільш зручний спосіб просування, який може бути використаний компаніями будь-якої галузі і будь-якого масштабу діяльності. Він характеризується низькими бар'єрами входу, високою вибірковістю по відношенню до цільової аудиторії, що спрощує відстеження даних про ефективність реклами для глибокого і чіткого оперативного аналізу, високою ефективністю у порівнянні з традиційними видами медіа-просування [3].

Інтернет-реклама включає в себе:

- контекстні оголошення на сторінках результатів пошукових систем;

- контекстну рекламу на сайтах – оголошення, які мають відношення до контексту сторінки;
- банери і мультимедійні оголошення (в тому числі відео та анімаційні);
- рекламу у соціальних мережах;
- lead generation – отримання контактних даних потенційних клієнтів;
- проміжні сторінки оголошень (англ. interstitials) – сторінки з рекламою між етапами деяких дій, таких як процедура завантаження;
- розсилки електронною поштою.

Відносні частки цих форматів в загальному обсязі інтернет-реклами за даними досліджень рекламної галузі, проведених PricewaterhouseCoopers LLP для Interactive Advertising Bureau (США) [4], показані на рисунку 1.

Як видно з наведеної діаграми, основні методи реклами в Інтернеті націлені на спрямування користувачів на спеціальні веб-сайти (сайти компаній, промо-сайти, інтернет-магазини) для отримання ними інформації про компанії та їх продукцію, а також для прискорення розповсюдження інформації про торгову марку і, як наслідок, збільшення продажів. Таким чином, аналіз інтернет-реклами повинен включати використання такого набору показників, що дозволить провести комплексне вивчення всіх аспектів просування у середовищі комп'ютерної мережі.

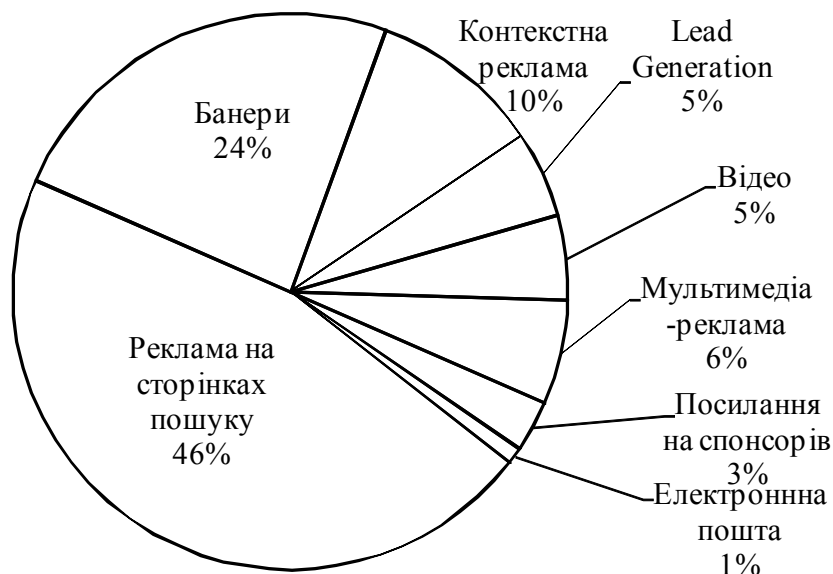


Рис. 1 – Структура світового ринку інтернет-реклами за форматами (2010)

В інтернет-рекламі, як і в будь-якому іншому виді просування, рекламне повідомлення має привернути увагу споживача, пробудити інтерес до продукту, викликати бажання отримати його і спровокувати споживача до дії (покупки) [1, 5, 6, 7]. Очевидно, що показники ефективності інтернет-реклами повинні відображати всі ці етапи.

Ефективність інтернет-реклами складається з двох взаємопов'язаних компонентів: комунікативної та економічної ефективності [1]. Комунікативна ефективність визначає швидкість комунікативного впливу рекламного повідомлення на аудиторію, що включає створення іміджу продукту або компанії, впізнаваність бренду після рекламної кампанії, ступінь сприйняття рекламного повідомлення і т.д. В свою чергу, економічна ефективність рекламних заходів визначає їх ефективність з точки зору прибутку та інших економічних показників, які характеризують рекламні кампанії, наприклад, витрати, доходи, прибутки, темпи зростання обсягів продажів та інші. Відповідно до сучасних досліджень з теми даної статті [1, 2, 3, 5, 6] для оцінки комунікативної ефективності реклами в мережі Інтернет можуть бути використані наступні показники:

CTR (англ. click-through rate) – відношення числа користувачів, які натиснули на рекламу на веб-сторінках до кількості показів оголошення:

$$CTR = \frac{\text{Кількість кліків по рекламі}}{\text{Кількість показів}}.$$

Це один з найпопулярніших показників ефективності інтернет-реклами, який використовується на більшості рекламних майданчиків у статистиці для власників сайтів [8]. Цей показник має один суттєвий недолік. Він не бере до уваги кількість користувачів, які натиснули на рекламу випадково або тих, хто не зацікавлений в рекламованій продукції [2].

СТВ (англ. click-to-buy) – показник, що використовується для відображення кількості користувачів, які приймають пропозицію про купівлю серед загальної кількості людей, які натиснули на рекламу:

$$СТВ = \frac{\text{Кількість покупців}}{\text{Кількість кліків по рекламі}}.$$

Обчислити СТВ легко лише в тому випадку, коли рекламований сервер має механізм прямих онлайн-продажів. Але у випадку з рекламою звичайного магазину або підприємства таке обчислення є досить складним, оскільки в цьому випадку необхідні додаткові дослідження з метою визначення, звідки покупці дізналися про товар чи послугу [2].

СТІ (англ. click-to-interest) показує, скільки користувачів Інтернету, які натиснули на рекламу, зацікавилися рекламованим веб-сайтом [1, 2].

Очевидно, що дані, отримані при розрахунку комунікативної ефективності, не відображають повної картини результатів рекламної кампанії. Саме тому розраховується економічна (або комерційна [5]) ефективність. Відповідні показники демонструють витрати на реалізацію рекламної кампанії.

CPC (англ. cost per click) – сума, сплачена рекламодавцем інтернет-видавцям за один клік по рекламному оголошенню, яке спрямовує одного відвідувача на сайт рекламодавця. Він може бути обчислений також як ціна за тисячу показів. Це значення є однією з основ визначення ціни в онлайн-рекламі [2, 5]. Формула цього показника має наступний вигляд:

$$CPC = \frac{\text{Витрати на рекламу}}{\text{Кількість кліків по рекламі}} .$$

CPV (англ. cost per visitor) – це значення враховує реальну кількість відвідувачів, а не тільки кількість кліків по рекламі. Необхідність у такому показнику зумовлена тим, що відвідувачі можуть бути втрачені через збій з'єднання або помилки в роботі програми [3, 8]. Він визначається за формулою:

$$CPV = \frac{\text{Витрати на рекламу}}{\text{Кількість відвідувачів веб - сайту}} .$$

CPB (англ. cost per buyer) – це індекс, який розраховується як відношення витрат на рекламу до кількості здійснених угод купівлі. [2, 7]:

$$CPB = \frac{\text{Витрати на рекламу}}{\text{Кількість покупців}} .$$

Крім вартості реклами, яка відома компанії, всі ці показники вимагають статистичної інформації про кількість кліків по рекламних оголошеннях на різних рекламних майданчиках, статистичні дані про шляхи кожного відвідувача під час перегляду сайту і дані про результати перегляду (інтерес відвідувачів, кількість здійснених покупок або замовлень). Така інформація може бути отримана за допомогою спеціального програмного забезпечення компаній, що надають рекламні платформи, власників корпоративних веб-сайтів або власників інтернет-магазину. Але існує декілька проблем, які роблять процес оцінки ефективності реклами більш складним і менш точним, що призводить до відсутності необхідної інформації для бюджетного планування рекламної кампанії, управління витратами, розробки стратегії просування та інших сфер діяльності компанії. Коротко їх можна сформулювати наступним чином:

- недостатня точність інформації, одержаної зі статистики відвідування сайту, через технічні особливості процесу збору даних;
- якісний характер деяких показників;
- наближений характер результатів інтернет-реклами для магазинів і сервіс-провайдерів, які не продають товари і послуги через Інтернет.

Для оцінки комунікативної ефективності має бути визначена кількість кліків по конкретному рекламному оголошенню і кількість його показів. Ці дані можуть бути відслідковані трьома способами: за статистикою веб-сайту, де розміщено оголошення; за статистикою рекламованого сайту, що відображає кількість користувачів, які відкрили його сторінки після натискання на оголошення або банер; та використовуючи статистику компаній, які надають рекламні послуги. Означені дані повинні бути ретельно перевірені перед проведенням оцінки.

Необхідно враховувати, що деякі користувачі вимикають так звані «cookies» (невеликі файли, які використовуються для ідентифікації окремих користувачів веб-сайту, їх переміщення між сторінками або збереження додаткових даних) та JavaScript (програмні сценарії, які використовуються для інтерактивних веб-сторінок) або блокують рекламу за допомогою спеціального програмного забезпечення [2, 3]. У таких випадках дані інтернет-користувачів можуть

не відслідковуватися або відслідковуватися неправильно. Наприклад, без «cookies» сесія одного користувача з переглядом кількох сторінок може бути сприйнята програмою статистики як активність різних користувачів. У разі блокування реклами статистика переглядів сторінки, очевидно, не відтворює кількості показів оголошення. Також можлива ситуація, коли відвідувач не прокручує сторінку до місця, де розміщено оголошення.

Наступною проблемою інтернет-реклами є оцінка інтересу відвідувача, пов'язаного з переглядом веб-сторінок. Його неможливо виміряти безпосередньо [3]. Як вже було сказано вище, у разі реклами компаній, що не продають свою продукцію через мережу Інтернет, важко відрізнити клієнтів, залучених за допомогою інтернет-реклами від тих, що скористалися іншим джерелом інформації.

Можна зробити висновок, що більшість проблем оцінки ефективності реклами в Інтернеті пов'язані з особливостями технологічних засобів, які використовуються для збору та аналізу даних. Таким чином, можна запропонувати наступні заходи для їх подолання:

- Для оцінки кількості показів, кліків і кількості відвідувачів слід використовувати комбінацію серверних та клієнтських засобів моніторингу і статистики видавців реклами з метою одержання найбільш точних даних шляхом розрахунку середнього значення за даними цих трьох джерел.

- Інтерес користувачів можна виміряти шляхом аналізу поведінки користувачів при перегляді сайту (кількість переглянутих сторінок, їх порядок і тривалість сеансу перегляду, яка може бути отримана через детальний аналіз статистики рекламованого веб-сайту).

- Для оцінки комунікативного ефекту можна використовувати невеликі анкети, щоб визначити, звідки клієнт дізнався про товар або послугу. Іншим можливим методом є надання клієнтам на сайті спеціальних промо-кодів, що дають право на знижки і слугують індивідуальним ідентифікатором клієнта.

З урахуванням зазначених вище положень може бути розроблена схема оперативного аналізу ефективності онлайн-реклами (рисунок 2). Схема демонструє, яким чином в результаті аналізу статистики функціонування веб-сайту та

аналізу економічних показників рекламних кампаній відбувається формування основних показників комунікативної та економічної ефективності інтернет-реклами.

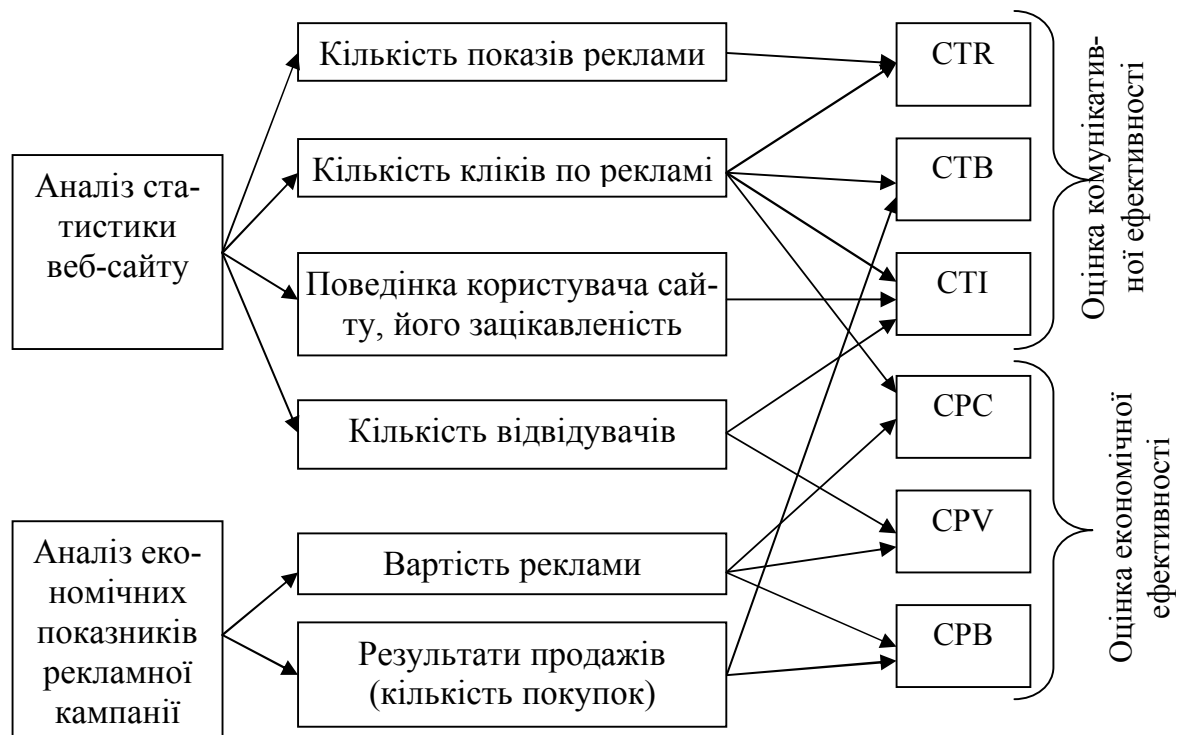


Рис. 2 – Схема аналізу ефективності інтернет-реклами

Таким чином, у статті було розглянуто показники ефективності інтернет-реклами і були визначені найважливіші проблеми її оцінки відповідно до найбільш широко використовуваних технологій аналізу маркетингової діяльності в мережі Інтернет. Дослідження основних показників показало, що проблеми оцінки ефективності онлайн-реклами в основному пов'язані з недоліками сучасних технологій збору статистики веб-сайтів та особливостями процесів інтернет-бізнесу. В результаті дослідження було запропоновано схему оцінки ефективності інтернет-реклами, що поєднує в собі аналіз двох груп показників ефективності (комунікативної та економічної) і відображає їх взаємозв'язок. Крім того, були запропоновані методи вдосконалення процедури оцінки ефективності онлайн-реклами. В зв'язку з розвитком інтернет-технологій як засобу просування подальші дослідження в цій галузі маркетингу можуть бути спрямовані на розробку нових показників ефективності інтернет-реклами та вдосконалення існуючих методів її оцінки.

Список літератури: 1. Дейнекин Т.В. Комплексный метод оценки эффективности интернет-рекламы в коммерческих организациях // Маркетинг в России и за рубежом, №2, – 2003. 2. Юрасов А.В. Электронная коммерция: Учебное пособие. – М.: Дело, 2003. – 480 с. 3. Литовченко І.Л., Пилипчук В.П. Интернет & маркетинг: Навчальний посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 184 с. 4. Interactive Advertising Bureau Internet Advertising Revenue Report: 2010 results. – New York: PricewaterhouseCoopers LLP, 2011. 5. W. Wells, J. Burnett, S.E. Moriarty. Advertising: principles & practice. – Prentice Hall, 2003. – 599 p. 6. D.W. Schumann, E. Thorson. Internet Advertising: Theory and Research, 2nd Edition. – Routledge, 2007. – 516 p. 7. Холмогоров В. Интернет-маркетинг. Краткий курс. 2-е издание. – СПб.: Питер, 2002. – 272 с. 8. Сологуб О.П., Канінус Л.В. Оцінка ефективності Інтернет реклами // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу, № 2(10), – 2010

Надійшла до редколегії 04.07.2011

УДК 65.011

А.В. КОТЛЯРОВА, доцент, НТУ «ХПИ», Харьков,
В.Ю. МИКИТЕНКО, студентка, НТУ «ХПИ», Харьков.

ПРИМЕНЕНИЕ СИСТЕМЫ «БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА» НА ПРЕДПРИЯТИЯХ МАШИНОСТРОЕНИЯ УКРАИНЫ

В статье рассмотрены основные составные системы «Бережливого производства» и ее преимущества перед традиционными системами управления производственными процессами. Обоснована необходимость ее внедрения на предприятиях в современных условиях.

В статті розглянуто основні складові системи «Ощадливого виробництва» та її переваги перед традиційними системами управління виробничими процесами. Обґрунтована необхідність її впровадження на підприємствах у сучасних умовах.

This article deals with main components of the system “Lean manufacturing” and its advantages over the traditional manufacturing process system. The necessity is substantiated concerning its application at the enterprises under modern conditions.

Введение. В современных условиях ведения бизнеса становится очевидным, что предприятия и компании для выживания и сохранения долгосрочной конкурентоспособности должны постоянно корректировать свою деятельность с учетом требований окружающей среды. Новые условия ведения бизнеса предполагают постоянную готовность к переменам.

Одним из возможных путей повышения эффективности бизнеса является применение концепции «Бережливого производства», которая нацелена на ликвидацию потерь, таких как излишние складские запасы, межоперационные заделы, время простоя, лишние перемещения, а также сокращение времени выполнения заказа.

Тема статьи является актуальной и значимой в современных условиях хозяйствования, потому что совершенствование производственных процессов по-

звolyет полностью избежать ненужных затрат и успешно конкурировать в условиях современного рынка.

Постановка задания. Целью статьи является анализ и разработка теоретических и научно-практических основ совершенствования организационно-экономического механизма управления производственным процессом на предприятиях машиностроительной отрасли, а также обоснование необходимости внедрения в производство системы «Бережливого производства».

Методология. При написании статьи были использованы методы сбора достоверной информации, систематизации и системного подхода в рассмотрении вопроса рационального управления производственным процессом на предприятии.

Необходимость совершенствования системы управления промышленным производством нашла отражение в работах отечественных и зарубежных ученых-экономистов: Тайити Оно, Сигео Синго, Майкл Вэйдер, О. Виханский, В. Лутцева, Вумек Джеймс, Джонс Даниел, Ясухиро Монден, К. Голоктеев, И. Матвеев, А.Кузьмин.

В современных условиях для обеспечения устойчивой позиции товаропроизводителя на рынке необходимо такое управление производственным процессом, которое содержит в себе как принятие оптимальных решений, так и моделирования использования ресурсного потенциала субъектом хозяйствования.

Результаты исследования. Главной проблемой предприятий является проблема выживания и развития. Особенно это касается предприятий машиностроения Украины, поскольку они являются базовыми, обеспечивают экономический рост, занятость, развитие науки и техники. На сегодня в условиях роста цен на металл и энергоносители, жесткой конкуренции работать по-старому стало невозможным и поэтому на предприятиях машиностроительной отрасли необходимо вводить систему улучшения производственных процессов.

Самая первостепенная нужда заключается в том, чтобы построить систему постоянных улучшений при одновременном росте прибыли без повышения стоимости и разрушения административной структуры. Сама эта фраза является синонимом определения системы «Бережливого производства», которая при

мудром применении способна сыграть роль волшебной палочки в решении производственных вопросов.

Главная цель системы «Бережливого производства», которую за 50 лет разработала и внедрила у себя японская компания Toyota, – создание процесса непрерывных улучшений на предприятии. То есть построение производства, способного быстро отвечать на изменяющиеся требования потребителей и получать прибыль при любом изменении рынка, в том числе при падении спроса. Создание совершенной производственной системы, которая бы при поступлении заказа мгновенно поставляла требуемую продукцию, и при этом не происходило накопления промежуточных запасов. Именно эта система отличается своей эффективностью и может дать наилучший результат в машиностроительной отрасли. Благодаря «Бережливому производству» Toyota, даже выпуская меньше автомобилей, чем ее конкуренты, получает большую прибыль. Это целая философия развития компании [1].

Философия «Бережливого производства» в корне отличается от философии «Серийного производства», преобладающей на отечественных предприятиях. Наши принципы организации предполагают, что производство по своей сути является «выталкивающим», а «Бережливое производство» использует принцип «вытягивания». То есть в условиях серийного производства задача начальника цеха – выпустить как можно больше изделий, даже если в принимающем цехе возникла проблема и на входе скапливаются горы необработанных деталей. В условиях, когда действует система «вытягивания», снабжающий цех выпускает только необходимые для получающего цеха детали и только в том количестве, которое требуется получающему цеху.

Такая же разница существует и в подходах к организации. Серийное производство исповедует философию минимального количества переналадок и выпуска изделий крупными партиями, даже если они потребуются через месяц или более. Основная идеология здесь – производительность и минимизация ассортимента. «Бережливое производство», наоборот, «не боится» переналадок, и, сводя потери времени от переналадок к минимуму, выпускает только те изделия, и в той номенклатуре, которая требуется в данный момент времени [4].

Основываясь на принципах Toyota руководство Закрытого Акционерного Общества «Лозовского кузнечно-механического завода» (далее – ЗАО «ЛКМЗ»), поставило перед собой стратегическую цель: создать собственную философию «Бережливого производства».

ЗАО «ЛКМЗ» – крупнейшее кузнечно-штамповочное предприятие Украины и СНГ, является лидером в производстве элементов трансмиссий и шасси для тракторов, дорожно-строительной техники, производит мосты для автобусов, детали и узлы для тракторной техники, детали для подвижного состава железных дорог, почвообрабатывающую технику для использования в энергосберегающих технологиях [7].

Этапы внедрения системы «Бережливого производства» на предприятии включают анализ процессов производства и выявления проблем. В связи с этим руководством было принято решение провести наблюдение непосредственно в цехах за основными технологическими процессами и на месте выяснить причины возникновения потерь.

В октябре 2010 года на ЛКМЗ было организовано наблюдение за работой группы КГШП 4000 т. с. с использованием контрольных листов. Источник информации – книга нарядов, в которой фиксируются количество изготовленных поковок и допущенные потери времени на установку и наладку штампов, простои оборудования. Результатом этой работы стала диаграмма Парето распределения потерь (див. рис. 1).

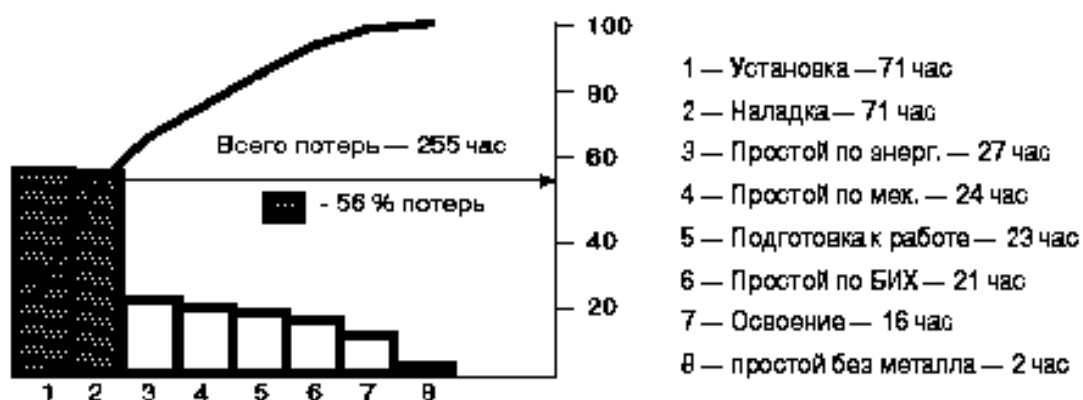


Рис. – Диаграмма Парето распределения по видам потерь времени поз.19, 23, 33

В результате наблюдений было установлено, что больше всего потерь времени идет на установку и наладку – 71 час. Поэтому было принято решение сосредоточить внимание на потерях обусловленных установкой и наладкой – 56 % проблемы. При помощи причинно-следственной диаграммы были определены возможные причины и разработаны краткосрочные мероприятия по сокращению потерь на установку и наладку штампов группы КГШП усилием 4000 т. с. Была поставлена цель – сократить потери в три раза. Срок до 01.10.11 г.

В ходе наблюдения была выявлена главная проблема, а именно большие потери времени. В результате потерь времени в процессе штамповки поз. 19; 23; 33 в октябре 2010 г. недодано продукции ~ 600 тыс. грн. Для выявления коренной причины была построена цепочка, «5 почему?»:

- Почему теряется время? – Долго производят наладку и установку. Ломается оборудование.

- Почему долго производят наладку и установку? – Нет наладчиков и отсутствуют запчасти.

- Почему нет наладчиков и отсутствуют запчасти? – Наладчиков нет из-за низкой заработной платы. На запчасти не выделяют необходимых денежных средств.

- Почему у наладчиков низкая заработная плата? – Потому что нет осознанной проблемы простоев и их последствий.

- Почему нет осознанной проблемы простоев? – Потому что рифы проблем потерь времени скрыты туманом действующей на заводе системы оценки и оплаты труда, так называемой «сдельщины».

Поэтому для того, чтобы внедрить принципы «Бережливого производства» недостаточно просто ликвидировать очевидные недостатки производственного процесса – необходимо в корне поменять принципы организации производства. Внедрение принципов «Бережливого производства» на практике является крайне сложной и ответственной задачей. Для этого недостаточно одного человека – необходима согласованная работа коллектива людей, которые должны понимать смысл изменений и быть убеждены в их правильности.

Внедрение начинается с обучения сотрудников и проведения пилотных проектов на выбранных участках, на базе которых в дальнейшем разворачивается программа улучшений всего предприятия. Принцип проведения проекта заключается в вовлечении как можно большего количества сотрудников в процесс непрерывного улучшения технологии производства путем постоянного обучения персонала и привлечения его к мероприятиям, проводимым в рамках внедрения «Бережливого производства». Также необходимо создать на заводе рабочие группы, которые совместно с техническим управлением займутся дальнейшим выявлением и сокращением производственных потерь, изучением возможностей улучшения производства. Средства, высвобожденные при устранении потерь, останутся в распоряжении завода и будут направлены на социальные нужды, материальное поощрение персонала либо реконструкцию производства.

Собственная философия «Бережливого производства» ЗАО «ЛКМЗ», основанная на опыте Toyota, найдет отражение в разрабатываемой сейчас долгосрочной стратегии развития компании. Цель стратегии – обеспечение конкурентоспособности предприятия на глобальных рынках, достижение высоких стандартов в области производства и условиях работы сотрудников.

Вывод. Практическое воплощение рассматриваемой концепции не такое уж и тяжелое, чтобы стать невозможным для отечественных предприятий. Но концепция требует значительных внутренних усилий: сплоченности сотрудников и их профессиональной отдачи, высокого коллективного духа, тесных связей между функциональными областями организации и четкого понимания целей организации.

Перечисленного на наш взгляд достаточно, чтобы задуматься о ценности концепции «Бережливого производства». Конечно же, решение о воплощении системы требует детального глубокого анализа, так как это не просто инструмент современного менеджмента, но и способ уберечься от экономических неудач, который поможет сохранить управленцу деньги еще до того, как они будут использованы.

Список літератури: 1. Вумек Дж. Бережливое производство : Как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Джеймс Вумек, Дэниел Джонс ; пер. с англ. С. Турко. – М.: Альпина Паблишерз, 2010. – 471 с. 2. Голоктеев К. Управление производством : инструменты, которые работают / К. Голоктеев, И. Матвеев. – СПб.: Питер, 2008. – 250 с. 3. Имаи Масааки Кайдзен : Ключ к успеху японских компаний / Масааки Имаи ; пер. с англ. Т. Гутман. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 274 с. 4. Лайкер Дж. Практика дао Toyota : Руководство по внедрению принципов менеджмента Toyota / Джеффри Лайкер, Дэвид Майер ; пер. с англ. Т. Гутман. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 584 с. 5. Монден Я. Система менеджмента Тойоты / Я. Монден ; пер. с англ. «Центр Приоритет». – М.: ИКСИ, 2007. – 216 с. 6. Блог «Кайдзен» – материалы по бережливому производству. Электронный ресурс – <http://prokaizen.blogspot.com>. 7. Лозовской кузнечно-механический завод: Официальный сайт – <http://upec.ua/services/LKMZ.php>.

Надійшла до редколегії 10.05.11

УДК 339.138

Т.І. КОЧЕТОВА, доцент, НТУ«ХП», Харків,
Н.Е. САФОНІК, студентка. НТУ«ХП», Харків

ОСОБЛИВОСТІ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ШЛЯХОМ РОЗРОБКИ МАРКЕТИНГОВИХ КОМУНІКАЦІЙ

В умовах посилення конкуренції, а особливо її нецінових чинників, щоб успішно продавати свій товар нинішньому досвідченому споживачу, фірмам доводиться вирішувати багато непростих задач. У статті розглядаються особливості підвищення конкурентоспроможності товару за рахунок розробки комплексу просування товару. Описана важливість застосування маркетингових комунікацій для інформування, переконання та стимулювання збуту.

В условиях усиления конкуренции, а особенно ее неценовых факторов, чтобы успешно продавать свой товар нынешнему опытному потребителю, фирмам приходится решать много непростых задач. В статье рассматриваются особенности повышения конкурентоспособности товара за счет разработки комплекса продвижения товара. Описана важность применения маркетинговых коммуникаций для информирования, убеждение и стимулирование сбыта.

In the conditions of strengthening of competition, successfully to sell the commodity to the present user, firms have to decide a lot of not simple tasks. The features of increasing the competitiveness of the product through the developing the complex of marketing mix is analyzed in the article. The importance of using marketing communications for the informing, persuading and stimulating of sales is described.

Сучасний ринок характеризується активним насиченням ринкового простору інформацією, зростанням її значущості й цінності. Підвищення конкурентоспроможності власного продукту є нагальною проблемою виробників на сучасному ринку. Все більшої ваги в управлінні підприємством набуває така складова комплексу маркетингу, як методи просування товару, під якими розуміють сукупність маркетингових рішень. Система маркетингових комунікацій фірми спрямована на інформування, переконання, нагадування споживачам про її товар, підтримку його збуту, а також створення позитивного іміджу фірми.

Метою забезпечення конкурентоспроможності товару є отримання прибутку в результаті успішної реалізації продукції на ринку. Своєю чергою, товар може бути реалізований на ринку лише за умови його відповідності вимогам конкретного споживача. Купуючи, кожен споживач здійснює вибір необхідного йому виробу з-поміж цілої низки аналогічних, що пропонуються на ринку, та придбає той з них, який більшою мірою задовольняє його потреби. Ефективне планування комплексу просування товару сприяє швидкій та безперебійній реалізації виробленої продукції.

Маркетингові комунікації – це творча форма диференціації ринку, завжди конкурентна, завжди прагнуча переконати споживачів, акціонерів і службовців, що ринкова пропозиція даного бізнесу є кращим для них варіантом і тому вони повинні зробити вибір в його користь [6, с. 23].

Ефективна комунікаційна діяльність покликана не тільки надати споживачеві необхідні знання щодо характеристик і якості товарів та послуг, умов укладання угод, особливостей конкурентної пропозиції, а й викликати прихильність покупців, створити атмосферу емоційного взаєморозуміння, доброзичливості й довіри між виробником і споживачами, суспільством.

Конкурентоспроможність конкретного виробу визначається сукупністю його властивостей, які являють інтерес для покупця і забезпечують задоволення такої потреби, проте рівень конкурентоспроможності також визначається ринковою ситуацією і виражається здатністю бути проданим на конкретному ринку.

Аналіз низки літературних джерел показує, що існує два підходи вітчизняних економістів до визначення конкурентоспроможності на рівні продукції. Ці поняття висвітлені у роботі В. Немцова, а саме: деякі автори розглядають конкурентоспроможність продукції як сукупність її властивостей, найважливішими характеристиками якої є технічний рівень, якість, ціна [1]. Далі ці властивості доповнюються. Наприклад, А.Литвиненко та А. Татяненко запропонували розуміти під конкурентоспроможністю «...характеристику товару, що відображає його відмінність від товару-конкурента, як за ступенем відповідності конкретної суспільної потреби, так і за витратами на її задоволення».

Конкурентоспроможність конкретного виробу, на їхню думку, «...визначається сукупністю його властивостей, які являють інтерес для покупця і забезпечують задоволення такої потреби» [1]. Однак таке визначення зводиться лише до техніко-економічних властивостей виробу, що цікавлять споживача і забезпечують задоволення його потреби.

Інша точка зору вчених полягає в тому, що рівень конкурентоспроможності однозначно визначається ринковою ситуацією і виражається здатністю бути проданим на конкретному ринку.

Таким чином, прихильники першої точки зору головне значення в ході аналізу конкурентоспроможності продукції надають порівнянню якісних показників, а прихильники другої точки зору вважають, що все залежить від конкретної ситуації на конкретному ринку. Розходження точок зору в проблематиці підвищення конкурентоспроможності пов'язані з відсутністю достатньої ясності щодо предмета дослідження.

Отже, конкурентоспроможна продукція має відповідати наступним вимогам:

1. якість повинна бути не нижче аналогів, наявних на ринку;
2. виробництво повинне бути рентабельним;
3. вона повинна бути експортнопридатною.

За даних умов підприємство для забезпечення конкурентоспроможності своєї продукції повинне здійснювати контроль по групах параметрів, тобто за якістю і витратами на виробництво й реалізацію, стежити за конкурентами і кон'юктурою ринку.

Система просування товару на ринку охоплює сукупність різноманітних заходів, зусиль, дій, які здійснюють як виробники, так і продавці, посередники з метою підвищення попиту, збільшення збуту та розширення ринку товару в цілому, а отже і підвищення конкурентоспроможності товару.

Основним завданням маркетингової комунікації є:

- дослідження ринку: місткість, концентрація споживачів, їхня поведінка, наявність і особливості конкурентних пропозицій та товарів-субститутів;
- знання стратегій збуту, кон'юктури, чинного законодавства і правил поведінки на конкретному ринку;

- дослідження товару: рівень ринкової новизни, міра диференціації, імідж, роль упаковки, причини і суть рекламаций споживачів, рівень супровідного сервісу;
- дослідження каналів маркетингової комунікації: стан, розгалуженість, вартість, досвідченість і лояльність комунікантів;
- дослідження системи розподілу: наявність та розгалуженість каналів розподілу, стан системи посередницьких підприємств та організацій, різноманітність методів торгівлі, кваліфікація та досвід продавців [3, 4].

Конкурентоспроможність товару залежить від маркетингової повноти товару, проте слід зауважити, що споживач дуже обережно ставиться до надмірної пропозиції якостей товару або вважає, що у підприємства є проблеми зі збутом. Орієнтованість підприємства на маркетинг дає можливість вірно оцінити тенденції зміни кон'юнктури, а також є основою раціональної, цінової, товарної, збутової та комунікативної політики.

Висновки. Правильне планування комплексу просування та використання маркетингових комунікацій сприяє швидкій та безперебійній реалізації виробленої продукції. При цьому прискорюється повернення оборотних коштів фірм, попит зростає і перевищує пропозицію, що, у свою чергу, є об'єктивною основою розширення виробництва і підвищення ефективності господарської діяльності, збільшенню конкурентоспроможності фірми і її продукції [5].

Розробка комплексу просування продукції спрямована на інформування, переконання і нагадування цільовій аудиторії про дану продукцію, стимулювання їх збуту, створення позитивного іміджу фірми у суспільстві та налагоджування тісних взаємовигідних партнерських стосунків між підприємством і громадськістю, а також оцінювання ринкової ситуації через зворотний інформаційний потік з метою адаптації цілей фірми до ситуації, яка склалася.

Отже, використання комплексу маркетингових комунікацій в умовах сучасного ринку, що практично сформувався, не лише корисно, а просто необхідно для успішного ведення бізнесу і конкурентоспроможності підприємства.

Список літератури 1. *Нємцов В.Д., Довгань Л.Є.* Стратегічний менеджмент. – К.: 2002. – 555с. 2. *Циганкова Т.М.* Міжнародний маркетинг: Навч.посібник. – К.: КНЕУ, 1998. – 120 с. 3. *Павленко А. Ф., Войчак А. В.* Маркетинг: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – друге, доп. і випр. вид. – К.: КНЕУ, 2001. – 106 с. 4. *Лук'янець Т. І.* Маркетингова політика комунікацій: Навч. посібник. – 2-ге

вид., доп. і перероб. – К.: КНЕУ, 2003. – 524 с. **5.** Голубкова Е.Н. Маркетинговые коммуникации. – М.: Финпресс, 2002. – 256с. **6.** Бернет Дж. Маркетингові комунікації: інтегрований підхід / – СПб: Питер, 2001. – с.23-32.

Надійшла до редколегії 16.05.11

УДК 005.941

Ю.В. КУЛЬБИТ, аспірантка. ХНЕУ, Харків

АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ПРИЙНЯТТЯ СТРАТЕГІЧНИХ РІШЕНЬ В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ

У статті розглянута задача розробки та прийняття стратегічних рішень в умовах невизначеності, для чого розглянуті основні чинники, від яких залежить процес прийняття стратегічного рішення, а також його ефективність.

В статье рассмотрена задача разработки и принятия стратегических решений в условиях неопределенности, для чего рассмотрены основные факторы, от которых зависит процесс принятия стратегического решения, а также его эффективность.

In this article I consider the problem of development and strategic decision-making under uncertainty, what considered the main factors that affect strategic decision-making process and its effectiveness.

Актуальність. Підприємство є складною системою, що складається з безлічі підсистем. Питання прийняття стратегічних рішень є актуальним в силу того, що розширюються масштаби, кількість елементів і взаємозв'язків підсистем в організаційних системах. Ускладнення зв'язків між елементами системи викликає невизначеність у знанні реальної структури системи, що може бути пов'язано з так званим людським фактором, умисним або спеціальним спотворенням інформації.

Іноді визначення стратегічного рішення обмежують лише вибором можливого варіанта дій. Такий підхід збіднює зміст цієї категорії теорії менеджменту і не відповідає його сутності. Рішення завдання розробки і прийняття стратегічних рішень в умовах невизначеності є актуальним не тільки для окремо взятого керівника підприємства, але і для організації в цілому. Т. к. оптимізація діяльності керівника має стратегічно важливий вплив на перспективність діяльності самого підприємства.

У статті це актуальне завдання вирішується з використанням цілого ряду різноманітних факторів, від яких безпосередньо залежить, як приймаються рішення і наскільки ефективними вони будуть. Далі будуть розглянуті основні з них.

Особистісні оцінки керівника містять суб'єктивне ранжування важливості, якості і блага. Що стосується прийняття рішень особисті оцінки вказують бажаний напрямок при виборі між альтернативами дій. Важливо мати на увазі, що управлінські рішення побудовані на основі чийсь системи цінностей. Кожна людина володіє своєю системою цінностей, яка визначає його дії і впливає на ухвалення рішень.

Час і мінливе середовище. З плином часу ситуація зазвичай змінюється. Причому вона може мінятися настільки, що вироблені раніше критерії прийняття рішення стануть непридатні. Тому рішення потрібно приймати і втілювати в життя, поки інформація і допущення, на яких засновані рішення, не застаріли.

Інформаційні обмеження. Інформація необхідна для раціонального розв'язання проблем. Однак часом необхідна для прийняття хорошого рішення інформація недоступна або коштує дуже дорого. У вартість інформації варто включити час керівників і підлеглих, затрачений на її збір, а також витрати, пов'язані з обробкою й аналізом інформації, використанням послуг консультантів.

Поведінкові обмеження. Керівники можуть по-різному сприймати існування і серйозність проблеми. Це веде до неузгодженості і конфліктів у процесі прийняття рішення. Керівники можуть бути настільки перевантажені інформацією і поточною роботою, що не в змозі сприйняти існуючі можливості.

Середовище прийняття рішення. При прийнятті стратегічних рішень завжди важливо враховувати ризик, який характеризує визначеність у прогнозуванні результату. Рішення приймаються в різних обставинах ризику.

Визначеність. Рішення рідко приймається в умовах визначеності, коли керівник точно знає результат кожного з альтернативних варіантів вибору. Порівняно небагато які організаційні або персональні рішення приймаються в умовах визначеності. Однак найчастіше навіть елементи великих рішень можна розглядати як певні. Економісти-математики називають ситуації з наявністю визначеності детерміністськими.

Ризик. До рішень, що приймаються в умовах ризику, відносяться такі, результати яких не є визначеними, але імовірність кожного результату відома. Імовірність визначається як ступінь можливості здійснення даної події і зміню-

ється від 0 до 1. сума ймовірностей всіх альтернатив повинна дорівнювати одиниці. При визначеності є лише одна альтернатива.

Невизначеність. Рішення приймається в умовах невизначеності, коли неможливо оцінити імовірність потенційних результатів. Це повинно буди, якщо вимагаючи обліку чинники настільки нові і складні, що про них неможливо отримати достатньо інформації. У результаті імовірність певного наслідку не можна передбачити з достатньою мірою достовірності. Невизначеність характерна для рішень, які доводиться приймати при швидко мінливих обставинах.

Стикаючись з невизначеністю, керівники, по-перше, намагаються отримати додаткову інформацію і ще раз проаналізувати проблему, по-друге, діють у відповідності з минулим досвідом, думками та інтуїцією і роблять припущення про імовірність подій [3] .

Базуючись на наведеному матеріалі можна зробити висновок, що рішення – це вибір альтернативи. Прийняття стратегічних рішень в організаціях має ряд відмінностей від вибору окремої людини, тому що є не індивідуальним, а груповим процесом. На характер прийнятих рішень величезний вплив має ступінь повноти і достовірності інформації, якою володіє менеджер. У залежності від цього рішення можуть прийматися в умовах визначеності (детерміновані рішення), ризику чи невизначеності (ймовірнісні рішення).

Комплексний характер проблем сучасного менеджменту вимагає комплексного, усебічного їхнього аналізу, тобто участі групи менеджерів і фахівців, що приводить до розширення колегіальних форм прийняття рішень.

Ухвалення рішення – не одномоментний акт, а результат процесу, що має певну тривалість і структуру. Процес прийняття рішень – циклічна послідовність дій суб'єкта управління, спрямованих на вирішення проблем організації і генерації альтернатив, що полягають в аналізі ситуації, виборі з них найкращої і її реалізації.

Результатом вирішення поставленого завдання є рішення актуального завдання розробки та прийняття стратегічних рішень в умовах невизначеності. Був запропонований підхід до прийняття обґрунтованого стратегічного рішення, з урахуванням низки найбільш значущих чинників. Застосування такого пі-

дходу дозволить керівникам приймати більш обґрунтовані, а отже, більш ефективні стратегічні рішення.

Список літератури: 1. Фоломкіна І.С. Особливості прийняття стратегічних рішень в умовах ризику та невизначеності / І. С. Фоломкіна // Електронний документ.- [Режим доступу].- <http://intkonf.org/ken-folomkina-is-osoblivosti-priynyattya-strategichnih-rishen-v-umovah-riziku-ta-neviznachivosti>. 2. Балдин К.В. Риск-менеджмент : учеб. пособие / К.В. Балдин, С.Н. Воробьев. – М. : Гардарики, 2005. – 285 с. 3. Мескон М. Основы менеджмента / М. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоурі // Електронний документ.- [Режим доступу].- <http://bibliotekar.ru/biznes-43/index.htm>

Надійшла до редколегії 16.06.11

УДК 659.3

И.В. ЛИННИК, студентка, НТУ «ХПИ», Харьков

В.А. СОКОЛЕНКО, канд. экон. наук, проф., НТУ «ХПИ», Харьков

КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КАК КЛЮЧЕВОЙ АСПЕКТ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В статье рассмотрена взаимосвязь между социальной ответственностью и корпоративным управлением. Обоснована необходимость документально оформлять нефинансовые отчёты наряду с финансовыми.

У статті розглянутий взаємозв'язок між соціальною відповідальністю й корпоративним управлінням. Обґрунтовано необхідність документально оформляти нефінансові звіти на ряді з фінансовими.

Intercoupling is considered in article between social responsibility and corporate management. Motivated need documentary to arrange disfinancial reports on row with financial.

Постановка проблемы. Качество управления исследуется с разных позиций и точек зрения. Как правило, учитываются только финансовые показатели, оценивающие умение вести бизнес с повышением капитализации. Но на сегодняшний день в Украине также встаёт вопрос о корпоративном управлении и аспектах его успешности. В частности всё более популярным становится вопрос социальной ответственности корпораций в разрезе долгосрочной устойчивости компании.

Цель статьи. Проанализировать и утвердить свою позицию на счёт включения аспекта социальной ответственности в понятие корпоративного управления и доказать необходимость документально оформлять нефинансовые отчёты наряду с финансовыми.

Изложение. Для начала уточним, что корпоративное управление и управление компанией – это разные вещи. Управлением занимается менеджмент предприятия, тогда как корпоративное управление – более глубокое понятие,

включающее взаимодействие собственников, членов корпоративных органов и наёмных менеджеров.

На сегодняшний день всё большую популярность приобретает подход к корпоративному управлению, основанный на принципах открытости и публичности, которые в свою очередь отвечают принципам социальной ответственности.

Учитывая названные элементы, можно сделать вывод, что в Украине существует множество корпораций, которые не в полной мере отвечают указанным требованиям, но находятся на пути к их внедрению. К тому же, Украина понимает свои проблемы с корпоративным управлением и обозначает эту тему, как приоритетную в отношениях с Европейским Союзом.

Корпоративную социальную ответственность (далее КСО) следует рассматривать с точки зрения долгосрочной устойчивости компании и, следовательно, корпоративного управления, которое не принесёт мгновенную прибыль. Большинство компаний, практикующих КСО, уверены, что результат будет значительным, но в перспективе 5-10 лет.

Отсутствие улучшения финансовых результатов в краткосрочном периоде является главной причиной отсутствия интереса к КСО. Скорость возврата инвестиций, быстрота оборота – вот вопросы, интересующие как украинских, так и международных инвесторов. С другой стороны, если сам инвестор разделяет взгляды КСО, то он будет стремиться перенести их на компанию.

КСО соотносится с корпоративным управлением на уровне ценностей, которые определяют границы и подотчётность компаний относительно стейкхолдеров, а также социальной и экологической ответственности и возможностей, в том числе на уровне корпоративных кодексов поведения. В свою очередь, эффективные корпоративные практики являются своеобразными катализаторами КСО. То есть, чем лучше основные моменты корпоративного управления внедрены в бизнес, тем лучше показатели КСО.

Для индикации КСО компании следует ввести культуру ведения нефинансовых отчётов, включающих такие аспекты:

- * структура управления организацией;
- * количество независимых членов высшего руководящего состава;

- * механизм отношений акционеров-работников;
- * связь между выплатами и результатами деятельности организации;
- * процессы, помогающие избежать конфликта интересов;
- * миссия, ценности, кодексы корпоративного поведения организации и их реализация;
- * процедура оценки управления экономическими, экологическими и социальными показателями;
- * оценка собственной результативности.

Принципы КСО, соотносящиеся с принципами корпоративного управления – это раскрытие информации, подотчётность и прозрачность. Тем не менее, подотчётность в экологических, социальных и этических результатах деятельности компании нельзя оставить на КСО-департаменты, так как при этом должны оцениваться стратегические преимущества и управление рисками, что непосредственно связано с экономическими показателями.

Именно поэтому отчётность должна включать вопросы прогресса внедрения КСО с точки зрения корпоративного управления:

- * есть ли внутренняя система контроля КСО?
- * учитывает ли система компенсационных выплат КСО-показатели?
- * прозрачно ли КСО-правление?

Компании согласны с тем, что отчётность является важным инструментом, но для начала организация должна внедрить политику КСО, развить её и только потом отчитаться о реализации. Тем не менее, инвесторы всё чаще хотели бы видеть социальные отчёты и стратегию КСО компаний, так как наличие этих моментов является индикатором хорошего менеджмента компании. Для поддержания имиджа компании с качественным управлением, Правление должно:

- * учитывать не только финансовые показатели, но и влияние деятельности компании на общество и окружающую среду;
- * инвестировать в экономику страны и общество;
- * обеспечить взаимодействие компании со стейкхолдерами;

- * продвигать идеи этичного поведения и хорошего корпоративного управления;
- * обеспечить измеримость программ КСО;
- * обеспечивать эффективное управление, основанное на этических принципах;
- * воздействовать на то, чтобы компания воспринималась, как социально-ответственная.

Ключевая роль Правления – учёт долгосрочных рисков. Растёт тенденция к аутсорсингу управленческого персонала, с целью принятия более качественных решений на основе опыта, навыков и знаний, что на языке КСО обозначается как "разнообразие".

Этот аспект обеспечивает более обоснованные решения по финансовым и нефинансовым вопросам и приносит положительные результаты. Другим элементом "разнообразия" является гендерное равноправие в структуре менеджмента, что учитывается некоторыми компаниями при формировании правления. К сожалению, в Украине женщины недостаточно представлены на уровне управления, даже в компаниях, возглавляемых женщинами.

Для стабилизации ситуации и корректировки поведения персонала, разрабатываются кодексы. Кодексы поведения используются, как инструменты корпоративного управления, но возрастает их использование в целях корпоративной социальной ответственности с приоритетом в следующих вопросах:

- * влияние компании на экономическую, экологическую и социальную сферы;
- * рабочая атмосфера;
- * окружающая среда;
- * трудовые отношения;
- * отношения с поставщиками;
- * этическое поведение.

Некоторые компании считают, что повысить эффективность использования кодексов поведения на практике помогают вознаграждения. Вознаграждения является одной из ключевых практик корпоративного управления, которая

может повлиять на социальные показатели компании. Важно обозначить пакет вознаграждений на перспективу для стимулирования долгосрочных результатов с КСО.

Особое внимание следует уделить управлению рисками в рамках корпоративного управления, рассматривающееся с точки зрения КСО. Так как раскрытие информации, которая представляет опасность, обществу и улучшение прозрачности своих действий даёт потребителям в целом большую уверенность в самой компании.

Сегодня вопрос КСО постепенно входит в протоколы заседаний Правления. Ожидается, что в скором времени корпоративное управление будет включать подготовку, реализацию и оценку политик КСО – эта информация будет запрашиваться ведущими финансовыми аналитиками. Ещё одна ключевая тенденция свидетельствует о большей подотчётности компании не только в финансовых вопросах, но и в вопросах влияния на общество.

Список литературы: 1. Управление банковскими рисками: Уч. пособ. / Л. О. Примостка, П. М. Чуб, и др.; Ред. д-ра экон. наук, проф. Л. О. Примостки – К.: КНЕУ, 2007 – 600 с. 2. *Хименко С. М.* Конфликты интересов в акционерных обществах // Науч. сб. «Стратегия экономического развития» – К. КНЕУ – 2007. – № 19. 3. Сайт Института Корпоративного права и управления//<http://www.iclg.ru>.

Надійшла до редколегії 12.05.11

УДК 331.108

Д.В. ЛЕЛЮК, студентка, НТУ «ХП», Харків

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕГРУВАННЯ МОДЕЛІ КОМПЕТЕНЦІЙ В СИСТЕМУ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В статті доведено необхідність адаптації моделі компетенцій до існуючої на підприємстві системи. Розглядаються основні напрямки, за якими модель компетенцій може впливати на існуючу систему управління персоналом. Визначені особливості її інтеграції по вказаних напрямках в практиці вітчизняних підприємств. Проаналізовано можливість використання ланої моделі лише для виконання окремих функцій управління персоналом.

В статье доказано необходимость адаптации модели компетенций к существующей на предприятии системе управления персоналом. Рассматриваются основные направления, по которым модель компетенций может влиять на существующую систему. Определены особенности ее интеграции по указанным направлениям в практике отечественных предприятий. Проанализировано возможность использования данной модели для выполнения отдельных функций управления персоналом.

In the article the necessity of competency model adaptation to the company's existing HR system is proved. This article deals with the main directions competency model can influence HR system. The peculiarities of

its integration into Ukrainian companies' practices are defined. The possibility of competency model use for realization of only few HR functions is analyzed.

В сучасних економічних реаліях України вдосконалення управління персоналом на підприємстві базується на методах, що не потребують значних капіталовкладень, а засновані скоріше на перерозподілі існуючих витрат. Такі методи повинні вирішувати, в першу чергу, питання адекватного розподілу фонду заробітної плати при (в більшості випадків) його скороченні, та питання стимулювання зростання продуктивності праці. Саме тому модель компетенцій розглядається вітчизняними підприємствами як один з основних інструментів при вдосконаленні HR-управління.

Важливою проблемою впровадження моделі компетенцій на підприємстві є її інтегрування в існуючу систему управління персоналом. Необхідно враховувати, що, при всій багатогранності моделі та потенційних можливостях її адаптації до усіх функцій управління персоналом, її використання в повному обсязі (в тому числі – і впровадження надто дорогих методів зворотного зв'язку, повної комплексної оцінки тощо) не завжди є економічно доцільним для підприємства. На нашу думку, якісне інтегрування моделі компетенцій в уже існуючу систему є важливим практичним завданням сучасного управління персоналом.

Питання, пов'язані із вдосконаленням управління персоналом в сучасних умовах розглядаються в роботах таких вітчизняних економістів як Д. Богиня, І.Бондар, Г. Дмитренко, В. Данюк, Т. Кір'ян, А. Колот, Е. Лібанова, Н. Лук'янченко, В. Петюх, Л. Семів, Ф. Хміль, А. Уманський та інших. Модель компетенцій аналізується як перспективний напрямок удосконалення управління людськими ресурсами в західних концепціях менеджменту підприємств. На жаль, проблемам інтегрування моделі компетенцій в існуючу систему управління персоналом підприємства приділяється недостатня увага в розробках вітчизняних фахівців.

Метою даної статті є аналіз основних напрямків, за якими модель компетенцій може впливати на існуючу систему управління персоналом та визначення особливостей її інтеграції по цих напрямках.

Основними напрямками впливу моделі компетенцій на систему управління персоналом є вдосконалення системи рекрутингу, оцінювання, мотивації та розвитку персоналу. Проте можливо використання моделі для вдосконалення однієї або кількох з цих функцій. Наприклад, в реаліях українських промислових підприємств зустрічається така особливість набору персоналу як так звана «сімейність». Тобто, заохочується прийняття на роботу членів сімей дійсних працівників, місце роботи зазвичай не змінюється протягом життя тощо. Така система має як позитивні, так і негативні сторони (наприклад, зовсім не придатна для окремих видів компаній та є морально застарілою). Проте така система існує, а її зміна потребує від підприємства значних фінансових та трудових витрат. Модель компетенцій може суттєво скорегувати і вдосконалити процеси оцінювання персоналу, мотивації та розробки систем розвитку у рамках такої політики управління персоналом, але не є необхідною на етапі рекрутингу, відповідно потребує такого інтегрування, за якого б ця функція не використовувалася [2, с. 21].

Необхідна адаптація повинна відбуватися ще на рівні розробки моделі. Сам процес розробки моделі компетенцій теж має ряд особливостей, що повинні бути адаптовані до реалій підприємства. Наприклад, участь безпосередньо працівників у процесі розробки моделі, що є обов'язковою умовою її адекватного функціонування, може регулюватися залежно від фінансових можливостей проекту, особливостей виробництва, атмосфери у колективі, існуванні власних засобів інформації тощо [4]. Так, процес отримання зворотного зв'язку можливо організувати як дискусії у фокус-групах, загальне опитування за складеними заздалегідь анкетами, публікації в засобах інформації рівня підприємства з посиленням на відповідальний відділ або координатами особи, до якої можна звернутися з пропозиціями, розробка нових засобів інформації конкретно під даний проект (тематичні буклети, газети) тощо.

Інтегрування моделі компетенцій в існуючу систему управління персоналом підприємства обов'язково включає в себе адаптацію до існуючої системи тестування професійних знань. Модель компетенцій не повинна дублювати завдання професійних тестувань, що призводило б до значних витрат ресурсів.

Можливі варіанти як паралельного функціонування двох систем оцінювання, так і їх об'єднання в одну модель компетенцій, що враховує професійні знання, при чому за другого варіанту в оцінці працівника за моделлю компетенцій стає необхідною участь експертної комісії.

Варто також окремо відмітити необхідність адаптації процесу оцінки працівника до реалій підприємства. В ідеалі модель компетенцій потребує реалізації типу оцінки «360°», що передбачає оцінку безпосереднім керівником, підлеглими, колегами, клієнтами тощо [1]. Але використання такого типу оцінки потребує значних витрат, в тому числі і витрат часу. Зазвичай, такий тип потребує змін та адаптування, в залежності від фінансових можливостей підприємства, кількості працівників, що оцінюються, рівня автоматизації процесу оцінки та підрахунку, відведеного проміжку часу тощо.

Модель компетенцій як ефективний інструмент управління персоналом стає усе більш популярною на вітчизняних підприємствах. Проте на різних підприємствах вона функціонує в дещо модифікованих формах, адаптованих до реалій конкретних підприємств та інтегрованих у їх вже існуючі системи управління. Така адаптація дозволяє значно вдосконалити рівень управління персоналом, навіть не проводячи витратних дій щодо зміни застарілої системи. Проте процес інтегрування потребує врахування багатьох факторів, зокрема фінансових можливостей проекту, кількості оцінюваних працівників, специфіки діяльності підприємства, психологічного клімату у колективі, структури управління персоналом, вже існуючих систем оцінювання тощо. Тому перспективними напрямками дослідження означеної проблеми ми вважаємо аналіз процесу взаємовпливу та інтеграції тестування професійних знань та моделі компетенцій, дослідження адаптації рівня участі працівників на різних етапах впровадження моделі компетенцій до реалій підприємства. Потребує глибоких наукових розробок і система показників, аналіз динаміки яких дозволив би робити висновки щодо доцільності впровадження моделі компетенцій на підприємстві та оцінювати рівень ефективності такого впровадження. В цілому це сприяло б підвищенню якісного рівня управління персоналом та створювало умови для

отримання вітчизняними підприємствами більш високих фінансово-економічних результатів господарської діяльності.

Список літератури: 1. Варламова Е. Оценка персонала по методу "360 градусов"/Е.Варламова// Кадровое дело, ноябрь №11 – 2004. 2. Ветошкина Т. Роль компетенций в управлении персоналом /Т. Ветошкина// Кадровик. Кадровый менеджмент № 3 – 2008. 3. Зубченко Л. Вас ждет повышение. Современные системы управления персоналом [Электронный ресурс]/ – Режим доступа до статті: <http://www.ubo.ru/articles/?cat=132&pub=436> 4. Лановенко Е. Оценка по компетенциям: системообразующая модель [Электронный ресурс]/ – Режим доступа до статті: http://hr-land.com/pages/osenka_po_kompetencyam:_sistemoobrazuyushchaya_model_.html 5. Робертс Г. Рекрутмент и отбор. Подход, основанный на компетенциях. – Гиппо: 2010 г. – 288 с. 6. Спенсер Лайл М., Спенсер Сайн М. Компетенции на работе. Пер. с англ. – М.: НРРО, 2005, – 384 с.

Надійшла до редколегії 16.04.11

УДК 330.322.54

Т.А. МОЩИЦКАЯ, мл. науч. сотр., Национальный аэрокосмический университет им. Н.Е. Жуковского «ХАИ», Харьков

ОСОБЕННОСТИ МЕТОДА ДИСКОНТИРОВАНИЯ СВОБОДНЫХ ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ ПО СРЕДНЕВЗВЕШЕННОЙ СТОИМОСТИ КАПИТАЛА В НАУКОЕМКИХ ОТРАСЛЯХ

В статье изложены основные преимущества и недостатки использования метода дисконтирования свободных денежных потоков по средневзвешенной стоимости капитала в наукоемких отраслях.

У статті викладені основні переваги та недоліки використання методу дисконтування вільних грошових потоків за середньозваженою вартістю капіталу в наукоємких галузях.

In the article advantages and disadvantages of a method of discounting by WACC (Weighted Average Cost of Capital) in the high technology branches are resulted.

Одним из перспективных направлений промышленной политики Украины должно стать создание инновационной, высокотехнологичной, наукоемкой экономики, перенос тяжести со "старого" индустриального на "новый" постиндустриальный сектор, в котором основную ценность составляют научные знания, информация, умения и навыки воплощать эти знания в продукцию.

Неустойчивое положение многих предприятий, выпускающих наукоемкую продукцию в последние годы, свидетельствуют об отсутствии сложившихся рыночных механизмов воспроизводства наукоемкого сектора украинской промышленности. Адаптироваться к новым условиям смогли только те предприятия, которые стали работать на внешние рынки. При этом основную долю

используемых предприятиями разработок составляют сделанные до 1990 г., а продукция является большей частью модификацией выпускаемой ранее.

Рост наукоемких рынков возможен при перераспределении финансовых, трудовых и прочих ресурсов с других рынков. Экономика динамично развивающихся стран мира и компаний характеризуется высокой интенсивностью, результативностью научно-технической и инновационной деятельности, развитием ресурсосберегающих технологий. Успешное внедрение научно-технических разработок в этих странах позволяет им занимать доминирующее положение на мировых рынках. К тому же в конечной продукции наукоемких производств большая доля добавленной стоимости, чем в других отраслях.

В Украине доля предприятий, которые занимаются собственными научными исследованиями и разработками составляет 12,8%, а успешно внедряют свои разработки – 10,7% субъектов хозяйствования. При этом источниками финансирования научных изысканий и разработок в основном выступают средства предприятий (65-70% от общего объема средств). В последнее время наблюдается рост финансирования разработок со стороны иностранных компаний. В 2000-2009гг. около 40% новых технологий были приобретены за границей, причем большинство для отраслей, которые имеют в Украине собственную развитую научную базу (химия и нефтехимия, металлургия, машиностроение) [1].

Помочь развитию высокотехнологичных и наукоемких отраслей это одна из основных задач государства. Создание конкурентоспособной продукции с высокой добавленной стоимостью позволит украинской промышленности стать на путь успешного развития. На сегодняшний день, инвестиции в наукоемкие отрасли не дают гарантированную прибыль и сопряжены с большими рисками. Финансирование НИОКР из бюджета не превышает 0,4% ВВП, при задекларированных законодательством размере в 1,7%. Доля программно-целевого финансирования НИОКР не превышает 10% расходов на науку по норме 30%. Кроме того, состояние НИОКР в Украине негативно сказывается на внешней торговле наукоемкой продукцией, а попытка выйти из кризиса путем наращивания экспорта традиционных товаров и сырья ведет к перманентному кризису. Резервы подобной политики в Украине уже давно исчерпаны, о чем свидетель-

ствует существенное ухудшение внешнеторгового и платежного балансов в последние годы.

При создании многих наукоемких производств ввиду необходимости значительных инвестиций идет естественный процесс интеграции ресурсов, в первую очередь финансовых, и сбытовых сетей. Принадлежность отраслей экономики к разряду наукоемких характеризуется показателем наукоемкости продукции, который определяется отношением затрат на НИОКР к общим издержкам или объему продаж. Считается, что для наукоемких отраслей этот показатель должен в 1,2-1,5 раза превышать средний уровень по обрабатывающей промышленности индустриально развитых стран. Точный критерий наукоемкости обозначить проблематично, так как, кроме отличия показателя по отраслям, в одной отрасли в разных странах (из-за различий в структуре затрат, относимых на НИОКР) со временем прослеживается тенденция повышения доли НИОКР.

Основными характерными чертами наукоемких производств являются:

- наличие научных школ, коллективов конструкторов и технологов, способных создавать уникальную и конкурентную на мировом рынке продукцию (школы А.Н. Туполева и других выдающихся главных конструкторов прошлого столетия);

- преобладание высококвалифицированных инженерно-технических сотрудников и производственного персонала в общей численности работников предприятия;

- общедоступная и эффективная система подготовки высококвалифицированных кадров;

- эффективная система защиты прав на интеллектуальную собственность;

- оперативное внедрение разработок, обеспечивающих повышенную конкурентоспособность, высокая динамичность производства;

- государственное стимулирование и поддержка (законодательная, финансовая и налоговая);

- активная и эффективная инвестиционная и инновационная деятельность;

- использование в производстве передовых технологий;

-длительный жизненный цикл многих видов продукции, достигающий, например, в гражданской авиации, по данным The Airline Monitor за прошлые годы, 30-40 лет: 5-7 лет – разработка, 1-2 года – производство, 27 лет – средний срок эксплуатации;

-высокие удельные затраты на НИОКР и т.д..

Главной особенностью проектов по оценке наукоемкой продукции является уникальность самих объектов. При проведении оценки необходим учет множества факторов, таких как развитие рынка, срок экономической жизни изделия, инфляция, изменение ВВП, изменение цен на топливо и других. Оценка проводится, как правило, с использованием трех подходов: затратного, сравнительного и доходного (отражающих прошлое, настоящее и будущее).

К примеру, методологию оценки самолета на стадии изготовления можно формализовать следующим образом:

- в рамках затратного подхода определяются затраты на НИОКР по отношению к планируемому количеству изделий к выпуску, к полученной величине добавляются средние затраты на производство изделия;

- в рамках сравнительного подхода проводится сопоставление по ключевым параметрам. Необходимо исследовать зависимость цен аналогов от летно-технических и эксплуатационных характеристик. К наиболее значимым показателям, влияющим на каталожные и рыночные цены, для самолетов можно отнести число мест (пассажировместимость), дальность полета, эксплуатационные затраты (возможен выбор и других параметров);

- в рамках доходного подхода определяется приведенный денежный поток, рассчитанный для наиболее типичных условий эксплуатации, исходя из дальности маршрутов, условий эксплуатации и др. факторов.

Проведение экономической оценки (до начала изготовления, на стадии изготовления, оценки эффективности и др.) актуально для компаний-разработчиков и компаний-производителей, несущих риски на стадии проектирования и изготовления, авиаперевозчиков, заинтересованных в минимизации издержек при эксплуатации, и лизинговых компаний, заинтересованных в свое-

временном поступлении лизинговых платежей, а также в ряде случаев финансирующих изготовление изделий.

Качество управления в наукоемких отраслях имеет далеко идущие последствия, при этом цена ошибки и ответственность за принимаемые решения значительно выше, чем в других отраслях промышленности. Наличие финансовых ресурсов для реализации проекта НИОКР зависит от состояния компании, определяемого ее деятельностью. Следовательно, денежные потоки компании, как при реализации конкретного проекта, так и в целом должны оцениваться с максимально возможной точностью. Поэтому при планировании стоимости операций предприятий наукоемкого производства целесообразно использовать метод, который базируется на дисконтировании денежных потоков по средне-взвешенной стоимости капитала.

Приведение величины будущих потоков денежных средств к текущему моменту времени невозможен без расчета ставки дисконта. В экономическом смысле в роли ставки дисконта выступает требуемая инвесторами ставка дохода на вложенный капитал в сопоставимые по уровню риска объекты инвестирования.

Для денежного потока для всего инвестированного капитала применяется ставка дисконта, равная сумме взвешенных ставок отдачи на собственный капитал и заемные средства (ставка отдачи на заемные средства является процентной ставкой банка по кредитам), где в качестве весов выступают доли заемных и собственных средств в структуре капитала. Такая ставка дисконта называется средневзвешенной стоимостью капитала (Weighted Average Cost of Capital – WACC).. Согласно общепринятой концепции, WACC рассчитывается следующим образом:

$$WACC = PЗК * dЗК + PСК * dСК,$$

где $PЗК$ – цена заемного капитала;

$dЗК$ – доля заемного капитала в структуре капитала;

$PСК$ – цена собственного капитала;

$dСК$ – доля собственного капитала в структуре капитала.

Преимущества и недостатки метода дисконтирования свободных денежных потоков по средневзвешенной стоимости капитала приведены в таблице 1.

Таблица 1 – Преимущества и недостатки метода дисконтирования свободных денежных потоков по средневзвешенной стоимости капитала

Преимущества метода	Недостатки метода
- точность (стоимость капитала возможно точно рассчитать)	- двойной учет риска (проценты и дивиденды включают в себя поправку на риск; в ходе дисконтирования поправка на риск учитывается при расчете сложного процента, поэтому риск нарастает равномерно с течением времени)
- альтернативность (по стоимости капитала возможно судить об одном из возможных вариантов альтернативного использования ресурсов)	- средневзвешенная стоимость капитала не является постоянной величиной, и может измениться при следующих условиях: - риск планируемого инвестиционного проекта сильно отличается от риска деятельности фирмы в настоящее время; - для осуществления проекта предприятию необходимо привлечь дополнительный капитал из одного конкретного источника
- использование показателя WACC при расчете ключевых показателей стоимости компании	- для всех инвестиционных проектов используется одна и та же ставка дисконтирования, но различные инвестиционные проекты одного и того же предприятия могут значительно отличаться по степени и характеру риска
	- внутренняя норма рентабельности инвестиционного проекта предприятия должна быть выше средневзвешенной стоимости капитала (важно, чтобы внутренняя норма рентабельности всего инвестиционного портфеля предприятия была не ниже стоимости капитала)

Для наукоемкого производства использование средневзвешенной стоимости капитала для дисконтирования денежных потоков важен в части точности расчетов. Помимо точности и альтернативности, показатель средневзвешенной стоимости капитала используется и при расчете ключевых показателей стоимости компании, что свидетельствует об информативности WACC.

Следует отметить, что ставка WACC может подвергаться корректировке в зависимости от риска капиталовложений. Например, капиталовложения, связанные с заменой оборудования, менее рискованны, чем инвестиции, сделанные с целью освоения новых видов продукции. При оценке экономической эффективности в этом случае можно рассматривать средневзвешенную стоимость капитала компании как минимально допустимое значение величины альтернатив-

них издержек, увеличивая требуемую норму доходности в зависимости от характера капиталовложений.

Список литературы: 1. Официальный сайт государственного комитета статистики Украины [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http:// ukrstat.gov.ua](http://ukrstat.gov.ua) 2. Бланк И.А. Инвестиционный менеджмент. – К.:МП «ИТЕМ» Лтд. «Юнайтед Лондон Трейд Лимитед», 1995. – 448с. 3. Румянцева Е.Е. Инвестиции и бизнес-проекты: Учебно-практическое пособие в 2-х частях.-"Армита-Маркетинг- Менеджмент", 2001. 4. Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент. Теория и практика.-М.: Перспектива, 2003.-656 с.

Надійшла до редколегії 22.04.11

УДК 314.116 – 022.252

О.Ю. НАЗАРОВА, канд. екон. наук, ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків
**СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ
ДЕМОГРАФІЧНИХ ПРОЦЕСІВ**

У статті розглянуто такі демографічні процеси, як депопуляція та постаріння населення у світі та Україні. Здійснено статистично-демографічний аналіз показників, які характеризують ці процеси. Показані напрямки розвитку демографічних ситуацій у світі та Україні.

В статье рассмотрены такие демографические процессы, как депопуляция и старение населения в мире и Украине. Осуществлен статистически-демографический анализ показателей, которые характеризуют эти процессы. Показаны направления развития демографических ситуаций в мире и Украине.

The demographic processes of depopulation and population aging in the world and Ukraine are considered in the article. Statistical and demographic indices analysis describing these processes is done. Trends of the demographic situations in the world and Ukraine are pointed out.

Постановка проблеми. Процеси депопуляції та супутнє прискорення процесу старіння населення притаманні багатьом країнам світу і є однією з найактуальніших демографічних проблем.

Депопуляційні тенденції у наш час і, згідно з оцінками ООН, у наступні десятиріччя масштаби депопуляції та рівень охоплення нею держав світу зростатимуть, при цьому ХХІ ст. неминуче стане «століттям старіння» населення.

Поява й наростання депопуляційних тенденцій та необоротних змін у віковому складі населення «на користь» осіб похилого віку йшли, в рамках новітньої демографічної історії європейських країн, пліч-о-пліч з доволі швидким зниженням народжуваності на континенті.

Актуальною й недостатньо задоволеною лишається потреба в осмисленні сучасного стану взаємозв'язків демографічних процесів і структур в оновленні населення, поглибленому аналізі чинників та перспектив відтворення населення у демографічно неблагополучних регіонах світу, до яких належить й Україна.

Аналіз публікацій. Проблеми процесів депопуляції і старіння населення та їх наслідків в останній чверті минулого – на початку поточного століття стали одними з найбільш активно досліджуваних як власне демографами, так і економістами, а також фахівцями, які розглядають питання старіння та низку супутніх проблем у широкому соціогуманітарному контексті. Серед вітчизняних науковців, які вивчають проблеми депопуляції та різні аспекти старіння населення, слід, насамперед, відзначити фахівців Інституту демографії та соціальних досліджень НАН України С. Пирожкова, Н. Левчук, В. Піскунова, С. Піскунова, В. Стешенко, П. Шевчука й ін., а також співробітників Інституту геронтології АМН України В. Безрукова, В. Чайковську та інших.

Серед фахівців-демографів та соціологів, які одними з перших почали всебічно досліджувати старіння населення, слід, насамперед, назвати польського демографа Е. Россета (автора відомої і донині широко використовуваної шкали для оцінки рівня постаріння) та француза А. Сові. Проблематика старіння і його зв'язки з перебігом основних демографічних процесів та результативними параметрами відтворення населення на етапі першого демографічного переходу детально розглядалися у роботах відомих демографів із далекого і близького зарубіжжя А. Вишневського, А. Ландрі, З. Павліка, С. Престона та інших

Мета роботи: розгляд особливостей депопуляції та специфіки процесу старіння населення в світі та Україні, його перебігу та очікуваних соціально-економічних наслідків на перспективу.

Виклад основного матеріалу.

Розвиток будь-якої держави значною мірою залежить від наявності людського потенціалу, гармонізації процесу його відновлення. Порушення процесу відтворення населення сприяє такому демографічному явищу, як депопуляція.

Демографічна статистика розглядає процес депопуляції, як систематичне скорочення абсолютної чисельності населення.

Депопуляція населення спостерігається в розвинених країнах, а для країн третього світу характерним є «демографічний вибух». Нерівномірне зростання

населення в різних регіонах супроводжується інтенсивним процесом перерозподілу світового населення між ними. Частка населення економічно розвинених регіонів неухильно знижується (33,1% 1950 р., 27% 1975 р.) і до 2008 р. зменшилася до 20,5%, тоді як частка регіонів Азії, Африки та Латинської Америки, що розвиваються, відповідно зростає (1950 р. – 66,9%, 1975 р. – 72,9% і за оцінкою 2008 р. – 79,5%). [9] Подолання економічної відсталості регіонів, що розвиваються, необхідне для нормальних відносин між державами і для прогресу людства в цілому.

Населення світу до 2025 року, за прогнозами експертів ООН, досягне 8,3 млрд. людей. На земній кулі щорічно народжується більш ніж 130 млн. людей, вмирає 50 млн.; таким чином, приріст населення складає близько 80 млн. людей.

Таблиця 1 – Варіанти чисельності населення світу, млн. осіб [10]

	Нижчий		Середній		Вищий	
	2020	2050	2020	2050	2020	2050
Всього	7280	7680	7578	9076	7873	10646
в тому числі:						
Більш розвинені регіони	1199	1057	1244	1236	1290	1440
Менш розвинені регіони	5844	6622	6333	7840	6584	9206

Інформація, що міститься в оцінках і перспективних розрахунках ООН на період з 1950 по 2050 р., свідчить про багаті розмаїтості сучасних демографічних процесів. Перманентне зростання чисельності населення світу супроводжується цілком певною стабілізацією у частині загальної чисельності населення розвинених країн. У цій групі показник середньорічної чисельності населення істотно змінюватися не буде. При цьому до 2030 р. очікується зростання, хоч і незначне, числа громадян, а в наступний період – спад цього показника, причому з наростаючим абсолютним скороченням відповідних даних. Передбачається, що чисельність населення більше 50 країн, включаючи, наприклад, Німеччину, Італію, Японію, в 2050 р. буде нижче, ніж в 2005 р. Така

перспектива цілком реальна, оскільки в ряді країн Західної Європи (наприклад, у Великобританії, ФРН) нетто-коефіцієнт відтворення менше 1, тобто не відбувається навіть простого заміщення поколінь.

Потенційна загроза розвитку сучасної демографічної ситуації полягає в тому, що населення світу розпочало ХХІ ст. з 1 млрд. безробітних, 1 млрд. голодуючих, 1 млрд. неграмотних, 2 млрд., що живуть в умовах відносного або абсолютного перенаселення, 1,5 млрд. знедолених, що знаходяться за «межею бідності».

В Україні процес депопуляції, який на загальнонаціональному рівні спостерігається з початку періоду незалежності нашої країни (1991 р.), через свою масштабність і швидке наростання протягом 1990-х став настільки яскравим проявом демографічного неблагополуччя, що його певний час ототожнювали з самим поняттям демографічної кризи.

Україна серед європейських країн вирізняється саме масштабністю й тяжким характером депопуляції. Наразі у складі європейських країн, охоплених депопуляцією, найвищий показник природного зменшення населення (-0,6‰) фіксується саме в Україні, близьким до нього є показник для Болгарії (-0,5‰).

Характеризуючи специфічні риси депопуляції у межах України, слід, насамперед, наголосити на вищій інтенсивності природного убутку населення та довготривалості депопуляційних тенденцій у сільській місцевості країни, де перевищення числа померлих над кількістю народжених спостерігається вже майже тридцятиріччя (з 1979 р.).

За статистичними даними в Україні у 1991 році проживало 51,9 мільйонів осіб, у 1999-му – 48,9, а станом на 1 січня 2011 року – 45,8 мільйонів осіб (рис. 1).

Основна причина глибинних процесів депопуляції – висока смертність населення. В Україні нетипова структура смертності – третину від померлих становлять люди допенсійного віку, а 40 відсотків юнаків 16-18-річного віку не мають шансів дожити до 60-річного віку. Скорочення населення викликане також тим, що рівень смертності перевищує рівень народжуваності. Щороку населення України скорочується приблизно на 200 тисяч осіб.

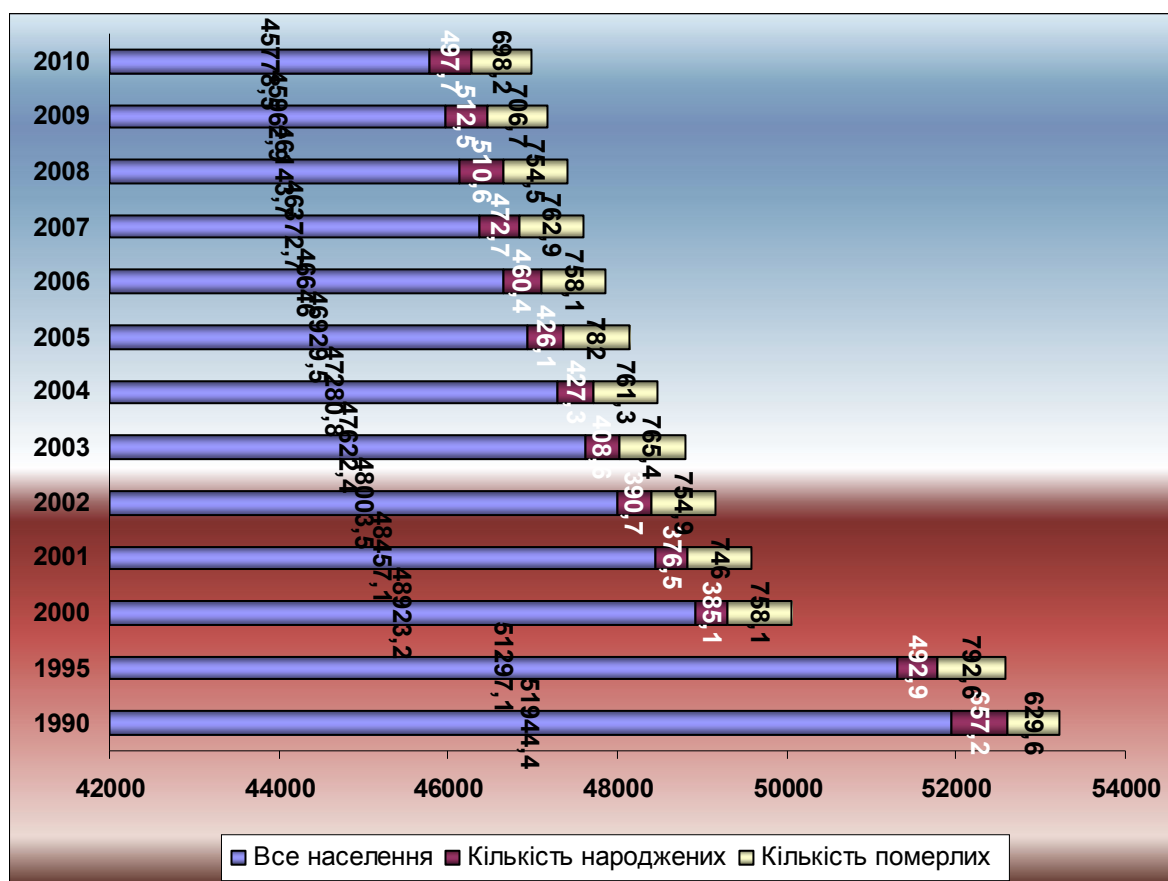


Рис. 1 – Чисельність населення та основні показники природного руху в Україні за 1990-2010 рр. (тис. осіб) [7]

У переважній більшості областей України за 2010 р. зареєстровано скорочення населення. Так, загальний показник по всій країні становить – 200,5 тис. осіб, або –4,4 на 1000 жителів. Порівняно з 2009 р., коли цей показник становив –194,2 тис. осіб, відзначається ще більша тенденція до зменшення населення. Приріст зареєстровано лише у ряді західних областей: Закарпатській (3,3 тис. осіб), Рівненській (2,1 тис.), Волинській (0,5 тис.), а також Києві (3,5 тис.). (Рис. 2)

Такий показник скорочення населення пов'язаний із переважанням кількості померлих (698235 осіб) над кількістю народжених (497689 осіб), що залишається характерною рисою природного руху населення України. Хоча й відзначається поступове зменшення кількості померлих та збільшення такої народжених. Так, для порівняння у 2009 р. наведено такі дані: 706740 та 512526 осіб відповідно.

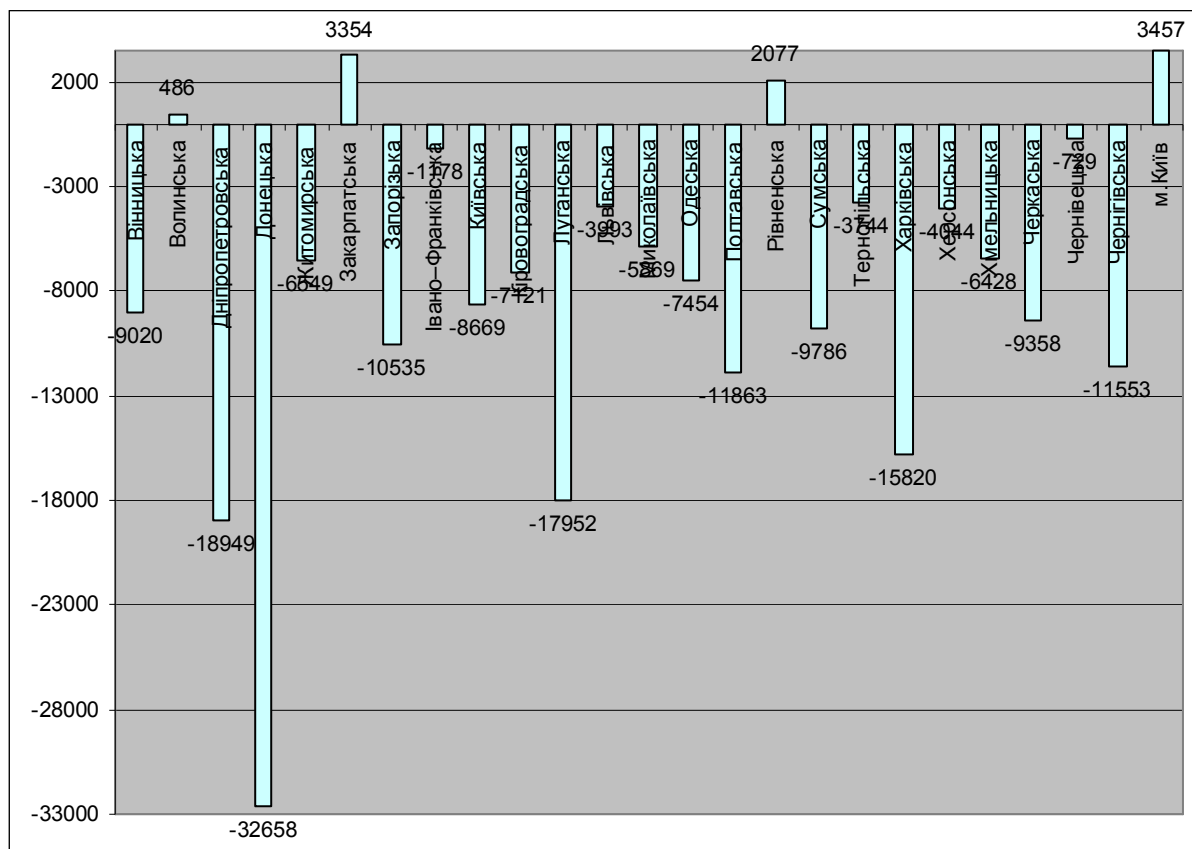


Рис. 2 – Природний приріст (скорочення) населення України за регіонами у 2010р. (осіб) [7]

Суттєво різняться ситуація в окремих регіонах країни. Так, наприклад, у Луганській обл. зафіксовано 20969 народжених на протигагу 38921 померлим. У Донецькій обл. відзначається подібна ситуація – 41258 та 73916 особи відповідно. У цілому схожі тенденції прослідковуються і в інших областях Південно-Східного регіону.

Демографічна статистика вивчає також процес постаріння населення, який проявляється в закономірності вікового розподілу сучасного людства.

Скорочення народжуваності і збільшення тривалості життя в сучасному світі веде до стрімкого старіння населення планети. За прогнозом експертів, вже в найближчі десятиліття люди віком понад 60 років складатимуть половину дорослого населення планети, при тому, що зараз вони складають близько 10% чисельності землян.

Для вивчення вікової структури населення виділяють три основні групи: до 14 років (діти); від 15 до 64 років (населення у працездатному віці); 65 років і старше (старша вікова група, населення в післятрудоному віці). Показник вікової структури – коефіцієнт старіння (частка людей 65 років і старше в загальній чисельності населення країни). Відповідно до усталеної світової практики країна відноситься до розряду «демографічно старіючих», якщо населення зазначеної вікової групи становить 15% і більше від загальної чисельності населення країни.

З даними переписів кінця ХХ–початку ХХІ ст., цей кордон перейшли практично всі економічно розвинені країни. Питома вага населення 60 років і старше склав там 20%, а до 2050 р. підвищиться до 32%. Чисельність цієї вікової групи вже перевищила чисельність дітей і очікується посилення цієї тенденції: до 2050 р. на одну дитину будуть припадати два літні люди.

Згідно з оцінками ООН, проблема старіння населення характерна практично для всіх країн світу. Відмінності стосуються виключно ступеня динамічності цього процесу і, звичайно, власне рівнів даних показників вікової структури населення (рис. 3). Прогнозується, що до 2050 р. кількість населення старшого віку в світі збільшиться до 1,9 млрд. чоловік проти 672 млн. у 2005 р., тобто по суті потроїться. При цьому їхня велика частина зосередиться в країнах, що розвиваються: в 2050 р. 8 людей з 10 проти 6 з 10 в 2005 р. Крім того, саме в цих країнах буде проживати найбільше число довгожителів – людей у віці 80 років і старше. Їх загальносвітова чисельність зросте до 394 млн. чоловік.

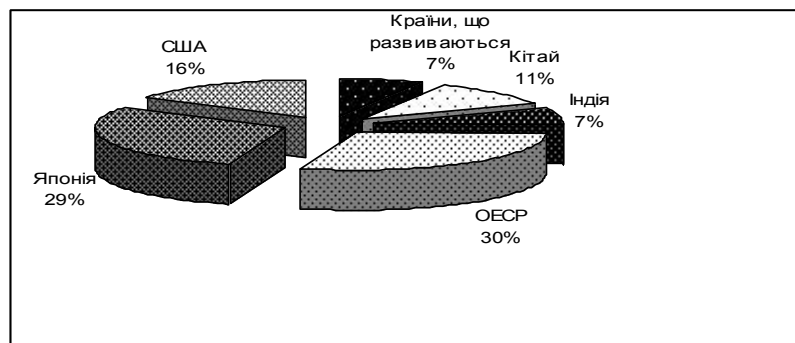


Рис. 3 – Частка населення старшої вікової групи в населенні світу у 2015р.[9]

На сьогоднішній день в світі налічується понад 670 мільйонів пенсіонерів, і щороку це число збільшується в середньому на 1,2 мільйона.

За даними ООН, за останні півстоліття середня тривалість життя в світі збільшилася на 18 років і досягла 66 років при виразній тенденції до довгожителства жінок.

«Найстарішою» частиною світу є Європа. Проте тенденція старіння незабаром охопить всю планету. У державах, що розвиваються, в найближчі десятиліття цей процес буде ще стрімкішим, ніж це було в промислово розвинених країнах, – вважають в ООН.

До 2050 року 79% літніх людей проживатимуть саме в державах, що розвиваються. ООН закликає країни завчасно продумати систему пенсійного забезпечення, працевлаштування і соціальної адаптації літніх людей, страхової охорони здоров'я. Україна входить до двадцятки країн світу з найстарішим населенням і за часткою осіб віком від 60 років посідає 11 місце. Утім, незважаючи на те, що значна кількість населення переживає 60-річний поріг, багато хто з них не доживає до 65 років. (Рис. 4) Водночас у Західній Європі та США частка людей віком від 60 років значно більша, ніж в Україні.

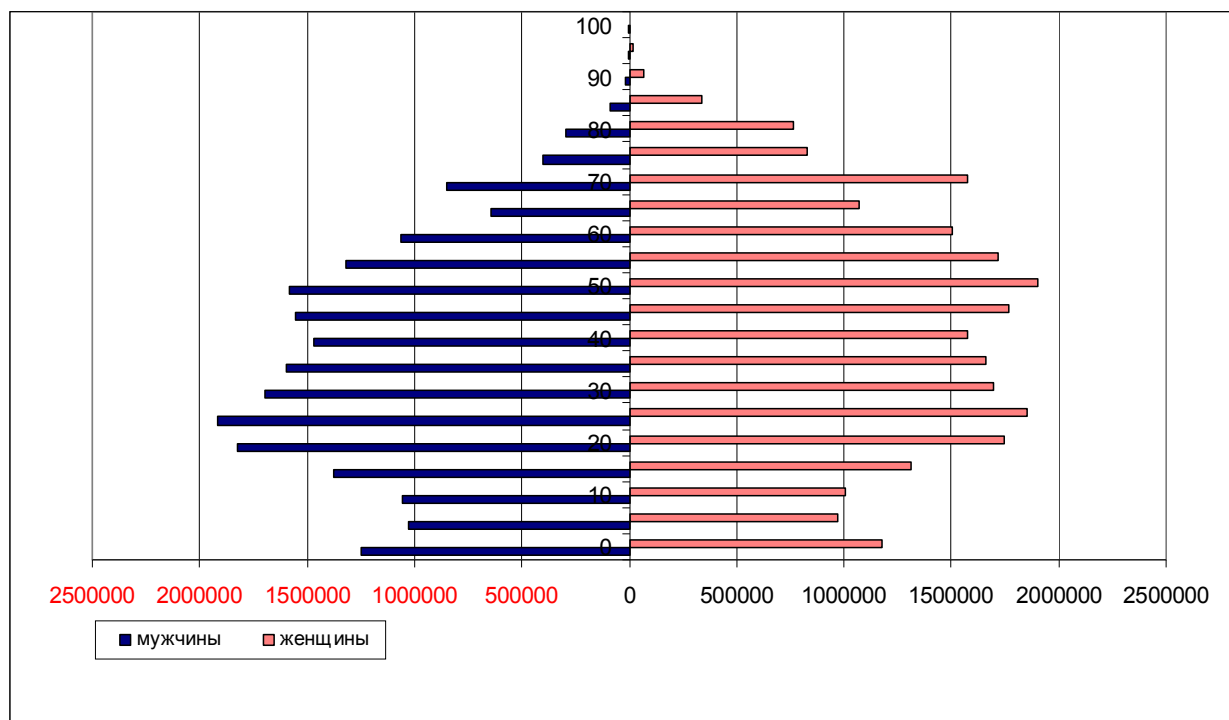


Рис. 4 – Статеві-вікова піраміда населення України станом на 01.01. 2011 р. (осіб)

Якщо порівнювати нинішню ситуацію з 1990-ми роками, то зараз вона набагато краща. Підвищується рівень народжуваності – основний елемент, який впливає на відтворення населення, а рівень смертності зростає вже не такими швидкими темпами. Також зменшуються загальні втрати населення і втрати приросту. Упродовж останніх кількох років міграційна ситуація є позитивною.

У 2009 році в Україні частка населення старше чинної межі пенсійного віку становила 26%. До 2021-го року вона збільшиться до 29%, а в 2050-му році – до 38% населення. Співвідношення групи населення старше 65 років та населення у віці 15-65 років зростає з 23% у 2010 році до 38% у 2050-му році.

Таблиця 2 – Прогноз старіння населення України [3]

	2010		2025	
	Частка людей у віці 60 років і старше, %	Частка людей у віці 65 років і старше, %	Частка людей у віці 60 років і старше, %	Частка людей у віці 65 років і старше, %
Чоловіки	15,8	11,3	19,4	13,4
Жінки	24,9	19,4	29,4	22,2

Більшість регіонів світу може похвалитися збільшенням тривалості життя, але в різних країнах неоднакова: найвища – в Італії й Японії (майже 80 років), найнижча – у республіці Зимбабве (36 років). У наш час у деяких країнах Тропічної Африки, а також Південної та Східної Азії населення подвоюється менш ніж за 20 років. (Рис. 5)

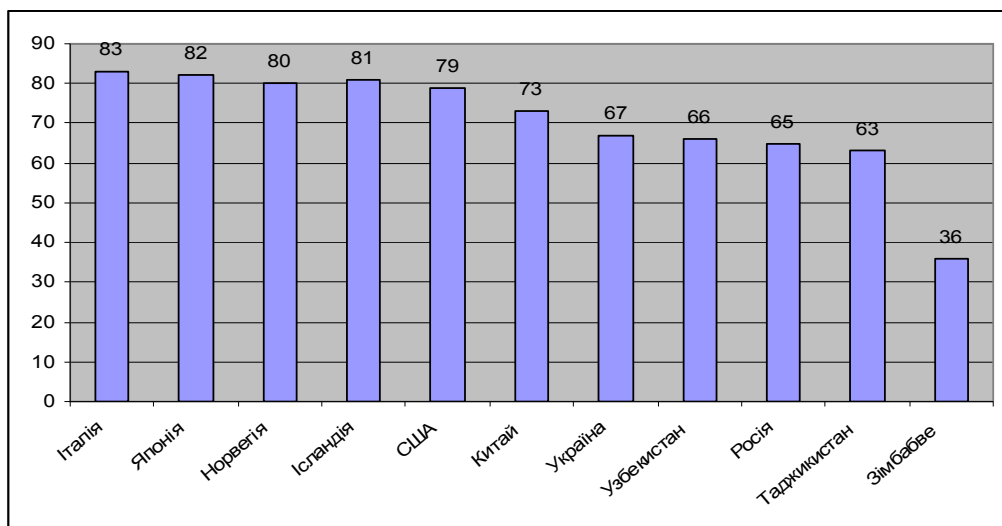


Рис. 5 – Середня тривалість життя населення у країнах світу (років) [9]

У таких розвинених країнах як Швеція, Японія чи Швейцарія тривалість життя для чоловіків становить 74-76 років, а для жінок – 80-83. В Україні ж, за даними Держкомстату, чоловіки живуть у середньому 61-62 роки, а жінки – 72-73.

Висновки. Проведений статистично-демографічний аналіз протягом останніх років свідчить, що головною ознакою сучасної демографічної кризи є те, що в Україні відбуваються негативні зміни не тільки у кількості, але й у якості населення. Статистичні порівняння з іншими країнами показали, що за основними показниками природних змін населення – народжуваності, смертності, природного приросту – Україна стоїть не тільки після країн Заходу, але й республік колишнього СРСР. За рівнем народжуваності (11,1‰) вона посідає передостаннє місце серед них та країн Європи, за смертністю населення (15,3‰) – 2-е місце серед країн континенту, за рівнем дитячої смертності (9,3 дитини на 1000 новонароджених) її показники входять у першу сумну десятку показників для європейських країн, за очікуваною тривалістю життя (67 років) – 109-е місце у світі, коли ще у 1994 р. посідала 87-е.

Старіння населення країни дає додаткове навантаження на податкову систему в плані пенсійного забезпечення в майбутньому. Швидке старіння також означає скорочення робочої сили і підприємницької діяльності, що в свою чергу перешкоджає економічному зростанню. Існують також проблеми в галузі охорони здоров'я та інші витрати, пов'язані з літнім населенням. Тим не менше, ці проблеми не є нездоланими. Конкретні приклади інших країн показують, що уряди взмозі подолати зменшення народжуваності та старіння населення.

На жаль, негативні демографічні процеси будуть лише поглиблюватися. Так, за даними Світового банку, Україна буде мати найбільше відносне зменшення населення серед усіх пострадянських країн – до 2025 року її населення скоротиться ще на 24%.

Список літератури: 1. Постанова Президії Національної академії наук України «Про демографічний прогноз розвитку України до 2050 р.» № 313 від 21 листопада 2007 р. 2. Інститут демографії та соціальних досліджень НАН України. Державний комітет статистики України. НАСЕЛЕННЯ УКРАЇНИ. Народжуваність в Україні у контексті суспільно-трансформаційних процесів. – К.: АДЕФ-Україна 2008. – 288 с. 3. Концепція демографічного розвитку України на 2005–2015 рр. Проект. – К., 2004. 4. *Максаковский В.П.* Демографічна криза у сучасному світі. //Географія ПС. – 2007. – № 23. – С. 13-14. 5. *Пальян З. О.* Демографічна статистика: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. – К.: КНЕУ, 2003. – 132 с. 6. *Пирожков С.І.* Демографические процессы и возрастная структура населения// Пирожков С. І. Вибрані наукові праці: У 2-х т. –Т.1. Демографічний і трудовий потенціал. – К.:

Київ. нац.торг.-екоп.ун-т, 2008.— С. 8–122. 7. Офіційний сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. 8. *Смирнов А.* Низкая рождаемость и старение населения: причины, последствия, варианты политики// Прогнозис.—2004.— №1.— С.185–198. 9. *Тарлеуцкая Л.В.* Международная демографическая статистика: оценки и прогнозы ООН // Мировая экономика и международные отношения. — 2008. — №3, с. 32-39. 10. World Population Prospects. The 2004 Revision. V. I: Comprehensive Tables. N.Y., 2005. P. 20-25.

Надійшла до редколегії 22.04.11

УДК 339.138

А.А. ПАВЛОВСЬКА, студентка, НТУ «ХП», Харків,
С.В. КЛЕПІКОВА, ст. викладач, НТУ «ХП», Харків.

АУТСОРСИНГ ЯК ЗАСІБ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Метою даного дослідження є визначення поняття «аутсорсинг», його видів, вивчення сучасних тенденцій аутсорсингу в Україні. Виявлення переваг аутсорсингу та його ролі в підвищенні ефективності діяльності підприємства.

Ключові слова: аутсорсинг, бізнес-процеси.

Целью данного исследования является определение понятия «аутсорсинг», его видов, изучение современных тенденций аутсорсинга в Украине. Выявление преимуществ аутсорсинга и его роли в повышении эффективности деятельности предприятия.

Ключевые слова: аутсорсинг, бизнес-процессы.

The purpose of given research consists in identification of «outsourcing» notion, its types, the study of modern tendencies of outsourcing in Ukraine. Identification of outsourcing benefits and its role in increasing efficiency of an enterprise.

Keywords: outsourcing, business process.

Актуальність теми. Загострення конкурентної боротьби між підприємствами в сучасних економічних умовах вимагає пошуку стратегій розвитку, які б забезпечували високу якість і відносно дешевизну виконуваних робіт. Останнім часом популярним засобом управління підприємством в світовій економіці став аутсорсинг. Аутсорсинг вважається ефективним інструментом підвищення ефективності діяльності підприємств, збільшення прибутковості, і як результат — конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах господарювання гостро постає питання конкуренції. Для того щоб залишитись конкурентоспроможними підприємствам необхідно замислитись про підвищення ефективності роботи, удосконалення якості, зниження витрат. У цих умовах важливим інструментом управління підприємством стає аутсорсинг.

Аутсорсинг – це передання організацією певних бізнес-процесів і виробничих функцій на обслуговування іншій компанії, яка спеціалізується в цій галузі і здатна виконувати свої функції більш якісно та ефективно [1].

На відміну від послуг сервісу і підтримки, що мають разовий, епізодичний характер, на аутсорсинг передаються зазвичай функції по професійній підтримці безперебійної працездатності окремих систем і інфраструктури на основі тривалого контракту (не менше 1 року). Наявність бізнес-процесу є відмінною рисою аутсорсингу, що відрізняє його від інших форм надання послуг та абонентського обслуговування.

Аутсорсинг умовно поділяють на два основних види: виробничий аутсорсинг і аутсорсинг процесів бізнесу.

Виробничий аутсорсинг передбачає передачу частини виробничих процесів або всього циклу виробництва сторонній компанії.

Аутсорсинг бізнес-процесів включає передачу сторонній організації окремих процесів бізнесу, які не є для підприємства основними. З їх числа на аутсорсинг можуть бути передані такі функції, як управління персоналом, інформаційним забезпеченням, бухгалтерський облік, маркетинг, реклама, логістика тощо [2].

Можна зробити висновок, що аутсорсинг є важливим інструментом підвищення ефективності діяльності підприємства, бо в його основу покладений принцип ефективно організованої економічної системи – принцип поділу праці. Саме завдяки цьому принципу підприємство може зосередити всі ресурси на основному виді діяльності, розробці нових товарів та послуг, що важливо для забезпечення його конкурентної переваги в ринкових умовах.

Отже використання аутсорсингу дозволяє підприємствам:

- 1) сфокусувати увагу на основному виді діяльності;
- 2) скоротити додаткові витрати. Адже при збільшенні або скороченні масштабів бізнесу підприємству необхідно буде наймати або скорочувати працівників, нести витрати за їх навчання, обладнання робочого місця, платити додаткові податки, компенсації і т. п., що потребує часу та додаткових витрат, і може призвести до зниження мобільності бізнесу і зростання витрат. Для аутсорсин-

гової компанії збільшення або скорочення масштабів бізнесу буде супроводжуватися лише переглядом вартості послуг, які були передані підприємством на аутсорсинг;

3) відмовитися від створення власних підрозділів та служб, які потребують великих фінансових витрат і відповідного кадрового забезпечення;

4) оптимізувати штатний розклад. Таким чином підприємство може уникнути ряду проблем з персоналом, а саме – відсутність через хворобу, надання відпусток, небезпека раптового звільнення провідних спеціалістів, тощо;

5) знизити інвестування в неосновні фонди;

6) гнучко реагувати на зміни ринку та всередині компанії;

7) зменшити витрати на інформаційне забезпечення, проведення маркетингових досліджень, тощо;

8) одержати доступ до ресурсів та технологій недоступних усередині підприємства;

9) отримувати високоякісні сервісні послуги.

Понад 2/3 компаній світу вдаються до послуг аутсорсингу. В Україні ця цифра на порядок нижче, проте понад 80% керівників вітчизняних підприємств, які вже знають, що таке аутсорсинг, планують почати використання його найближчим часом [3].

За даними міжнародної аудиторської компанії Ernst&Young, з початку 2010 року 26% компаній України передали частину своїх виробничих або бізнес-процесів іншим компаніям, тобто почали використовувати стратегію управління – аутсорсинг. В кінці 2009 року таких підприємств було лише 8 %. Тобто використання аутсорсингу набирає обороти в Україні, але темпи його розвитку надто повільні, оскільки підприємства побоюються передавати низку функцій через ризик їх виконання на неналежному рівні.

Найпоширенішими в Україні функціями, що передаються в аутсорсинг, є функції управління персоналом, правове забезпечення, реклама та маркетингові дослідження, транспортні перевезення, охорона, прибирання офісів та виробничих приміщень, ведення бухгалтерії, ІТ-забезпечення, адміністрування корпоративними Інтернет-сайтами [4].

Для українських підприємств головним мотивом використання аутсорсингу є можливість зменшення витрат, оскільки в більшості випадків утримувати

штатних працівників дорожче, ніж тимчасово скористатися послугами спеціалізованих компаній. Аутсорсинг дозволяє підприємству знизити витрати на той вид діяльності, який передається на аутсорсинг, на 20-30%. Зниження собівартості функцій, переданих аутсорсеру, відбувається внаслідок спеціалізації у вузькій предметній області і завдяки ефекту масштабу, що досягається при виконанні однотипних операцій одночасно для багатьох клієнтів [5].

Найменш поширеним в Україні є виробничий аутсорсинг, що пов'язаний з передачею стороннім організаціям цілковито виробничих функцій, розміщення виробництва окремих вузлів, заготівель та комплектуючих, або функцій, які пов'язані з транспортуванням, ремонтом устаткування, підготовкою виробництва, налагодженням виробничих ліній [4].

Головною причиною повільного впровадження аутсорсингу в Україні є відсутність відповідного законодавчого визначення і регулювання процесів аутсорсингу [6].

На основі проведеного аналізу можна зробити висновок, що аутсорсинг дозволяє підприємствам сконцентруватися на основній діяльності, зменшити потреби в капіталовкладеннях, скоротити операційні витрати, одержати доступ до передових технологій та ресурсів, оптимізувати штатний розклад, збільшити швидкість виходу на ринок, тобто посилити свої конкурентні переваги на ринку. І хоча цей вид управління підприємством має багато переваг і широко використовується за кордоном, він ще не настільки популярний в Україні. Не зважаючи на це, аутсорсинг є перспективним напрямком в діяльності будь-якого підприємства.

Список літератури: 1 Аутсорсинг: создание высокоэффективных и конкурентоспособных организаций: Учеб. пособие /Под ред. проф. Б.А. Аникина.– М: ИНФРА-М, 2003. – 187 с. 2 Аникин Б.А., Воронцов В.И. Основные аспекты формирования аутсорсинга // Маркетинг.– 2008.–№4.–С. 107-116. 3 Жуков С.А. Аутсорсинг, як система співпраці між регіональним інформаційно-маркетинговим центром і підприємством регіону//Економіка і управління.-2008.-№3.С 99-105. 4 Лученко В. Виробничий аутсорсинг// Режим доступу: <http://luchenko.com>. 5 Логіненко Л.О., Фролова Ю.Ю. Аутсорсинг як інструмент оптимізації та підвищення ефективності бізнесу.// Актуальні проблеми економіки. – 2005. – №6(48). – с.115-125. 6 Бравар Ж., Морган Р. Эффективный аутсорсинг: Понимание, планирование и использование успешных аутсорсинговых отношений / В.А. Денисов (пер.с англ.). – Д. : Баланс Бизнес Букс, 2007 .

Надійшла до редколегії 15.04.11

В.Б. РОДЧЕНКО, канд. екон. наук, доцент, ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків

КОНЦЕНТРАЦІЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ: ПЕРСПЕКТИВИ ДЛЯ АПК

У статті обґрунтовано концептуальну модель функціонування АПК в умовах концентрації соціально-економічних процесів розвитку в економіці. Досліджені чинники розвитку інфраструктури АПК. Викладені передумови реалізації регуляторних впливів на розвиток АПК.

В статье обоснована концептуальная модель функционирования АПК в условиях концентрации социально-экономических процессов развития в экономике. Исследованы факторы развития инфраструктуры АПК. Изложены предпосылки реализации регуляторных влияний на развитие АПК.

The article proves the conceptual model of the functioning of the agroindustrial complex in the conditions of the concentration of socio-economic development processes in the economy. Investigated the factors of the development of the infrastructure of the agro-industrial complex. Set forth preconditions for the realisation of regulatory influence on the development of the agroindustrial complex

Актуальність теми. Процеси економічного розвитку та економічної активності на сучасному етапі суспільної еволюції характеризуються зростанням концентрації та динамічності. Відбувається концентрація економічних, фінансових, виробничих та людських ресурсів у великих центрах. Підвищення концентрації сприяє розвитку міжгалузевого співробітництва, формування кластерів, розвитку міжгалузевих об'єднань, та часто веде до розмивання меж між окремими галузями. З іншого боку відбувається інтенсифікація життя що накладає певний відбиток на функціонування окремих галузей та секторів економіки, а також прискорення швидкості економічних процесів. Розвиток АПК як потужного сектору національної економіки в таких умовах потребує концептуального переосмислення. У роботі [1] зазначається, що сільське господарство може стати джерелом росту національної економіки. Крім очевидної масштабності даної галузі, її можливості щодо забезпечення економічного зростання демонструє потенціал ринкових і неринкових підгалузей сільського господарства, які стимулюють високі темпи зростання в інших секторах економіки за рахунок мультиплікативного ефекту. Згідно з оцінками Світового банку, що базуються на зіставленні показників ряду країн світу, зростання ВВП, обумовлене зростанням сільського господарства, щонайменше удвічі ефективніше сприяє скороченню бідності, ніж зростання ВВП, отримане за рахунок інших галузей. Швидке зростання сільського господарства за рахунок впровадження інновацій в інституційній сфері обумовило підвищення продуктивності, прибутковості і

сталого розвитку дрібних селянських господарств, що забезпечило масштабне зниження рівня бідності в селах в останні роки в багатьох країнах світу.

Саме тому актуальною є проблема визначення ролі і міста АПК у розбудові сучасної моделі соціально-економічного розвитку.

Метою пропонованої роботи є уточнення особливостей концептуальної моделі функціонування АПК в умовах концентрації соціально-економічних процесів розвитку в економіці.

Вихідними проблемними концептуальними передумовами, щодо реалізації регуляторного впливу на розвиток АПК є те, що вона:

- в першу чергу, за своєю природою є інфраструктурною галуззю, що виконує функцію життєзабезпечення населення держави;
- історично виступала одним з найпотужніших секторів економіки;
- за своєю динамічною природою є найбільш пасивним сектором економіки у якому існують найбільш жорсткі технологічні обмеження в частині тривалості виробничого циклу, за рахунок обмежень у головних галузях сільського господарства – рослинництві і тваринництві;
- потребує врахування теорії чинників виробництва, у частині дослідження методологічних аспектів обмеження конкурентноздатності АПК, порівняно з іншими галузями, через неможливість управління параметрами швидкості використання основного чиннику виробництва – землі.

Ключовими концептуальними проблемами формування нової концепції розвитку АПК є істотне викривлення його економічної природи, що проявляється у значному роздвоєнні системи інтересів учасників. Річ у тім, що у АПК, а особливо у сільському господарстві, економічна активність забезпечується не тільки суб'єктами сектору нефінансових корпорацій – як це є у виробничих секторах, а й безпосередньо суб'єктами сектору домашніх господарств. Тобто, спостерігається ситуація коли значна частина операційної діяльності підпорядкована неекономічним (а соціальним та фізіологічним) інтересам. Такий стан речей не сприяє формуванню умов економічного розвитку, хоча, безперечно, зумовлений об'єктивними чинниками та забезпечує значну соціально-

стабілізуючу функцію. Більш того таке становище зумовлює значну інерційність впровадження інноваційних процесів в цій сфері.

Таким чином, орієнтиром регулювання розвитку є формування підходів до регулювання потенціалу АПК з урахуванням обмежень його конкурентоспроможності, що зумовлена обмеженнями динамічних параметрів головного чинника виробництва – землі;

Проведені дослідження дозволили дійти висновку, що розуміння поняття економічної динаміки та його зміна потребує уточнення розуміння потенціалу АПК в цілому. Логічна модель категорії “потенціал” визначається існуванням: потреби, як спонукального фактору до руху економічного процесу; цілі, як елементу, що стимулює реалізацію процесу; економічної динаміки, як умови і параметру інтенсивності реалізації потенціалу та багаторівневих інтересів суб’єктів соціально-економічних відносин (держава, фізична особа, суб’єкт господарювання) що мають бути орієнтовані на отримання максимального розміру економічного ефекту (за всіма вказаними суб’єктами) від реалізації такого процесу. Слід також враховувати динамічний характер економічного потенціалу з точки зору необхідності і доцільності його використання. В зв’язку з цим, необхідно розглядати: конкретні потреби держави в цілому та потенціал, як здатність їх задовольнити, а також сам потенціал з точки зору оптимальності використання його наявних складових (трудових, матеріально-технічних та ін.).

Таким чином можна зробити загальний висновок про те, що агропромисловий комплекс на сучасному етапі, втрачає потенціальні можливості до підтримання власної конкурентноздатності. Це у глобальній перспективі зумовлено зростанням значущості управління фактором економічного часу з огляду на конкурентоспроможність системи та неможливість управління швидкістю використання головного виробничого ресурсу – землі.

На думку автора, оптимальним шляхом вирішення цієї проблеми є удосконалення системи побудови АПК в частині логічного відокремлення механізмів функціонування його базового і інфраструктурного сектору.

Так, ключовим орієнтиром у виробництві сільськогосподарської продукції є інтенсифікація, залучення новітніх технологій, скорочення и у перспективі

і відмова від фізичної праці за рахунок механізації виробництва. Досягнення цього можливе за рахунок реформування структури галузі та перехід до кластерно-орієнтованої моделі, що орієнтована не на «масовість» сільського господарства, а на функціонування високотехнологічних комплексів із виробництва продукції. Більш того, актуальною є думка про можливість обмеження непрофесійного використання сільгоспугідь та відновлення потенціалу родючості ґрунтів.

Головним чинником розвитку АПК в таких умовах буде ефективна організація інфраструктури АПК, що зможе забезпечити ефективність функціонування сектору виробництва сільгосппродукції, а також нівелюватиме вище окреслені обмеження.

Проблема формування і функціонування інфраструктури аграрного сектору відносно нова для української економіки. Значний внесок у її розв'язання зробили дослідники В. Бралатан, М. Білоусов, О. Орленко П. Саблук, Ю. Цимбалюк, О. Шуст, та інші. Однак на сьогодні чимало аспектів проблеми становлення ринкової інфраструктури залишаються нерозв'язаними і потребують подальшого дослідження. П. Саблук вважає, що ринкова інфраструктура АПК – це система підприємств, організацій, закладів виробничої та невиробничої сфер, які покликані обслуговувати товаровиробників, створювати умови для своєчасного і безперервного нарощування обсягів пропозиції продукції на ринку. Вона представлена підприємствами й організаціями, які виконують такі функції: оптової торгівлі, транспортування, зберігання, комунікаційного зв'язку, стандартизації, сертифікації, цінового моніторингу, інформаційної служби [2]. На думку В.П. Бралатан інфраструктуру аграрного ринку слід розглядати як систему відносин між підприємствами, організаціями, закладами виробничої та невиробничої сфери, які покликані обслуговувати товаровиробників, створювати умови для своєчасного і безперервного збалансування пропозиції та попиту на ринку. [3]

Ю.А. Цимбалюк досліджує питання інституцій, принципів функціонування та напрямків удосконалення інфраструктури аграрного ринку. Основними напрямками удосконалення інфраструктури автор виділяє розвиток інститу-

тів гуртової торгівлі, зокрема оптових ринків, агроторгових домів, бірж, а також інформаційно-консультаційне забезпечення товаровиробників [4] О.А. Шуст зазначає, що одним із напрямків удосконалення інфраструктури АПК є формування інноваційних центрів при органах управління АПК. [5] О.М. Білоусов, О.В. Орленко О.В. акцентують увагу на вдосконаленні інфраструктури споживчого ринку сільськогосподарської продукції України шляхом створенні мережі регіональних оптових ринків. [6]

Для вирішення цієї проблеми видано Указ Президента України від 6 червня 2000 року № 767/2000 „Про заходи щодо формування і функціонування аграрного ринку”, в якому визначено два основних завдання: створення ринкової інфраструктури, форм і механізмів організованої оптової торгівлі та спрямування товаропотоків сільськогосподарської продукції через прозорі процедури аграрного ринку [7].

Подальшими етапами державної політики створення інфраструктури аграрного ринку стало видання укази Президента України від 8 серпня 2002 року № 694/2002 „Про заходи щодо прискорення розвитку аграрного ринку” і від 30 серпня 2004 року № 1021/2004 „Про заходи щодо розвитку аграрного ринку” та постанови Кабінету Міністрів України від 1 березня 2003 року № 271 „Про затвердження Комплексної програми розвитку аграрного ринку на 2003-2004 роки” і від 19 вересня 2007 року № 1158 „Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року” [8].

Кабінет Міністрів України прийняв своє розпорядження від 19 листопада 2008 року № 1447-р „Про схвалення Концепції Державної цільової програми створення оптових ринків сільськогосподарської продукції” [9].

В червні 2004 року Верховна Рада прийняла Закон України „Про сільськогосподарську дорадчу діяльність”, основною метою якого є врегулювання відносин, пов’язаних з інформаційним забезпеченням діяльності підприємств АПК, створення умов для розвитку системи сільськогосподарських дорадчих служб України [10].

Проте як видно, ні особливі правові умови, ні специфічні пропозиції по створенню квазіінститутів підвищення ефективності функціонування АПК на

сьогодні не забезпечують належного ефекту. Саме тому, що підтверджують проведені дослідження, слід орієнтуватися, в першу чергу на інтенсифікацію сільгоспвиробництва та створення технологічно замкнених виробничих комплексів, які за умови належного інфраструктурного забезпечення можуть формувати умови ефективного розвитку АПК.

Список літератури: 1. Новий курс: реформи в Україні. 2010–2015. Національна доповідь за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. – К.: НВЦ НБУВ, 2010. – 232 с. 2. Формування та функціонування ринку агропромислової продукції: Практичний посібник / За ред. П.Т. Саблука. – К.: ІАЕ УААН, 2000. – 556 с. 3. Бралатан В.П. Розвиток інфраструктури аграрного ринку Вінницької області // Агроінком – 2005 – № 9-10 – с. 81-83. 4. Цимбалюк Ю.А. Розвиток інфраструктури аграрного ринку в Україні / Ю.А. Цимбалюк // Зб. наук. праць Уманського державного аграрного університету. – Умань: Вид-во Уманського НУС, 2010. – Вип. 71(2). – С. 19-24. 5. Напрями формування інноваційної інфраструктури в АПК / О.А. Шуст // Актуал. пробл. економіки. – 2010. – № 8. – С. 89-96. 6. Білоусов О.М. Напрями вдосконалення інфраструктури споживчого ринку сільськогосподарської продукції / О.М. Білоусов, О.В. Орленко // Бізнес-навігатор.: Наук.-виробн. журнал, 2010. – №3 (20) – режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/biznes/2010_3/2010/03/100305.pdf 7. Указ Президента України від 06.06.2000 № 767/2000 „Про заходи щодо формування і функціонування аграрного ринку” // ІАЦ „ЛІГА”, ЛІГАБізнесІнформ. 8. Постанова Кабінету Міністрів України від 19.09.2007 № 1158 „Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року” // ІАЦ „ЛІГА”, ЛІГАБізнесІнформ. 9. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 19.11.2008 № 1447-р „Про схвалення Концепції Державної цільової програми створення оптових ринків сільськогосподарської продукції” // ІАЦ „ЛІГА”, ЛІГАБізнесІнформ. 10. Закон України від 17.06.2004 № 1807-IV „Про сільськогосподарську дорадчу діяльність” // ІАЦ „ЛІГА”, ЛІГАБізнесІнформ.

Надійшла до редколегії 23.07.11

УДК 330.322.54:005

М.А. САДИКОВ, докт. екон. наук, проф., ХНУВС, Харків,
Н.О. КОЛОМІЄЦЬ, ст. викладач, ХНУВС, Харків,
Є.В. ДМИТРЕНКО, аспірант, ХНУВС, Харків.

КЛАСИФІКАЦІЯ МЕТОДІВ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Аналізується існуючі методи і моделі дослідження інвестиційної привабливості підприємства, галузі. Обґрунтовується необхідність класифікації методів і моделей за певними ознаками з метою визначення найбільш доцільних шляхів дослідження.

Анализируются существующие методы и модели исследования инвестиционной привлекательности предприятия, отрасли. Обосновывается необходимость классификации методов и модели по определенным признакам с целью определения наилучших путей исследования.

Analyzes existing research methods and models of investment attractiveness of enterprises otryasli. The necessity of classification methods and models for certain criteria in order to determine how best to study.

Постановка задачі. У теорії і практиці існує безліч методів і прийомів оцінки інвестиційної привабливості підприємства, галузі. Кожний метод має свої переваги і недоліки у процесі дослідження інвестиційній привабливості пі-

дприємства. Тому виникає нагальна необхідність щодо класифікації методів дослідження інвестиційної привабливості підприємства та застосування їх за призначенням.

Мета дослідження. У теорії й практиці недостатньо досліджено та визначено, які методи, або певні групи методів треба використовувати при аналізі і прийнятті управлінських рішень щодо визначення інвестиційної привабливості підприємства та галузі, або реальної ситуації на інвестиційному ринку цінних паперів. Кожний дослідник використовує на свій розсуд ті чи інші методи дослідження. Тому виникає необхідність класифікації загально відомих методів дослідження інвестиційної привабливості за певними ознаками і напрямками використання.

Аналіз останніх досліджень. Загальновідомі методи аналізу інвестиційної привабливості підприємства і факторів, які впливають на фінансовий стан підприємства, конкурентоздатність продукції, що випускається ним, прибутковості капіталу, курсу акцій, рівня виплачуваних дивідендів й інноваційної діяльності визначені у наукових працях: Бланк І.А. [2], Клименко В.В. [4] Коппа Є.Ю. і Кужелева М.О. [5], Кравченко Ю.Я. [7], Крилов Э.И., Власова В.М., Єгорова М.Г. [8], Михальської Л.С. і Клименко І.А. [9], Мищенко В.А., Коробков Д.В. [10], Музиченко А.С. [11], Правик Ю.М. [12], Реверчук С.К., Реверчук Н.Й., Єкимович І.Г. [13], Федоренко В.Г. [15].

На думку проф. В.А.Мищенко і доц. Д.В. Коробкова [10] наявність величезної кількості акціонерних товариств спричиняє утворення ринку цінних паперів, як обов'язкового елемента розвинутої ринкової системи у процесі визначення напрямів інвестиції. Вибір тих чи інших методів аналізу інвестиційної привабливості залежить від ринкової ситуації, світової кон'юнктури, зовнішнього й внутрішнього середовища на інвестиційному ринку цінних паперів і багатьох інших чинників. Це обумовлює різні підходи у процесі дослідження інвестиційної привабливості підприємства, галузі та класифікацію методів і прийомів дослідження з метою удосконалення методології дослідження, їх загальних і окремих принципів на сучасному етапі нестабільності фінансового ринку.

Такої ж думки дотримується й Ю. Сизов [14], обґрунтовуючи здійснення виробничих інвестицій і перерозподілу фінансових ресурсів у найбільш ефективні сектори економіки.

Із закордонних розробок особливо виділяються методи компаній Boston Consulting Group (матриця ріст/частка ринку) і General Electric разом з консалтинговою фірмою McKinsey and Company (матриця стратегічного планування бізнесу), методи прогнозування термінів інвестування, пропонованій Інститутом статистики (Баварія, Німеччина). У першому з цих методів як основні фактори, що визначають інвестиційну привабливість підприємства, пропонується використати такі: темпи росту ринку й відносна частка ринку, зайнята розглянутим підприємством, а в другому – розроблено спеціальний індекс привабливості галузі, обумовлений розміром ринку, темпами росту ринку, коефіцієнтом прибутковості в галузі, ступенем конкуренції, сезонності й циклічності попиту, структурою витрат у галузі. Всі ці фактори, оцінені кількісно, і становлять індекс привабливості галузі [3,6].

Виклад основного матеріалу. Існування багатьох методів і моделей дослідження інвестиційної привабливості підприємств різних галузей свідчить про необхідність обґрунтування методологічних підходів щодо вивчення певної проблеми галузі. На наш погляд, існують загальні і окремі принципи галузі, фінансовий стан і методи дослідження з урахуванням методики інтеграційної оцінки інвестиційної привабливості підприємства та організацій, пропонований Агентством ФДГ України, №22, від 23.02.1998 р.

Неузгодженість законодавчих актів на міжнародному рівні, та існування різних правових нормативних актів ускладнює оцінку інвестиційної привабливості підприємств на основі аналізу фінансово-господарської діяльності, а також ефективності функціонування підприємства на галузевому й регіональному рівні, конкуренції в галузі, інфраструктури, впливу зовнішнього середовища на фінансовий стан підприємства, а також можливих обсягів продажу продукції (товарів, робіт і послуг), виходячи з виробничої потужності. Поряд з цим на державному рівні існує фінансова підтримка різних галузей, яка впливає на рівень їх розвитку, різні фінансові інструменти щодо надання підтримки вітчиз-

няного товаровиробника, що обумовлює складність оцінки фінансового ринку. Автори під моделлю дослідження розуміють комплекс методів, розроблених великими фінансовими компаніями, а також вітчизняними і закордонними вченими. Слід зазначити, більшість компанії використовують відомі методи. Як правило використання різних моделей при дослідженні дає різні результати. Тому приступаючи до дослідження, треба чітко зазначити коло питань для досягнення основної мети. Більш того, для отримання правильної відповіді треба використовування декількох методів, і якщо всі використанні методи, або моделі дають позитивні, або негативні відповіді, треба зробити заключні висновки. Дотримуючи цих вимог, ми намагаємось класифікувати методи і моделі за певними ознаками. (табл. 1)

Таблиця 1 – Класифікація методів і моделі дослідження інвестиційної привабливості*

Методи	Аналіз інвестиційної привабливості підприємства, галузі за умов:					
	визначення сучасного фінансового стану	портфельної інвестиції	об'єднання майнових сертифікатів	фінансових інструментів **	стратегічного розвитку на довгостроковий період	оцінки фінансового ризику
1	2	3	4	5	6	7
Традиційні методи фінансового аналізу	+	+/-	+	+	-	-
Ансофа	+	+/-	-	-	-	-
Імітаційні	-	-	-	-	+	+
Монте – Карло	-	-	-	-	+	+
Матричний	+	+	-	+	-	-
Інститут статистики (Баварія)	+	+/-	+	-	+	+
Boston Consulting Group (матриця ріст/частка ринку)	-/+	+	-	-	+	-
McKinsey and Company (матриця стратегічного планування бізнесу).	+	+	-	-	+	-
SWOT-аналіз	+	+	+	-	+	-
Моделі						

Продовження таблиці 1

Моніторинг фінансового стану за показниками (EVT, SVA, CFROI, MVA) зі застосуванням (ЗСТІ)- стратегічний управлінський облік)	+	+	-	+	+	+
Модель «ADL/LC» (Arthur D. Little / Life Cycle)	+	-	-	-	+	-
IASC (International Accouting Standarts Commitec)].	+	-	-	-	+	-

*позитивно – (+), негативно – (-), у певних питаннях позитивно \ негативно – (+\/-).

** за умов методики інтегральної оцінки інвестиційної привабливості підприємств та організацій.

Висновки: На підставі вивчення літературних джерел та аналізу інвестиційної привабливості обраної галузі нами зроблено наступні висновки.

Кожний метод має свої переваги та недоліки при дослідженні інвестиційної привабливості підприємства, галузі. Тому, обираючи ті, чи інші методи дослідження треба чітко з'ясувати що бажає досягти дослідник у процесі дослідження.

Для визначення сучасного стану підприємства щодо інвестицій у короткотерміновий період достатньо традиційних методів дослідження (методи фінансового аналізу, матричний, тощо).

Існуюча методика прогнозування інвестиційної привабливості є недосконалою, так як показники оцінки не враховують галузеві особливості підприємства, розрахунки базуються тільки на внутрішніх показниках фінансового стану підприємства, які розраховуються за запізнілою інформацією. Тому треба визначити декілька методів, які дають позитивні відповіді на досліджуємі питання.

На наш погляд, якщо інвестиційна привабливість визначається на підставі невизначених імовірних показників, краще всього використати метод Монте-Карло, якщо дослідження пов'язані з визначенням різних напрямів досягнення мети (окупності і прибутковості інвестицій), краще імовірний метод. А для визначення термінів вкладення інвестицій – метод Інституту статистики (Баварія, Німеччина).

Список літератури: 1. Закон України « Про інвестиційну діяльність» // Відомості Верховної Ради України: 1991, №47, -С.1351. 2. Бланк І.А. Інвестиційний менеджмент. – К.: «Ніка» -2002. – 448с. 3. Джон Дж. Мэрфи. Технический анализ фьючерсных рынков: теория и практика. – М.: Диаграмма, 1998. – 592 с. 4. Клименко В.В. Державне регулювання фондового ринку // Фінанси України. – 2000. – № 10. – С. 57–62. 5. Копп Э. Ю., Кужелев М.А. Рейтинговая оценка инвестиционных возможностей крупного производственного комплекса // Финансы, учёт, банки / Сб.научн. тр. Под общ. ред. Егорова П. В. – Донецк: ДонНУ, УкрНТЭК. – 2002. – Вып. 7. – С. 51–55. 6. Котлер Филипп, Армстронг Гари, Сондерс Джон, Вонг Вероника. Основы маркетинга: Пер. с англ. – 2-е европ. изд. – М.; СПб.; К.; Изд. дом «Вильямс», 2000. – 944 с. 7. Кравченко Ю.Я. Рынок ценных бумаг: Курс лекций. – К.: ВИРА-Р, 2002. – 368 с. 8. Крылов Э. И., Власова В. М., Егорова М. Г. Анализ финансового состояния и инвестиционной привлекательности предприятия: Учеб. пособие / – М.: Финансы и статистика, 2003. – 192 с. 9. Михальская Л.С., Клименко И.А. Оценка инвестиционной привлекательности предприятий региона // Финансы, учёт, банки / Сб.научн. тр. Под общ. ред. Егорова П. В. – Донецк: ДонНУ, УкрНТЭК. – 2001. – Вып. 5. – С. 148–151. 10. Мищенко В.А., Коробков Д.В. Методы и модели управления инвестиционной привлекательностью применяемые на фондовых рынках // Економіка розвитку / Науковий журнал. – ХДЕУ. – 2004. – №1 (29). – С. 17–23. 11. Музиченко А.С. Інвестиційна діяльність в Україні. – К.: 2005. – 406с. 12. Правик Ю.М. Інвестиційний менеджмент. – К.: Знання. -2007. – 431 с. 13. Реверчук С.К. Реверчук Н.Й. Єкимович І.Г. Інвестологія. – К.:2001. – 264 с. 14. Сизов Ю. Стратегический подход к регулированию рынка ценных бумаг // Вопросы экономики. – 2001. – № 11. – С. 51–68. 15. Федоренко В.Г. Інвестиційний менеджмент. –К.: МАУП, 2000. – 260 с.

Надійшла до редколегії 22.05.11

УДК 330.322

Г.В. СЕМЕНЧЕНКО, канд. екон. наук, НТУ „ХПІ”, Харків,
А.Ю. ПОДХАЛЮЗІН, НТУ „ХПІ”, Харків.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ НА МІСЦЕВОМУ РІВНІ

Ефективність енергоспоживання української економіки є дуже низькою. Водночас, загальний потенціал енергоефективності при використанні паливно-енергетичних ресурсів в Україні може скласти до 25...30 % від теперішнього рівня. В статті розглянуто економічні проблеми енергозбереження, пов'язані з процесами генерації, транспортування та споживання теплової енергії та намічені шляхи їх вирішення.

Эффективность энергопотребления украинской экономики очень низка. В то же время общий потенциал энергоэффективности при использовании топливно-энергетических ресурсов в Украине может составить 25...30% от теперешнего уровня. В статье рассмотрены экономические проблемы энергосбережения, связанные с процессами генерации, транспортирования и потребления тепловой энергии и намечены пути их решения.

However efficiency of power consumption by economical sphere in Ukraine is very low. General potential of energy efficiency allow to decrease usage of fuel and energy resources up to 25..30 % compared to present level. The article is devoted to the economical problems of energy saving through the stages of it's emergence: generation of thermal energy, it's transportation and consumption. It allows to work out some advices and solutions.

Вступ. У паливно-енергетичному балансі України домінуюча роль належить природному газу, частка якого складає майже 40 %. За рівнем його споживання наша країна посідає шосте місце у світі після США, Росії, Великобританії, Німеччини та Канади.

Постановка проблеми. Рівень забезпечення України власним «блакитним» паливом становить лише 37 %, решта – експорт із Росії та Туркменістану. Найбільше природного газу – понад 36% від загальних витрат – споживає житлово-комунальне господарство.

Відповідно до розрахунків «Нафтогазу» загальне споживання газу протягом 2010 р. становило 55,9 млрд. м³. Із них: імпортований газ – 35,3 млрд. м³; газ власного видобутку – 20,6 млрд. м³.

Структура споживання:

- потреби населення – 17,8 млрд. м³;
- підприємства комунальної теплоенергетики – 10,5 млрд. м³;
- бюджетні організації – 1,05 млрд. м³;
- підприємства промисловості – 19,3 млрд. м³.

Для прикладу, Україна споживає вдвічі більше газу на виробництво одиниці валового внутрішнього продукту у порівнянні з Німеччиною. І якщо Німеччина, як один із найбільших споживачів газу у Західній Європі, залежить від російського газу на 35 %, то Україна залежить від російського газу майже на 75 %. При цьому ефективність енергоспоживання як економіки України в цілому, так і ЖКГ, в 2...4 рази нижча, ніж в розвинених країнах. Зауважимо, що максимальні втрати припадають саме на етап споживання теплової енергії. Тому проблема енергозбереження в сучасних умовах стає для України найактуальнішою.

Методологія. Вітчизняні науковці багато досліджували проблему енергоефективності, але переважно в сфері промисловості та теплоенергетики. Щодо аналізу економічних проблем енергозбереження з урахуванням сфери споживання теплової енергії існують лише певні публікації, що засновуються на практичному досвіді.

За даними Держкомстату України, в галузі теплопостачання на підприємствах усіх форм власності та відомчого підпорядкування експлуатується понад 26 тис. котелень, загальний технічний стан яких є критично фізично зношеним. Приблизно 22 % котлів, що знаходяться в експлуатації, функціонують понад 20 років. Значна кількість (38 %) котлів малоефективна, з коефіцієнтом корис-

ної дії 65..75 % (на газі) і 70 % – (на вугіллі) . Не відповідає вимогам експлуатації технічний стан теплових мереж і теплових пунктів. В аварійному та застарілому стані перебувають 32 % теплових мереж та понад 29 % теплових пунктів. Внаслідок цього щорічні втрати теплової енергії досягають 10 %.

На величину тарифу послуг теплопостачальних підприємств великий вплив також має і система його формування. Існуючий витратний метод формування тарифів не стимулює комунальні підприємства до підвищення ефективності діяльності, бо зменшення витрат призводить до зниження тарифу, тоді як зростання витрат компенсується збільшенням тарифу.

Навіть якщо генерувальне підприємство знаходиться у приватній власності, то свої послуги населенню, бюджетним споживачам і промисловим підприємствам воно надає за тарифами, що затверджує місцева влада.

Як правило, комунальні підприємства диференціюють споживачів на три групи: населення, бюджетні організації та інші (комерційний сектор) і, відповідно, величина тарифу також змінюється залежно від групи споживачів (для населення – найменший, для комерційних підприємств – найвищий).

Останнім часом на державному рівні змінився підхід до ціноутворення у сфері теплопостачання. Сьогодні діяльність у сфері теплопостачання ліцензується за трьома видами діяльності :

- виробництво теплової енергії;
- транспортування теплової енергії;
- збут теплової енергії.

Кожному виду діяльності має відповідати свій тариф. Переважна більшість підприємств теплопостачання здійснюють і завжди здійснювали усі три вищеописані види діяльності. Тому таке нововведення лише ускладнює їх бухгалтерську звітність, а сума трьох новоутворених тарифів і складає старий «єдиний» тариф.

Ефективному упровадженню політики енергозбереження на комунальних підприємствах перешкоджають три особливості, притаманні тарифам на теплопостачання, негативні наслідки яких, незважаючи на усі нововведення, ніяк не вдається здолати.

Перша особливість – економічна необґрунтованість тарифів. Затвердження тарифів є досить тривалою процедурою, яка передбачає, з-поміж іншого, опублікування нових тарифів у ЗМІ не пізніше ніж за місяць до їх затвердження.

Також обов'язковим заходом є проведення громадського слухання. Громадське слухання проводиться з метою інформування мешканців щодо необхідності зміни тарифу, ознайомлення учасників слухання зі структурою тарифу та надання економічного обґрунтування його величини. Під час громадського слухання мешканці можуть висловити свої зауваження та пропозиції щодо теми обговорення та отримати відповіді від посадових осіб на питання, що пов'язані зі зміною тарифів. Лише після цього тарифи можуть бути затверджені. Але, як показує досвід, за цей час складові витрат підприємств можуть суттєво зрости. Може підвищитися вартість газу, електроенергії, матеріалів тощо. Тому затверджений тариф вже не відповідатиме економічно обґрунтованим витратам і буде збитковим.

Друга особливість – заполітизованість тарифів. Тариф – це економічна категорія. У всьому світі в усі часи до всіх без виключення товарів (послуг) застосовується єдиний економічний закон – ріст собівартості товару або послуги супроводжується ростом їх ціни.

В результаті у деяких містах України тарифи не піднімаються роками, кредиторська заборгованість комунальних підприємств (заборгованість перед організаціями – постачальниками газу, електроенергії, перед бюджетом тощо) зростає до десятків і навіть сотень мільйонів гривень. В таких умовах підприємству теплопостачання іноді важко знайти гроші навіть для виплати заробітної платні, годі вже говорити про впровадження заходів з енергозбереження.

Третя особливість – відсутність у тарифі інвестиційної складової. Комунальне підприємство може здійснювати інвестування енергозберігаючих проєктів власними силами лише за рахунок прибутку та амортизаційних відрахувань. Як вже зазначалося, більшість підприємств теплопостачання є збитковими, тому прибуток, як джерело інвестування, використовувати не можуть.

Включення в тариф інвестиційної складової дозволило б акумулювати грошові кошти на спеціальному рахунку, тим самим, забезпечивши їх цільове

призначення. Кошти могли б спрямовуватися на реалізацію енергозберігаючих проектів, а у випадку їх невикористання – вилучалися б державою. Такий механізм стимулював би комунальні підприємства розробляти та реалізовувати енергоефективні проекти.

Висновки. У зв'язку з цим діяльність підприємств теплопостачання потребує ефективного регулювання з боку держави і місцевих органів влади, яке включає:

- формування виробничих та інвестиційних програм на основі перспективних схем теплопостачання міст і населених пунктів;
- щорічне тарифне регулювання з урахуванням скорочення свідомо нерациональних витрат;
- прозорість формування тарифів;
- проведення моніторингу діяльності підприємств;
- забезпечення обліку і регулювання споживання основних комунальних послуг, що дасть можливість здійснити перехід від оплати за нормативами споживання до оплати згідно з показниками приладів обліку;
- економічно обґрунтований розвиток схем теплопостачання населених пунктів.

Для упровадження ефективного ринкового механізму функціонування комунальної теплоенергетики необхідно прийняти низку нових законодавчих актів та змін до чинних законів, цільову програму стабілізації роботи та розвитку комунальної теплоенергетики України.

Список літератури. 1. Финансирование проектов энергетической эффективности. Секретариат энергетической хартии. – 2004. 2. А. І. Шевцов, М. Г. Земляний, В. В. Вербинський. Муніципальна енергетика: шляхи підвищення ефективності. // 3. Effective Energy Management Guide. Government Office for the South West, Bristol, UK, Version 2008, www.oursouthwest.com/SusBus/susbus9/eemguide.htm#step2 4. Муніципальне енергетичне планування. Енефект. – 2010.

Надійшла до редколегії 19.04.11

В.Н. ТИМОФЕЕВ, докт. экон. наук, профессор, НТУ «ХПИ», Харьков

ПРОБЛЕМЫ И ФАКТОРЫ АНТИИНФЛЯЦИОННОГО НАЛОГООБЛОЖЕНИЯ

В статье рассматривается проблема антиинфляционного налогообложения на основе количественных подходов. Оцениваются также факторы этих процессов в условиях рыночных отношений.

Ключевые слова: антиинфляционное налогообложение, мотивационный механизм, инфляция, реализация продукции, контрольные функции, рыночные отношения.

У статті розглядається проблема антиінфляційного оподаткування на основі кількісних підходів. Оцінюються також фактори цих процесів в умовах ринкових відносин.

Ключеві слова: антиінфляційне оподаткування, мотиваційний механізм, інфляція, реалізація продукції, контрольні функції, ринкові відносини.

The paper addresses the problem of anti-inflationary tax on the basis of quantitative approaches. Assessed the factors of these processes in terms of market relations.

Key words: anti-inflationary taxation, motivational mechanism, inflation, sales of products, control functions, market relations.

Экономика Украины в настоящее время находится в сложном и трудно управляемом процессе. Это происходит в связи с переходом государства к рыночной экономике, которая находится пока в нестабильной и неординарной стадии [1]. Кроме того влияет мировой финансовый кризис, возникший с 2008 года.

Сложившийся мотивационный механизм в современных условиях высокой монополизации производства и либерализации цен не стимулирует рост товарной массы продукции и усугубляет инфляцию [2]. В свою очередь, обострение товарного дефицита обуславливает новый виток роста цен. В основном ориентация лишь на регулирование со стороны соотношения «спрос – предложение» может привести даже в случаях с развитой конкуренцией к затяжным кризисам с медленным периодом стабилизации и оздоровления экономики. К примеру, достаточно известен рост индекса экспортных цен развитых стран в 1981-1983 гг. по сравнению с 1970 г., который составил по всем видам товаров 203-235%. Соответственно современная рыночная экономика капиталистических стран, несмотря на достаточно изощренную систему регулирования, имеет постоянным спутником инфляцию, проявляющуюся с разной интенсивностью в росте индекса цен.

Важнейшую роль в данных условиях приобретает система налогообложения с точки зрения ее адекватности интересам общества в целом и целям его развития. В системе налогообложения одним из наиболее важных свойств является обеспечение ее антиинфляционного характера. Для более действенного и предметного управления процессом товарного насыщения рынка целесообразно оценивать не только общую инфляцию, но и по отдельным товарным группам и по регионам. В связи с этим предлагается ввести антиинфляционный коэффициент в схему расчета основного налога. Назначение при этом обеспечить заинтересованность товаропроизводителя на внутреннем рынке в соответствии темпов инфляции.

Антиинфляционный коэффициент предлагается определять в зависимости от соотношения объема продаж в стоимостном и натуральном выражении и существующего уровня инфляции по формуле:

$$K_{at} = \frac{\sum_{i=1}^m W_{ti} / I_{nti}, I_{ni,t-1}}{\sum_{i=1}^m W_{t-1,i} \cdot I_{nti}}$$

где m – количество видов продукция (товарных групп), реализуемых предприятием в t -м периоде без учета новой продукции, не изготавливаемой в $(t-1)$ -м периоде; W_{ti} , $W_{t-1,i}$ – выручка от реализации i -й продукции в t -м и $(t-1)$ -м учетно-плановых периодах; I_{nti} – индекс роста объема реализации продукции i -й товарной группы в натуральном выражении в t -м периоде по сравнению с $(t-1)$ -м; $I_{nti}, t-1$ – индекс роста инфляции в $(t-1)$ -м периоде применительно к продукции i -й товарной группы (равен индексу роста цен при нивелировании влияния изменения уровня качества продукции).

Соответственно сумму налога Ht в t -м учетно-плановом периоде предлагается непосредственно определять в зависимости от антиинфляционного коэффициента Kat по формуле:

$$Ht = Pt \cdot n \cdot Kat,$$

где Pt – показатель, на который начисляется налог (прибыль, добавленная стоимость и др.); n – установленная величина налога в долях единицы.

При наличии инфляции сумма налога будет снижаться, если рост объема продаж в натуральном выражении или снижение средней цены будет превосходить темпы инфляции, либо это будет достигаться под влиянием обоих факторов. В том случае, когда темпы роста товарной массы будут опережать в определенные периоды рост ее стоимостного выражения и индекс инфляции будет меньше единицы, у товаропроизводителя появляется возможность повысить цену или несколько уменьшить объем продаж в натуральном измерении. Таким образом функции стабилизации экономики выполняет в данном случае антиинфляционный коэффициент.

Пример расчета антиинфляционного коэффициента можно рассмотреть в таблице 1 на основе исходных данных деятельности предприятия.

При расчете антиинфляционного коэффициента, как видно из таблицы, учитываются товарные группы 1,2,3 и 5 позиций. При подстановке исходных данных в формулу может быть расчет:

$$Ka = \frac{200 \div 0,8 \times 1,2 + 500 \div 1,11 \times 1,1 + 700 \div 1,2 \times 1,0 + 2000 \div 1,07 \times 1,1}{250 \times 0,8 + 450 \times 1,11 + 700 \times 1,2 + 1800 \times 1,07} = 0,991$$

Таблица 1. Исходные данные для расчета антиинфляционного коэффициента

Показатели	№ товарных групп продукции				
	1	2	3	4	5
Объем продаж в отчетном t -м периоде:					
- в стоимостном выражении, т. грн.	200	500	700	0	2000
- в натуральном выражении, т. шт.	120	200	1200	0	300
Объем продаж в базовом $(t-1)$ -м периоде:					
- в стоимостном выражении, т. грн.	250	450	700	400	1800
- в натуральном выражении, т. шт.	150	180	1000	250	280
Индекс роста объема продаж в натуральном выражении	0,8	1,11	1,2	0,0	1,07
Индекс роста инфляции в базовом периоде	1,2	1,1	1,0	1,1	1,1

Налог снизится в данном случае примерно на 1%. Объем продаж в натуральном выражении предприятие хотя и увеличило по трем из четырех учитываемых позиций, средняя цена реализованного изделия ниже чем в базовом периоде только по 3-й группе продукции (см. табл. 2). В отчетном периоде ниже количество проданных изделий по 1-й товарной группе, по которой наиболее высокий уровень инфляции среди сравниваемых позиций. Увеличилось незначительно количество реализованных изделий (на 7%) при росте средней цены (на 3,7%) по 5-й товарной группе, удельный вес которой составляет почти половину объема продукции предприятия. По данной товарной группе, если бы было продано в отчетном периоде 320 тыс. шт. вместо 300 тыс. шт. (см. табл. 1) при прочих неизменных условиях, то величина антиинфляционного коэффициента составляла бы 0,9186 и соответственно налог бы снизился на 8,14%.

Таблица 2. Изменение средних цен реализованных изделий в отчетном и базовом периодах

№ товарных групп	1	2	3	5
Средняя цена реализованного изделия (р./шт.):				
- в отчетном периоде	1,67	2,5	0,583	6,67
- в базовом периоде	1,67	2,5	0,7	6,43
Индекс роста средней цены	1,0	1,0	0,833	1,037

К организации налогообложения предлагаемый подход, естественно, несколько усложнит контрольные функции и процедуру в этой деятельности. Объясняется это тем, что в число контролируемых показателей включается дополнительно в натуральном выражении также объем реализации. Однако он может браться, как отмечалось выше, укрупненно по видам продукции /услуг/ или товарным группам, так как при высоких темпах инфляции и спаде производства ассортимент и качество продукции в условиях острого дефицита отодвигается на второй план. Кроме того при наблюдении в настоящее время повышение расходов на организацию налогообложения несомненно на несколько порядков будет ниже потерь в народном хозяйстве от роста инфляции и дезорганизации экономики. Это служит залогом эффективности предлагаемого ме-

тода. Антиинфляционное регулирование в условиях рыночных отношений позволяет для достижения общих целей развития народного хозяйства непосредственно управлять деятельностью отдельных товаропроизводителей.

Список литературы: 1. Державне регулювання економіки України: методологія, напрями, тенденції, проблеми / За ред. М.М. Якубовського. – К.: НДІ Міністерства економіки України, 2005. 2. Ковальчук Т., Коваль М. Основні чинники та фактори інфляції в Україні/ Фінанси України, № 10, 1998.

Надійшла до редколегії 15.07.11

УДК 332.025

І.В. УГРІМОВА, ст. викладач, НТУ „ХПІ”, Харків

СУТНІСТЬ ТА ЗМІСТ КОНТРОЛІНГУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В статті розглянуто поняття контролінгу, визначено його предмет, час та причини появи цього поняття; відмінність від поняття „контроль” та показано видіння цього поняття автором.

В статье рассмотрено понятие контролинга, определен его предмет, время и причины появления этого понятия, отличие от понятия «контроль» и показано видение этого понятия автором.

The article considers the concept of controlling, defined its subject matter, time and the causes of this concept, unlike the notion of "control" and shown a vision of this concept by the author.

Функціонуючи в умовах ринкової економіки, що передбачає зміну цілей і завдань підприємства, законодавчих умов і зовнішнього середовища – на зміну централізованому приходить стратегічне управління на підприємстві. Новий механізм управління вимагає нових підходів. Одним з нових механізмів можна вважати контролінг [1].

Виникнення концепції контролінгу обумовлено особливостями розвитку економіки промислово розвинених країн в 80-90-і роки ХХ ст. Існуючі методи управління виявилися недостатніми або непридатними для забезпечення ефективності функціонування підприємств на заданому рівні, підтримки конкурентоспроможності виробленої продукції й подолання кризових явищ із мінімальними втратами.

Однією з основних причин зародження й розвитку концепції контролінгу послужила потреба в системній інтеграції різних аспектів управління бізнес-процесами.

Предметом вивчення контролінгу являється процес управління підприємством, що включає в себе визначення цілей, формування стратегії, розробку

стратегічних і оперативних планів і бюджетів, моніторинг поточних подій, контроль і аналіз відхилень фактичних результатів від намічених цілей.

Постановка проблеми. На етапі зародження даної концепції під контролінгом розумілася сукупність завдань у сфері обліку й фінансів. Через деякий час популярність контролінгу стала рости, і його поняття трохи розширилося, тому що до функцій контролінгу стали прираховувати фінансовий контроль і оптимізацію використання фінансових коштів і джерел [3].

У німецькому виданні «Економічний словник підприємства» поняття контролінгу визначене як «концепція інформації й управління». Найбільш повно система контролінгу була вперше описана й застосована в США, тому термін контролер-керівник служби контролінгу походить від англійського «controlling».

У загальному значенні слова, контролінг – це система керування обліково-аналітичними фахівцями. А також це концепція, спрямована на ліквідацію вузьких місць і орієнтована на майбутнє відповідно до поставлених цілей і задач одержання певних результатів.

Слово «контролінг» асоціюється із словом «контроль», але це відмінне й навіть протилежне за змістом поняття.

Контроль спрямований у минуле, на з'ясування помилок і прорахунків, а контролінг – це управління майбутнім для забезпечення тривалого функціонування підприємства і його структурних одиниць.

Система контролінгу прагне так управляти процесом поточного аналізу планових і фактичних показників, щоб виключити помилки й відхилення як у сьогоденні, так і в майбутньому. Звідси призначення контролінгу – попередження виникнення кризових ситуацій. Помилки й проблеми, що виникають при аналізі ситуації усередині організації, переплітаються, якщо їх вчасно не виправити, з помилками в оцінці майбутніх умов навколишнього середовища. Інакше кажучи, необхідно передбачити, щоб прийняте рішення не ґрунтувалося на помилкових передумовах, а це особливо важливо, коли прийняте рішення сполучене з більшим ризиком.

У діяльності фірми контролінг – це цілісна концепція керування підприємством, спрямована на виявлення шансів і ризиків, пов'язаних з одержанням прибутку.

Основні причини появи на сучасних підприємствах такого нового напрямку обліково-економічної роботи як контролінг:

1. Нестабільність як зовнішніх (інтернаціоналізація економічного життя, загострення конкуренції на внутрішніх і світових ринках і т.д.), так і внутрішніх (обсяги виробництва, заборгованості по заробітній платі, пошук надійних партнерів і постачальників) факторів висувають додаткові вимоги до системи керування підприємством.

2. Необхідність пошуку усе більш нових і досконалих систем керування, що забезпечують гнучкість і надійність функціонування підприємства. А це, у свою чергу, передбачає виробіток механізмів координації усередині системи керування.

3. Істотні зміни в організації й методології системи інформаційного забезпечення.

4. Відсутність коментарів різних варіантів управлінських рішень.

Висновки. Функціонування системи контролінгу як концепції інформації й управління вимагає уточнення її формулювання, визначення мети й функцій даної системи [2]. В той же час, найбільш узагальнене й часто використовуване визначення терміна контролінгу формулюється як система керування процесом досягнення кінцевих цілей і результатів діяльності виробничо-господарських систем.

Контролінг – нове явище в теорії й практиці сучасного управління, що виникло на стику економічного аналізу, планування, управлінського обліку й менеджменту [3].

Контролінг – це не тільки контроль витрат і рентабельності випуску й реалізації окремих продуктів і послуг, але й забезпечення досягнення поставленої підприємством мети, як правило – одержання максимального прибутку.

Поняття контролінгу в зарубіжній літературі розкрито досить широко й різноманітно. Наприклад, Мескон М. і Хедоурі Ф. вважають контролінг процесом, що забезпечує досягнення організацією поставлених цілей.

У вітчизняній літературі найчастіше контролінг визначають як систему обліку й контролю на підприємстві, однак, це занадто спрощене поняття.

Автор даної статті пропонує дати наступне визначення контролінгу: «Контролінг – це цілосна концепція управління підприємством, яка направлена на виявлення можливостей та ризиків, пов'язаних з отриманням прибутку і попередженням виникнення кризових явищ на підприємстві».

Список літератури: 1.http://mcc.cima.ru/controlling_conference_1.php. 2. *Петренко С.Н.* Контроллинг: Учебное пособие.-К.: Ника-центр, Ольга, 2004.-328 с. 3. *Егоров П.В., Смирнова Л.Д.* Механизм гибкого контроллинга в управлении производственно-хозяйственными системами: Монография. – Донецк: ООО „Юго-Восток, Лтд”, 2007. – 166 с. 4. *Майер Э.* Контроллинг как система мышления и управления.- М.: ФиС, 1992. – 208 с. 5. *Хан Д.* Планирование и контроль: концепция контроллинга.-М.: ФиС, 1997. 6. *Дайте А.* Практика контроллинга.-М.: ФиС, 2001.-136 с. 7. *Фольмут Х.Й.* Инструменты контроля от А до Я: пер. с нем. –М.: Финансы и статистика, 1998. – 288 с. 8. *Сухарева Л.А., Петренко С.Н.* Контроллинг – основа управления бизнесом. – К.Эльга, Ника-Центр, 2002.-208с. 9. *Р.Манн, Э.Майер* Контроллинг для начинающих. // Пер. с нем. Ю.Г. Жукова / под ред. Д.э.н. В.Б. Ивашкевича.- 2е изд., перераб. и допол. – М.: Финансы и статистика, 1995.-304с. 10. Контроллинг как инструмент управления предприятием / под ред. Данилочкиной Н.Г.-М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 279 с. 11. *Бажан І.І.* Контролінг: навч.-метод. посібник .-Донецьк: Юго-Восток, 2006. – 210 с. 12. *Попова Л.В.* Контроллинг: Учебное пособие, М.: Дело и сервис, 2003. – 191с. 13. *Пушикар М.С.* Контролінг: питання теорії та організації контролю. Тернопіль: Терноп. Академія народного господарства, 1997. – 143 с.

Надійшла до редколегії 15.05.11

УДК 338(477)

Т.В.УС, ст.викладач, ХНЕУ, Харків

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Ринкова трансформація економіки потребує радикальної модифікації функцій держави у господарчій діяльності. Державне регулювання як важлива ланка ринкового механізму, вдосконалюючись під впливом ринкової системи, в свою чергу, сприяє підвищенню її ефективності

Рыночная трансформация экономики требует радикальной модификации функций государства в хозяйственной деятельности. Государственное регулирование как важное звено рыночного механизма, совершенствуясь под влиянием рыночной системы, в свою очередь, способствует повышению ее эффективности

The market economy requires a radical transformation of the modifying functions of the state in economic activity. State regulation as an important element of the market mechanism, perfected under the influence of the market system, in turn, enhances its effectiveness

У сучасний період дослідницька програма інституціоналізму стає найважливішим напрямком економічної теорії в Україні. В наукових працях вітчиз-

няних і зарубіжних економістів досить повно розкрито теоретико-методологічні аспекти інституційної теорії

Інституційні проблеми трансформаційної економіки досліджують такі російські вчені, як О.Аузан, Р.Нурєєв, В.Полтерович, О.Московський, В.Вольчік, Ю.Латов, С.Н. Левин., А.Тарушкін, Д.Фролов та ін..

В Україні розробку інституційних проблем економічного розвитку здійснюють такі вчені, як: С.Архієреєв, Т.Гайдай, В.Геец, А.Гриценко, В.Дементьєв, В.Липов, Р.Пустовійт, О.Чаусовський, О.Чухно, В.Якубенко, О.Яременко та інші. В їх працях розглянуто наукові концепції, фундаментальні положення і аналітичний інструментарій інституціонального напрямку економічної теорії, що дозволило не тільки дослідити сутність і природу трансформаційних процесів і створюваних на їх основі соціально-економічних відносин та інституційних змін, а й проаналізувати головні аспекти інституційної складової економіки.

Держава є базовим інститутом, котрий сам продукує норми і правила та водночас має організувати все так, щоб агенти суспільства сприяли розвитку цих норм і правил і самі підкорялися їм.

Таким чином державне регулювання, з одного боку виконує роль системоутворюючого ядра інституціоналізму, визначаючи доцільні параметри останнього і його сучасні форми, а з другого – вплетені в більш загальні суспільні регулятивні механізми, які включають і неписані поведінкові норми, традиції. Є всі підстави вважати, що без ефективних урядів неможливий стабільний соціально-економічний розвиток, так для цього необхідним є функціонування і розвиток відповідної інституційної системи – правил і традицій, що визначають форми та способи використання економічних і технологічних умов.

Розбудова держави і формування нової соціально – економічної системи в Україні вимагають, щоб держава серйозно і досить тривалий час займалася створенням інституціонального середовища, тобто формальних і неформальних правил і норм поведінки, їх взаємодії на макрорівні (щодо інституцій та їх урядових структур) і на мікрорівні (щодо інституціональних угод (трансакцій) [1, с. 32].

Важливою інституціональною проблемою в українській економіці є також невиконання основного принципу ринкової економіки – розподіл власності та влади, переплетіння економічної та політичної влади, а інституціональна слабкість держави проявляється у неефективному виконанні специфікації і захисту прав власності та контрактів [1, с. 248-252].

Інституціональні зміни в економіці України це – досить складний та суперечливий процес, оскільки існує низка чинників, які впливають на розвиток цього середовища:

а) на початку 90-х років XX ст. були досить слабкі і навіть відсутні ринкові інститути та відповідна їм інфраструктура;

б) Україна не пройшла всі стадії постіндустріальної трансформації з притаманними для неї управлінськими революціями;

в) не зважаючи на існуючий сучасний розвиток в науці, освіті, культурі, соціальній сфері, Україна значно відстала у сфері інформатизації суспільства та економіки, комп'ютеризації економічних зв'язків та соціальних мереж, інформаційного опанування економічного простору, як важливої сфери інституціональних перетворень; г) значну гостроту набула невідповідність та протиріччя нових і старих, формальних та неформальних інститутів.

Під дією вище зазначених чинників, інституціональні зміни в країні носили стихійний та хаотичний характер.

Держава повинна приймати активну участь у створюванні базових умов системи вільного ринку, не втручаючись безпосередньо у дію ринкових сил. В умовах трансформації економіки України діяльність держави має істотні зміни. Необхідність втручання держави в ринковий механізм виникає тоді, коли цей механізм не функціонує як саморегульована система. Державне регулювання в умовах сформованих ринкових відносин і нормального ринкового стану зводиться до підтримки функціонування ринкової системи та діяльності, в ході якої можна компенсувати недоліки або негативні наслідки ринку.

В умовах ринкової системи державне регулювання варіюється залежно від причин, що спричинили недоліки функціонування ринкової динаміки. Засоби

регулювання визначаються відповідно до мети і напрямків державної економічної політики.

Одним з напрямків розвитку соціальної ринкової економіки є активна роль держави в утворюванні рівних можливостей активної участі населення у ринковій економіці. Ринкова трансформація економіки потребує радикальної модифікації функцій держави у господарчій діяльності. Необхідно створення інституційних, економічних та соціальних передумов приватного підприємництва, формування конкурентного середовища, а також стимулів до активізації стратегічно важливих напрямків розвитку.

Існують також і особливі, пов'язані з перехідними процесами у суспільстві, витрати трансформації економічної системи, які виступають як витрати ринкової трансформації [2, с. 131-132].

Важливою проблемою реформування економіки є ґрунтовна розробка та послідовне планомірне проведення достатньо сильною для цього державою довгострокової програми, яка б спиралася на концепцію адаптації бажаних інституційних новацій (введення відповідних формальних правил) до реально діючих офіційних, а головне, неофіційних, негласних інституцій, які формувалися століттями і є невід'ємною цивілізаційно-визначеною складовою соціально-економічного життя країни.

Сучасний стан економіки України можна охарактеризувати як економіку, в якій здійснюються інституціональні зміни всієї системи суспільних відносин (економічних, соціальних, політичних). Ці інституційні перетворення мають дискретний характер, однак процес створювання передумов здійснюється як еволюційним шляхом, так і шляхом достатньо швидких змін. Еволюційний шлях описується класичною схемою: зміни у динаміці, часткові зміни структури економічної системи, еволюція інтересів впливових груп, також зміна інститутів. Період еволюційних перетворень залежить від еволюції інтересів впливових груп. Вихідним моментом революційних перетворень є еволюція інтересів цих груп. Інколи еволюція здійснюється миттєво, створювання передумов до зміни інститутів відбувається дуже швидко, наприклад зміна інституту власності. Від-

так інституційні перетворення повинні відбуватись з втручанням держави і суспільства і стосуватись як формальних, так і неформальних інститутів.

В економіці України економічне зростання досягається за рахунок інституційних і організаційних інновацій, що дозволяє знизити трансакційні витрати, стимулює підприємницьку діяльність та підвищує конкурентоспроможність національної економіки та її інститутів. Таким чином, інститути повинні не тільки знизити витрати щодо специфікації прав власності, витрати, пов'язані з розробкою законодавчої та договірно-правової бази захисту і просування національних інтересів на світові ринки, але й сприяти децентралізованому прийняттю рішень економічними суб'єктами, надаючи їм в повному обсязі інформацію і сучасні знання про ефективне функціонування конкурентних ринків.

Основні напрямки проведення інституційної реформи включають в себе укріплення законності, надання змоги та забезпечення гарантій реальних прав власності, виконання контрактів, норм, правил у суспільстві, розвиток неформальних правил, якісне удосконалювання функціонуючих інститутів, створювання інститутів соціального партнерства та організацій, які координують і регулюють інтереси соціальних груп у суспільстві [3, с 26].

У поступовому зростанні ефективності ринкової системи важливу роль відіграє багатоскладовий механізм її регулювання. Державне регулювання як важлива ланка цього механізму, вдосконалюючись під впливом ринкової системи, в свою чергу, сприяє підвищенню її ефективності.

Сучасні трансформаційні процеси, що відбуваються в Україні, здебільшого зорієнтовані на постіндустріальний розвиток. Це передбачає реформування моделі матеріально-ресурсного розвитку і вдосконалення структурно-функціональних інститутів з їх адаптацією до умов глобального середовища, яке теж перебуває в стані трансформації. Відтак визначення подальших перспектив економічного, політичного, соціального і духовно-культурного розвитку національної економіки внаслідок інституційних перетворень потребує більш детального дослідження і обґрунтування.

Таким чином, у трансформаційній економічній системі економічне зростання досягається за рахунок інституційних і організаційних інновацій, що до-

зволяє знизити трансакційні витрати, стимулює підприємницьку діяльність та підвищує конкурентоспроможність національної економіки та її інститутів.

Набувають великого значення проблеми, що пов'язані з інституційною та структурною перебудовою національної економіки та соціальної сфери. Вирішення означених проблем можливе за умов переорієнтації державного регулювання та створення нових неформальних інститутів.

Список літератури: 1. Постсоветский институционализм: Монография / Под ред. Р.М.Нуреева, В.В.Дементьева. – Донецк: Каштан, 2005. – 480 с. 2. Яременко А. Механизм институциональных изменений // Экономическая теория, 2006. – №1. – С. 3-13. 3. Носова О.В. Институциональные подходы к исследованию переходной экономики // Экономическая теория, 2006. – № 2.- С. 25-37.

Надійшла до редколегії 18.06.2011

УДК 658.15

В.І. УСПАЛЕНКО, проф. , ХДТУБА, Харків,
О.В. АСКОЛЬСЬКА, студентка, ХДТУБА, Харків.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ СТІЙКІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуто поняття фінансової стійкості з погляду українських, російських і деяких зарубіжних вчених, як ефективного інструмента управління, який створює конкурентні переваги в ринковому середовищі. Показані основні завдання аналізу фінансового стану та відображено основні умови, що забезпечують ефективне функціонування підприємства в сучасних умовах, встановлюють можливості підприємства продовжувати свою господарську діяльність, розвиватися, забезпечувати прибутковість і виробничо зростати та ухвалювати відповідні рішення.

В статье рассмотрено понятие финансовой устойчивости с точки зрения украинских, российских и некоторых зарубежных ученых, как эффективного инструмента управления, который создает конкурентные преимущества в рыночной среде. Показаны основные задачи анализа финансового состояния и отражены основные условия, обеспечивающие эффективное функционирование предприятия в современных условиях, устанавливают возможности предприятия продолжать свою хозяйственную деятельность, развиваться, Обеспечивать прибыльность и производственно расти и принимать соответствующие решения.

The article deals with the concept of financial stability from the viewpoint of the Ukrainian, Russian and some foreign scholars as an effective management tool, which creates a competitive advantage in the market environment. The basic problem of analyzing the financial condition and reflects the main conditions for effective functioning of the enterprise under modern conditions, establish the possibility of the company to continue its business, to develop, To ensure profitability and production to grow and make decisions accordingly.

Фінансова діяльність підприємства здійснюється під впливом невизначених чинників, які зумовлені зростанням конкуренції на ринку, нестабільністю нинішньої політичної ситуації в країні, системи оподаткування, що постійно змінюється.

Фінансова діяльність підприємства пов'язана з багатьма ризиками, ступінь впливу яких на результати його діяльності значно підвищується з нестабі-

льністю нинішньої економіки. У ринковій економіці фінансова стійкість є головною умовою життєдіяльності і основою стабільності стану підприємства [1].

Управління фінансовою стійкістю є одним з основних елементів фінансового менеджменту на підприємстві, необхідною передумовою стабільного розвитку підприємства [1].

Це питання розглядається у працях таких вчених, як: К. Друрі [2], К. Хеддервік [3], Ізмайлова К.В. [4], Ковальов В.В. [5], Кизим М.О. [6], Зінченко В.А. [7] і Копчак Ю.С. [8], Волкова О.М. [9] та інші.

В процесі функціонування кожне підприємство має зберегти не лише стійкість свого становища, але й збалансувати внутрішні можливості із впливом зовнішнього середовища для досягнення стану нової якості, що дасть змогу розвиватися. Головною складовою загальної стійкості підприємства, безумовно, є фінансова стійкість (ФС), яка характеризує усталеність різних сторін його діяльності. Аналіз фінансової стійкості підприємства дає змогу оцінити здатність підприємства адаптуватися до умов зовнішнього середовища та визначити ступінь його незалежності від зовнішніх джерел фінансування. Тому важливим є питання оцінки і прогнозування ФС підприємства та удосконалення з цією метою існуючих підходів та методик [4].

Поняття "фінансова стійкість" розглядається багатьма вченими-економістами, але вивчаючи це питання було встановлено, що найчастіше термінологічні трактування цього поняття, даються в науковій економічній і фінансовій літературі саме у українських, російських і деяких зарубіжних вчених економістів.

По-перше, фінансова стійкість є головним компонентом загальної економічної стійкості підприємства, оскільки є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, формується в процесі його операційної, інвестиційної та фінансової діяльності.

По-друге, фінансова стійкість підприємства це здатність здійснювати основні та інші види діяльності в умовах підприємницького ризику і мінливого середовища бізнесу з метою максимізації добробуту власників, зміцнення конкурентних переваг організації з урахуванням інтересів суспільства і держави.

По-третє, фінансова стійкість підприємства – здатність фінансової системи зберігати рух по наміченій траєкторії (підтримувати намічений режим функціонування), незважаючи на впливаючи на неї внутрішні і зовнішні чинники.

По-четверте, фінансова стійкість підприємства визначає його фінансову незалежність від зовнішніх джерел фінансування (кредиторів та інвесторів) і фінансову безпеку (оптимальну структуру активів і джерел їх покриття).

По-п'яте, фінансова стійкість підприємства в довгостроковому плані характеризується співвідношенням його власних і позикових коштів. Сутність фінансової стійкості визначається ефективним формуванням, розподілом і використанням фінансових ресурсів, а платоспроможність виступає її зовнішнім проявом. Забезпеченість запасів і витрат джерелами формування є основою фінансової стійкості. Також слід сказати, що розрахунок показників фінансової стійкості для менеджера є досить важливим, так як дає інформацію, необхідну для прийняття рішення про доцільність залучення додаткових позикових коштів і для контролю діяльності підприємства, щоб не допустити банкрутства. Вищою формою стійкості підприємства є його здатність розвиватися в умовах нестабільного внутрішнього і зовнішнього середовища. Для цього підприємство має володіти гнучкою структурою фінансових ресурсів і при необхідності мати можливість залучати позикові кошти, тобто бути кредитоспроможним [5].

Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів.

Функціонування українських підприємств в умовах, що постійно змінюються, багато в чому залежить від якості управління. Останнім часом великої популярності набула так звана концепція вимірювання досягнень на підставі оцінки фінансових і нефінансових показників діяльності підприємства. Однією з альтернативних концепцій є збалансована система показників (далі ЗСП) (рисунки 1). Застосування саме цієї концепції в практиці управління промисловими підприємствами пояснюється не лише всебічним охопленням напрямів дія-

льності, а й можливістю оцінки результативності стратегії управління діяльністю підприємства [7].

Для успішного впровадження ЗСП в практику господарювання підприємства необхідне розуміння проектною командою концепції ЗСП, оскільки реалізація проекту в основному залежить від лінійних керівників, які мають повну й достовірну інформацію про всі проблеми окремих напрямів діяльності підприємства.

Оскільки концепція ЗСП передбачає постійний перегляд складу та відношення показників, що характеризують систему, то стратегія управління буде коректуватися залежно від зміни вихідних даних, що характеризує ЗСП як модель, яка відрізняється від інших саморозвитком та самоконтролем. [8].

Саме застосування цієї моделі дасть можливість підприємствам систематично й усебічно оцінювати фінансовий стан. Це уможливить критичну оцінку фінансових результатів діяльності підприємства як у статичі за певний період, так і в динаміці – за ряд періодів, дасть змогу визначити "больові точки" у фінансовій діяльності та способи ефективнішого використання фінансових ресурсів, їх раціонального розміщення.

Основними завданнями аналізу фінансового стану є:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- аналіз ділової активності підприємства та його становища на ринку цінних паперів;
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів [10].

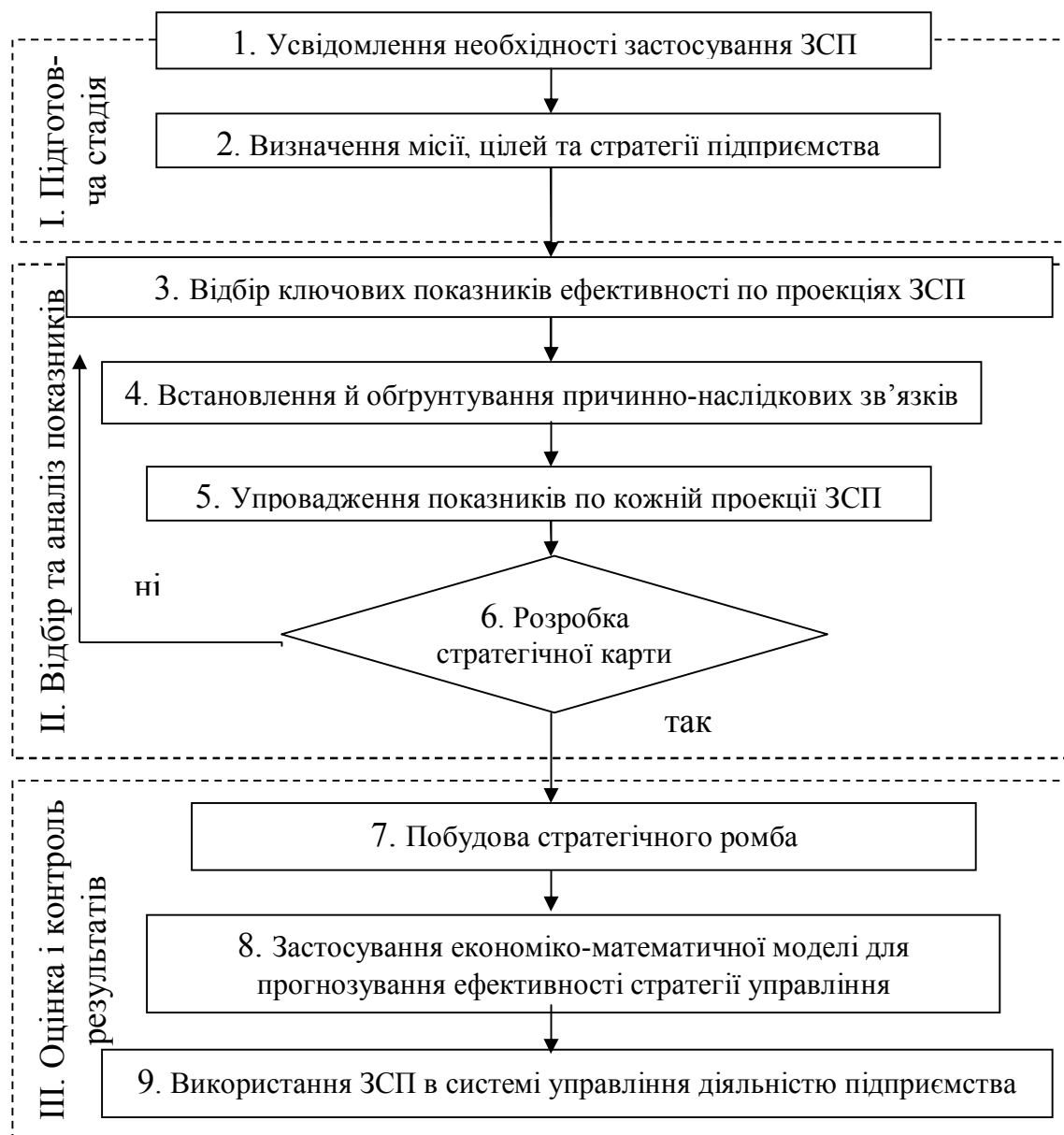


Рис. – Алгоритм управління підприємством на основі ЗСП

Отже, питання фінансової стійкості є дуже актуальним в наш час і кожне підприємство повинно регулярно проводити аналіз свого фінансового стану задля контролю і не допущення погіршення роботи підприємства.

Виходячи з вище сказаного, можна зробити висновок, що фінансова стійкість є однією з найважливіших характеристик фінансово-економічної діяльності підприємства в умовах ринкової економіки. Якщо підприємство фінансово стійке, то воно має перевагу перед іншими підприємствами того ж профілю і залучень інвестицій, в одержанні кредитів, у виборі постачальників і в підборі кваліфікованих кадрів. Нарешті, воно не вступає в конфлікт із державою і сус-

пільством, тому що виплачує вчасно податки в бюджет, внески в соціальні фонди, заробітну плату, а банкам гарантує повернення кредитів і сплату відсотків по них.

Список літератури: 1 Закон України “Про підприємництво” [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>. 2 Волкова О.М, Девяткина О.В. Экономика предприятия (фирмы): Учебник. / – М.: ИНФРА-М, 2007. – 601с. 3 Должанський І. Ягнюк І. Алгоритм управління діяльністю промислових підприємств на основі збалансованої системи показників [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/> 4 Друри К. Управленческий и производственный учет / Пер. с англ.-М., 2003. – 1071 с. 5 Єрмоленко Г.Г., Копачова К.І. Теоретичні аспекти дослідження поняття фінансової стійкості господарюючих суб’єктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/> 6 Ізмайлова К.В. Фінансовий аналіз: Навч.посіб. – К: МАУП, 2000 – 152 с. 7 Кизим М. О., Забродський В. А., Зінченко В. А., Копчак Ю. С. Оцінка і діагностика фінансової стійкості підприємства / Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003. – 144 с. 8 Ковалев В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности – 1-е изд., пере раб. И доп. – М: Финансы и статистика, 2001. –512 с. 9 Хеддервік К. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств/ Пер. с англ. –К.: Либідь, 1999. – 568 с. 10 Щербатенко І.В., Шамаєва О.Ю. Оцінка фінансового стану підприємства – сутність та необхідність [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/> 11 Тищенко О.М. Норік Л.О. Моделювання оцінки та прогнозування фінансової стійкості підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua/>

Надійшла до редколегії 18.04.2011

УДК 338

М.М. ШЕВЧЕНКО, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХПІ», Харків,
М.З. УСМАНОВА, студентка, НТУ «ХПІ», Харків.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ КЛІМАТ І РОЗВИТОК ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ В УКРАЇНІ

У даній статті наведені основні чинники, що визначають інвестиційний клімат і формують інвестиційну привабливість проекту як такого. Запропоновано комплекс дій для підвищення інвестиційної привабливості українських підприємств в умовах сьогодення.

В данной статье приведены основные факторы, определяющие инвестиционный климат и формируют инвестиционную привлекательность проекта как такового. Предложен комплекс действий для повышения инвестиционной привлекательности украинских предприятий в современных условиях.

This article introduces the main factors, which determine investment climate and form investment attractiveness of the project. The set of actions to increase investment attractiveness of ukrainian enterprises in today's environment was offered.

Постановка проблеми. Однією з наріжних сучасних проблем України є залучення інвестиційних потоків до нових венчурних проектів. Такі вкладення самі по собі є дуже ризикованими, особливо у світлі нестабільності сучасної економіки, криз і глобальних економічних катаклізмів. Однак без вкладень немає і розвитку, в процесі якого ситуація може позитивно змінитися. Саме тому так важливо правильно проаналізувати не тільки можливість реалізації проекту,

але і також ряд макроекономічних факторів, які формують інвестиційну привабливість.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вагомий внесок у вивчення проблем оптимізації інвестиційних процесів, факторів формування інвестиційного клімату, як на національному, так і на регіональному рівні здійснили такі вітчизняні науковці як Бажал Ю. Н., Бандур С. І., Беленький П. Ю., Герасимчук М. С., Карпінський Б. А., Кваснюк Б. Є., Клебанова Т.С., Ляшенко В. І., Пересада А. А., Пинзеник В. М., Писаренко С. М., Побурко Я. О., Терон І. В., Точилін В. О., Чемерис О. М., Чумаченко Н. Г., Шевчук В. Я., Школа І. М. та інші.

Мета статті. Пропонується розглянути основні чинники, що суттєво впливають на масштаби інвестування у українські проекти, а також пропозицію комплексу дії для підвищення інвестиційної привабливості підприємства.

Під інвестиційним кліматом розуміють узагальнюючу характеристику сукупності соціальних, економічних, організаційних, правових, політичних та інших умов, що визначають привабливість, ступінь ризику і доцільність інвестування в економіку країни (регіону). Оцінка інвестиційного клімату передбачає врахування:

- економічних умов (стану макроекономічного середовища, динаміки ВВП, національного доходу, обсягів виробництва продукції, інфляції, рівня високотехнологічних виробництв, положення на ринку праці, ситуації в грошово-кредитної, фінансової, податкової, валютної системах і т.п.);
- державної інвестиційної політики (ступеня державної підтримки іноземних інвестицій, можливість націоналізації іноземного майна, участі в міжнародних договорах, дотримання угод, послідовності політичної влади, стійкості державних інститутів і ефективності їх діяльності тощо);
- нормативно-правової бази інвестиційної діяльності (статусу регламентуючих документів та порядку їх коригування, параметрів введення і виведення інвестицій з країни, податкового, валютного та митного режиму, порядку створення, реєстрації, діяльності, звітності і ліквідації фірм, заходів регулювання та контролю над їх діяльністю, врегулювання суперечливих моментів);

- інформаційного, статистичного матеріалу про стан різних факторів, що визначають інвестиційний клімат.

Для отримання повної картини про доцільність вкладення коштів в конкретний проект необхідно виконати аналіз його інвестиційної привабливості в чотирьох основоположних аспектах, які враховують:

- фінансове становище компанії (підприємства);
- показники ринкового становища і конкурентоспроможність продукції підприємства;
- показники використання ресурсів на підприємстві;
- ефективність менеджменту та взаємодії між адміністративним і виробничим персоналом.

На основі отриманої інформації робиться висновок про інвестиційну привабливість розглянутого проекту і ступінь ризику його реалізації. Наша країна має низку переваг, які необхідно враховувати і розвивати. До них належать: надзвичайно зручне географічне розташування, велика сировинна база, наявність кваліфікованої і відносно недорогої робочої сили, великий ринок і наявність непокритого попиту. Разом з тим у нас існує ряд більш серйозних проблем із законодавчою базою, рівнем довіри і станом інфраструктури.

Саме зараз Україні на рівні законодавчої влади необхідно терміново вирішувати завдання реформування економіки, податкової та судової системи особливо. Як відомо, в Україні зараз розробляється і створюється досить багато проектів, гідних уваги, з яскравими ідеями. Проте найгострішою проблемою для всіх галузей все ще залишається залучення фінансування. Багато інвесторів вважають Україну цікавою в аспекті співпраці. Проте, ряд причин, на їхню думку, не дає можливості починати співпрацю в необхідному масштабі. На думку інвесторів, головна небезпека ведення бізнесу в Україні – наявність корупції. У той час, як весь світ глобально виводить економіку з тіньового сектору, в нашій країні цей процес іде вкрай повільно.

Несприятливим є той факт, що підприємці в багатьох випадках виявляються безправними і не можуть відстояти свої права навіть у вищих судових інстанціях та їх інтереси залишаються неврахованими. Багато суперечливих пог-

лядів викликав проект нового податкового кодексу та його нововведення. Вдосконалення законів і процедур оподаткування необхідно для підвищення ефективності економіки без явного збитку для обох сторін. Важливо також врегулювати проблему з нарахуванням та збором ПДВ.

За прогнозами експертів 2011 рік очікується досить успішним для ведення бізнесу, розвинені країни планують показати в цьому році високий економічний приріст і остаточно позбутися наслідків кризи. Україні, як ніколи, важливо зараз прийняти участь в цьому економічному зростанні та кооперуватися з державами з розвинутою економікою для початку і розвитку потужних перспективних проектів. Саме вони можуть допомогти вирішити проблему зовнішнього боргу, за рахунок зміни експортно-імпортного сальдо. Для цього необхідно урегулювати митний режим та спростити процедури ввезення та вивезення товарів.

Необхідно провести ряд реформ і продовжувати розвивати успішно розпочаті в 2010 році. За оцінками експертів, найбільш перспективними галузями в Україні є виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів; металургійне виробництво та виробництво готових металевих виробів, хімічна і нафтохімічна промисловість, машинобудування. Дані галузі мають досить потужний науковий потенціал, проте їх матеріально-технічна відсталість не дає їм зайняти серйозні позиції на світовому ринку. Об'єднання українських фірм з великими корпораціями було б серйозним поштовхом для нового етапу розвитку виробництва і збільшення експорту за рахунок модернізації матеріальної і технічної бази для підвищення якості готової продукції та напівфабрикатів. Завданням підприємств є розробка вигідних чітко продуманих бізнес-планів та розвиток конкурентних переваг своєї продукції. Завданням Українських фінансових установ є робота над поліпшенням індикаторів, а також підвищення коефіцієнту довіри до внутрішніх банків. Передача інвестицій не може здійснюватися, оминаючи цей сектор.

Особливу увагу необхідно приділити реформуванню агропромислового комплексу. На сьогоднішній день пропонується багато шляхів реформування, що свідчить про процес пошуку вирішення проблеми. Сільське господарство

особливо перспективно, тому що зараз існує світова тенденція до здорового харчування та здорового способу життя. Наша країна в цьому плані має ряд беззаперечних конкурентних переваг, таких як великі території з родючими землями, сприятливі географічні та кліматичні умови. Україні необхідно модернізувати процеси виробництва і виходити на світовий ринок з пропозицією екологічно чистої продукції. Важливими кроками може стати прийняття закону про продаж землі та страхування очікуваного врожаю.

Однак не тільки держава має дбати про шляхи покращення інвестиційної ситуації. Багато задач можуть бути вирішені силами конкретного підприємства. Необхідно почати процес реформування підприємства зсередини. Важливо створити чітку організаційну структуру, делегування обов'язків, необхідно визначити всі можливості для посилення конкурентних переваг, розробити заходи щодо підвищення ефективності виробництва. Основні зусилля при цьому необхідно спрямувати на:

- підвищення надійності компанії та популярності імені, досягнення стійкого положення на зайнятому ринку;
- чітке розмежування поточних позицій і дій, планів і дій на найближче майбутнє;
- розробку потенційного проекту та бізнес-плану на основі аналізу сильних і слабких сторін підприємства з описом потенційних переваг для обох сторін;
- організацію високоефективної взаємодії між адміністративним і виробничим персоналом, забезпечення чіткого процесу управління виробництвом;
- розширення і зміцнення співпраці та взаємодії з іншими потужними компаніями.

Висновок. У даній роботі були розглянуті основні критерії інвестиційної привабливості проекту та клімату, в умовах якого оперує фірма в цілому. Були визначені ряд проблем, які перешкоджають масштабного надходженню інвестиційних потоків в Україну. Разом з цим були також зазначені кроки дій для підвищення привабливості фірми навіть у нинішніх умовах. Реформування всіх аспектів інвестування в Україну процес тривалий, тому основна частина роботи

лягає на самостійні активні дії підприємств. При дотриманні рекомендованих кроків, становище підприємства може суттєво покращитися.

Список літератури: 1. Ример М., Касатов А., Матиенко Н. Экономическая оценка инвестиций: Учебник для вузов. - Питер Пресс, 2008.- 480с. 2. Все инвестиции <http://www.vseinvesticii.com/investitsii/investitsionniy-klimat.html> Инвестиционный климат 3. Журнал «Главред», №52 від 21-03-11 «Инвестиционный климат в Украине» 4. Киевский центр политических исследований и конфликтологии <http://www.analitik.org.ua/current-comment/economy/4d49344fd369d/> Инвестиционный климат в Украине 5. Государственное агентство Украины по инвестициям и развитию <http://www.in.gov.ua/index.php?lang=ru&get=212> Инвестиционный климат

Надійшла до редколегії 12.04.11

УДК 339.4.004.018

Е.С.ДРУГОВА, ассистент, НТУ «ХПИ», Харьков

МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИХ МЕРОПРИЯТИЙ

В статье рассмотрены методические особенности экономической эффективности энергосберегающих мероприятий. Обоснован интегральный эффект в качестве критерия экономической оценки эффективности внедрения мероприятий.

У статті розглянуто методичні особливості економічної ефективності енергозберігаючих заходів. Обґрунтовано інтегральний ефект як критерій економічної оцінки ефективності впровадження заходів.

In the article address the methodological features the economic efficiency of power saving up activities. Is proved integral effect as criteria assessing the effectiveness of the introduction of the economic activities.

Введение. В условиях рыночных отношений, где каждый участник рынка стремится обеспечить себе получение максимальной прибыли, выявление эффективных направлений энергосбережения (с точки зрения максимального народнохозяйственного эффекта) заслуживает внимания. Это позволяет сформулировать основные концептуальные предложения проведения инвестиционной политики в области энергообеспечения.

Современные тарифы на электроэнергию, тепло, топливо для различных групп потребителей зачастую не отражают действительных затрат на их производство и доставку до потребителей. Для одних потребителей они завышены в значительной мере, для других занижены. Оценка эффективности энергосберегающих мероприятий с использованием таких тарифов на уровне предприятий или отрасли не отвечает реальному народнохозяйственному эффекту.

Исследование проблемы. В условиях монопольного энергетического рынка эффективное развитие экономики и энергетики возможно обеспечить за счет согласования интересов потребителей и производителей энергии [1, 2].

Суть такого согласования заключается в том, что инвестиционные ресурсы генерирования у производителя и энергосбережение у потребителя рассматриваются одновременно на единой основе. Инвестиции вкладываются в то направление, которое обеспечивает минимальные затраты сбереженной или произведенной энергии. Данный подход позволяет обеспечить спрос на энергоресурсы с наименьшими затратами.

Критерием оценки эффективности варианта обеспечения энергоресурсом потребителей будет являться минимум затрат на единицу энергии. Этот критерий не противоречит интересам производителей энергии и топлива и отвечает интересам потребителей энергоресурсов.

Учитывая, что во многих случаях энергосбережение является экономически эффективным, то его следует рассматривать полноправной альтернативой строительству новых топливных баз и средств транспорта топлива, сооружению новых генерирующих источников, линий электропередач и тепловых сетей.

Расчетные формулы для оценки эффективности энергосберегающих мероприятий в этом случае можно вывести исходя из эффективности вариантов энергообеспечения, сопоставляя с одной стороны - затраты на добычу, производство и транспорт топлива, производство энергии и транспорт её до потребителей; с другой стороны - затраты на сбережение такого же объёма энергии и топлива у потребителей.

Применительно для развивающейся энергосистемы эффект от энергосберегающих мероприятий и технологий будет складываться из затрат на развитие и функционирование генерирующих мощностей и электрических сетей с учетом предотвращенного ущерба от экологического загрязнения окружающей среды и повышения надежности энергоснабжения.

Применительно для теплоснабжающей системы в эффект теплосбережения входят затраты во все элементы этой системы с учетом природоохранных мероприятий и мероприятий по обеспечению надежности теплоснабжения.

Для топливоснабжающей системы (затраты на топливо в электро- и теплоснабжающих системах также присутствуют) эффект от энергосберегающих

мероприятий определяется с учетом затрат, связанных с освоением новых топливных баз, переработкой и производством топлива, развитием систем транспорта топлива с учетом природоохранных и ресурсосберегающих мероприятий.

С учетом выше сказанного, в качестве критерия экономической оценки эффективности внедрения энергосберегающих мероприятий можно принять интегральный эффект [3] (чистый дисконтированный доход за расчетный период), который определяется по выражению:

$$\mathcal{E}_{ин} = \sum_{t=0}^T (R_t - \mathcal{Z}_t) \frac{1}{(1 + E_t)^t}, \quad (1)$$

где T - горизонт расчета; t - номер шага расчета; R_t - результаты, достигаемые на t -ом шаге; $\mathcal{Z}_t$ - затраты, связанные с реализацией мероприятия по энергосбережению на t -ом шаге; E_t - норма дисконта на t -ом шаге.

Дополнительными критериями эффективности могут быть индекс доходности, внутренняя норма доходности, срок окупаемости капиталовложений и другие показатели.

В качестве результирующего эффекта R_t от реализации мероприятий по энергосбережению принимаются сэкономленные затраты на развитие и функционирование топливно-энергетического комплекса для производства и доставки потребителям энергии в размере W . Эти затраты включают в себя следующие составляющие:

$$R = R^N + R^{Tp\mathcal{E}} + R^{Top} + R^{\mathcal{E}k} + R^D, \quad (2)$$

где R^N - затраты на развитие генерирующих мощностей для отпуска потребителям энергии, количественно равной сэкономленной W ; $R^{Tp\mathcal{E}}$ - затраты на развитие транспорта энергии (электрические и тепловые сети); R^{Top} - затраты на топливо с учетом развития топливных баз, средств транспорта топлива, добычи, переработки включая текущие транспортные издержки; $R^{\mathcal{E}k}$ - предотвращенный ущерб от экологического загрязнения при развитии и функционировании генерирующих мощностей, топливных баз, средств транспорта топлива и энергии; R^D - дополнительные доходы от повышения надежности энергоснабжения при внедрении энергосберегающих мероприятий.

Составляющие формулы (2) применительно для электроснабжающей системы с ТЭС можно определить следующим образом.

Затраты на развитие и функционирование электрогенерирующих мощностей определяются их уровнем N на основе соотношения:

$$N = \frac{W}{h(1 - \alpha_{с/н})(1 - \gamma_n)}, \quad (3)$$

где W - экономия электроэнергии у потребителя за счет энергосберегающего мероприятия; h - число часов использования мощности в году; $\alpha_{с/н}$ - доля расхода электроэнергии на собственные нужды ТЭС; γ_n - относительные потери электроэнергии в электрических сетях до потребителя.

Величину этих затрат можно определить, используя следующую зависимость:

$$R^N = K^N + I^П + I^{ТОП} = K^N + I^{КТР} + I^{ЗП} + I^{ОС} + I^{ЭК} + I^{РиЗ} + I^{СИС} + I^{ПК} + I^{ТОП}, \quad (4)$$

где K^N - капиталовложения на сооружение (развитие) ТЭС мощностью N ; $I^П$ - постоянные издержки; $I^{ТОП}$ - топливная составляющая затрат; $I^{КТР}$ - затраты на капитальный и текущий ремонт; $I^{ЗП}$ - затраты на заработную плату; $I^{ОС}$ - общестанционные расходы; $I^{ЭК}$ - плата за вредные выбросы в окружающую среду; $I^{РиЗ}$ - плата за использование природных ресурсов и занимаемую генерирующим источником территорию земли; $I^{СИС}$ - системная составляющая затрат (налоги, сборы, платежи, прибыль и пр.); $I^{ПК}$ - ежегодные платежи, обеспечивающие компенсацию кредита.

Оценка затрат на топливо для обеспечения прироста его потребности достаточно трудоемкая задача, требующая оптимизации ТЭБа страны. Вместо определения замыкающих затрат на топливо можно использовать предельные (теоретически максимальные) внутренние цены на экспортируемые из России энергоносители. Эти цены будут равняться мировым, уменьшенным на величину транспортных расходов. Это правомерно для подобных задач и равнозначно тому, что сэкономленное за счет энергосберегающих мероприятий топливо можно продать на мировом рынке по мировым ценам. Реальные внутренние цены на котельно-печное топливо в настоящее время существенно ниже мировых и оценка по ним эффективности энергосберегающих мероприятий не отвечает реальному народнохозяйственному эффекту.

Затраты на развитие и функционирование транспорта электроэнергии можно записать в виде

$$R_{\text{трэ}} = K_{\text{трэ}} + I_{\text{трэ}}, \quad (5)$$

где $K_{\text{трэ}}$ - капиталовложения на развитие линий электропередач; $I_{\text{трэ}}$ - суммарные эксплуатационные издержки, связанные с транспортом электроэнергии, включающие плату за землю.

Затраты на развитие линий электропередач можно приближенно оценить по соотношению затрат на развитие генерирующих мощностей и линий электропередач по фактическим за прошлые годы или проектным данным на перспективу.

В эффект от энергосбережения (2) должны входить дополнительные доходы от повышения надежности энергоснабжения при внедрении энергосберегающих мероприятий - R^{Δ} . Данные доходы можно оценить по величине затрат на размещение и функционирование резерва мощности в энергосистеме, соответствующие вводу генерирующей мощности.

Затраты в энергосберегающее мероприятие, внедрение которого позволит экономить W энергии или топлива, в t -й год его развития и функционирования можно записать как

$$Z_t = K^{\text{эс}} + \Delta\Phi + I^{\text{ктр}} + I^{\text{зп}} + I^{\text{н}} - I^{\text{эк}} + I^{\text{пк}}, \quad (6)$$

где $K^{\text{эс}}$ - капиталовложение в энергосберегающее мероприятие; $\Delta\Phi$ - остаточная стоимость несамортизированных основных производственных фондов, демонтируемого оборудования в результате внедрения энергосберегающего мероприятия; $I^{\text{ктр}}$ - затраты на капитальный и текущий ремонт энергосберегающего оборудования; $I^{\text{зп}}$ - затраты на заработную плату, связанную с эксплуатацией энергосберегающего оборудования; $I^{\text{н}}$ - налог на прирост основных фондов; $I^{\text{эк}}$ - снижение платы за вредные выбросы в окружающую среду при внедрении энергосберегающего мероприятия; $I^{\text{пк}}$ - ежегодные платежи, обеспечивающие компенсацию кредита.

Выводы. Представленная выше методика оценки эффективности мероприятий по энергосбережению позволяет рассматривать энергосбережение как неотъемлемую часть топливно-энергетического комплекса и оценивать ее эффективность с точки зрения народнохозяйственного эффекта.

Расчетная эффективность внедрения ряда электросберегающих мероприятий, полученная по этой методике с учетом предельной стоимости природного газа, в 2-5 раз выше, чем подобные оценки по фактическим тарифам.

Список литературы: 1. Гридинский И.Н. Энергетика: чужой опыт в дело // Энергия, экономика, техника, экология. 1994. № 12. 2. Хасан Юссеф, Поспелова Т.Т. Влияние энергосбережения на развитие энергетических систем // Электрические станции. 1998. № 2. С.49-56. 3. Методические рекомендации по оценке эффективности инвестиционных проектов и их отбору для финансирования. М. 1994.

Надійшла до редколегії 12.07.11

ЗМІСТ

АННАГУРБАНОВА Б.К. Совершенствование оценки качества кредитного портфеля.....	3
ГАВРИКОВА А.О. Критический анализ функционирующей модели энергетического рынка Украины.....	13
ГЕВОРКЯН А.Ю., ГОЛОВКО В.В. Використання нових шляхів залучення споживачів в сучасних умовах.....	21
ЄЛЬНІКОВА Л.В., БРІНЬ П.В. Методичні засади розробки класифікації бізнес-процесів.....	26
ЗАСЛАВСКАЯ Е.М., РЕШЕТНЯК Е.В. Трудности при внедрении системы сбалансированных показателей на предприятиях Украины.....	31
ІМЕНІННИК М.А. Застосування інструментів фінансового контролінгу на державному підприємстві.....	36
КАБАНЕЦЬ І.А. Розробка загальної концепції та стратегії управління процесом реалізації інноваційних проєктів.....	50
КОВАЛЕНКО В.В., КЛИМЕНКО О.В. Виробництво унікальної продукції як ефективний метод покращення інноваційного розвитку	59
КОВАЛЬ И.Н., БАЙДАК Т.М. Мотивационно-ценностная структура личности работников театральной сферы.....	62
КОВШИК В.І., ЗУБКОВА А.Б. Оцінка ефективності інтернет-реклами.....	69
КОТЛЯРОВА А. В., МИКИТЕНКО В.Ю. Применение системы «бережливого производства» на предприятиях машиностроения Украины.....	77
КОЧЕТОВА Т.І., САФОНІК Н.Е. Особливості підвищення конкурентоспособності продукції шляхом розробки маркетингових комунікацій.....	83
КУЛЬБІТ Ю.В. Аналіз факторів прийняття стратегічних рішень в умовах невизначеності.....	87
ЛИННИК И.В., СОКОЛЕНКО В.А. Корпоративная социальная ответственность как ключевой аспект корпоративного управления.....	90
ЛЕЛЮК Д.В. Особливості інтегрування моделі компетенцій в систему управління персоналом на вітчизняних підприємствах.....	94
МОЩИЦКАЯ Т.А. Особенности метода дисконтирования свободных денежных потоков по средневзвешенной стоимости капитала в наукоемких отраслях.....	98
НАЗАРОВА О.Ю. Стратегічні напрямки розвитку демографічних процесів...	104

ПАВЛОВСЬКА А.А., КЛЕПІКОВА С.В. Аутсорсинг як засіб підвищення ефективності діяльності підприємства	114
РОДЧЕНКО В.Б. Концентрація соціально-економічної інфраструктури економічного розвитку: перспективи для АПК.....	118
САДИКОВ М.А., КОЛОМІЄЦЬ Н.О., ДМИТРЕНКО Є.В. Класифікація методів дослідження інвестиційної привабливості.....	123
СЕМЕНЧЕНКО Г.В., ПОДХАЛЮЗІН А.Ю. Економічні проблеми енергозбереження на місцевому рівні.....	128
ТИМОФЕЕВ В.Н. Проблемы и факторы антиинфляционного налогообложения.....	133
УГРІМОВА І.В. Сутність та зміст контролінгу на підприємстві	137
УС Т.В. Інституціональні аспекти державного регулювання економіки України.....	140
УСПАЛЕНКО В.І., АСКОЛЬСЬКА О.В. Управління фінансовою стійкістю підприємства.....	145
ШЕВЧЕНКО М.М., УСМАНОВА М.З. Інвестиційний клімат і розвиток інвестиційної привабливості в Україні.....	150
ДРУГОВА Е.С. Методические особенности оценки экономической эффективности энергосберегающих мероприятий.....	158

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ «ХП»**

Збірник наукових праць

**Тематичний випуск
«Актуальні проблеми управління та
фінансово-господарської діяльності підприємства»**

Випуск 39

Наукові редактори проф. В.Я. Міщенко, проф. О.М. Гавриць,

Технічні редактори О.С. Другова, О.С. Курандо

Відповідальний за випуск к. т. н. І.Б. Обухова

Підп. до друку 30.11.2010 р. Формат 60х84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк.
Гарнітура Таймс. Ум. друк. арк. 7,3. Обл.-вид. арк. 10,1.

Наклад 300 прим. Зам. № 17. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ „ХП».

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 116 от 10.07.2000 р.
61002, Харків, вул. Фрунзе 21

Друк-ФО_П Воронюк В.В., м. Харків, пл. Руднева, 4
тел. 335-07-66