

ВЕСТНИК
НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕХНИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА
«ХПИ»

8'2011

Харьков

ВЕСТНИК**НАЦИОНАЛЬНОГО ТЕХНИЧЕСКОГО
УНИВЕРСИТЕТА «ХПИ»***Сборник научных трудов**Тематический выпуск**«Технический прогресс и эффективность производства»***8'2011**

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

Государственное издание

Свидетельство Госкомитета по информационной политике Украины

КВ № 5256 от 2 июля 2001 года

КООРДИНАЦИОННЫЙ СОВЕТ:**Председатель**

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

Зам. председателя

А.П. Марченко, д-р техн. наук, проф.

Е.И. Сокол, д-р техн. наук, проф.

Секретарь координационного совета

К.А. Горбунов, к-д. техн. наук

Е.Е. Александров, д-р техн. наук, проф.

Л.М. Бесов, д-р ист. наук, проф.

А.В. Бойко, д-р техн. наук, проф.

Ф.Ф. Гладкий, д-р техн. наук, проф.

М.Д. Годлевский, д-р техн. наук, проф.

А.И. Грабченко, д-р техн. наук, проф.

В.Г. Данько, д-р техн. наук, проф.

В.Д. Дмитриенко, д-р техн. наук, проф.

И.Ф. Домнин, д-р техн. наук, проф.

В.В. Елифанов, канд. техн. наук, проф.

Ю.И. Зайцев, канд. техн. наук, проф.

П.А. Качанов, д-р техн. наук, проф.

В.Б. Клепиков, д-р техн. наук, проф.

С.И. Кондрашов, д-р техн. наук, проф.

В.М. Кошельник, д-р техн. наук, проф.

В.И. Кравченко, д-р техн. наук, проф.

Г.В. Лисачук, д-р техн. наук, проф.

В.С. Лупиков, д-р техн. наук, проф.

О.К. Морачовский, д-р техн. наук, проф.

В.И. Николаенко, канд. ист. наук, проф.

П.Г. Перерва, д-р экон. наук, проф.

В.А. Пуляев, д-р техн. наук, проф.

М.И. Рыщенко, д-р техн. наук, проф.

В.Б. Самородов, д-р техн. наук, проф.

Г.М. Сучков, д-р техн. наук, проф.

Ю.В. Тимофеев, д-р техн. наук, проф.

Н.А. Ткачук, д-р техн. наук, проф.

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:**Ответственный редактор**

П.Г. Перерва, д-р экон. наук, проф.

Н.И. Погорелов, к-д. экон. наук, проф.

Ответственный секретарь:

А.А. Круглов

С.И. Архиереев, д-р экон. наук, проф.

В.А. Мищенко, д-р экон. наук, проф.

А.И. Яковлев, д-р экон. наук, проф.

В.Н. Тимофеев, д-р экон. наук, проф.

В.Я. Заруба, д-р экон. наук, проф.

Л.Н. Ивин, д-р техн. наук, проф.

П.А. Орлов, д-р экон. наук, проф.

В.Г. Герасимчук, д-р экон. наук, проф.

О.Е. Кузьмин, д-р экон. наук, проф.

В.Н. Гончаров, д-р экон. наук, проф.

АДРЕС РЕДКОЛЛЕГИИ:61002, Харьков, ул. Фрунзе, 21,
НТУ «ХПИ».Кафедра «Организация производства
и управление персоналом»,

Тел. (057) 707-62-53

707-65-07

Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут”.
Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність
виробництва. – Харків: НТУ „ХПІ”. - 2011. - № 8. - 210 с.

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

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

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

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

**Рекомендовано до друку Вченою радою НТУ «ХПІ»
протокол № 11 від 28.12.2010 р.**

УДК 658.588.8

І.В. ФЕСЕНКО, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

М.В. ЛІТВИНЕНКО, к.т.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків

ПОШУК ШЛЯХІВ ЗМЕНШЕННЯ ВИТРАТ НА РЕМОНТИ ОБЛАДНАННЯ НА ПРИКЛАДІ ВАТ «ХАРКІВСЬКА ТЕЦ-5»

У статті розглядається важливість роботи ремонтних служб на теплоелектростанціях на прикладі ВАТ «Харківська ТЕЦ-5». Пропонуються шляхи підвищення ефективності їх діяльності та зменшення витрат на ремонт обладнання.

The article discusses the importance of maintenance services at thermal power stations on the example of the Kharkiv CHP-5. Suggests ways to improve their efficiency and reduce costs to repair equipment.

Ключові слова: ремонт, технічне обслуговування, ремонтне господарство, ремонтний фонд, ремонтні служби

Вступ. Знос основних засобів (ОЗ) є одним із найбільш «слабких місць» українських ТЕЦ. Загальногалузевий показник зносу ОЗ в електроенергетиці України становить 55%, проте на більшості ТЕЦ цей показник перевищує 60-70% [1,с.185]. Зокрема на ВАТ «Харківська ТЕЦ-5» даний показник становив у 2009р. 75%. У таких умовах зростає значення ефективного проведення ремонтних робіт.

Ремонтні роботи можуть здійснюватися власними силами підприємства (госпспосіб) або силами підрядних організацій. Невірний вибір способу виконання тих чи інших ремонтних робіт може істотно вплинути на розмір ремонтного фонду, і, як наслідок, на собівартість продукції, що виготовляється. Таким чином, ремонтний фонд ТЕЦ є вагомою складовою собівартості продукції, а проблема його зменшення є однією з провідних при управлінні витратами.

До проблеми, яка розглядається у статті, в своїх роботах зверталися Мельникова К.І. [2], Польшаков В.І., Сахно Є.Ю. [3], Естеркін Р.І. [4] та ін., проте їхні роботи стосувалися, переважно, підприємств машинобудівної галузі, а не електростанцій. Тому шляхи зменшення витрат, які пропонуються у статті, мають специфічне значення для теплоелектростанцій України.

Постановка завдання. Метою даної статті є висвітлення організації роботи ремонтних служб на прикладі ВАТ «Харківська ТЕЦ-5» та знаходження шляхів підвищення ефективності їх діяльності за рахунок зменшення витрат на проведення ремонтних робіт.

Роботу виконано за допомогою методів: спостереження, порівняння та аналізу, графічного методу.

Результати. Ефективність роботи ремонтних служб підприємства залежить, в першу чергу, від досконалості планування ремонтних робіт. За для з'ясування стану

планування проведено аналіз показників з ремонту обладнання на Харківській ТЕЦ-5. Результати аналізу показали, що на зазначеному підприємстві структура міжремонтного циклу обладнання не відповідає нормативам та паспортам обладнання. Наприклад, згідно паспорту для ПТВМ (піковий теплофікаційний водогрійний (котел) модернізований) капітальний ремонт має проводитися кожні 8 років, проте фактична структура міжремонтного циклу ПТВМ не відповідає нормативній (див. табл. 1).

Таблиця 1 – Структура міжремонтного циклу основного обладнання

№ міжремонтного циклу		1	2	3	4	5	6	В середньому за 1 міжрем. цикл
Кількість ремонтів та оглядів за видами основного обладнання	Енергоблок №1	К	0	1	1	1	1	0,83
		С	1	1	2	1	0	1
		П	1	3	2	3	2	2,17
		О	3	5	5	5	3	4,17
	Енергоблок №2	К	0	1	1	1	1	0,8
		С	1	1	1	1	1	1
		П	3	3	3	4	4	2,8
		О	5	5	5	6	6	5,4
	Енергоблок №3	К	0	1	-	-	-	0,5
		С	2	1	-	-	-	1,5
		П	4	4	-	-	-	4
		О	7	6	-	-	-	6,5
	ПТВМ №1	К	1	1	1	1	-	1
		С	1	0	0	0	-	0,25
		П	5	6	5	4	-	5
		О	7	7	6	5	-	6,25
	ПТВМ №2	К	1	1	1	1	-	1
		С	0	0	0	0	-	0
		П	2	9	1	6	-	4,5
		О	3	10	2	7	-	5,5
	ПТВМ №3	К	0	1	1	1	-	0,75
		С	1	0	0	0	-	0,25
		П	3	7	5	0	-	3,75
		О	5	8	6	1	-	5
	ПТВМ №4	К	0	1	-	-	-	0,67
		С	0	0	-	-	-	0
		П	6	11	-	-	-	6,5
		О	7	12	-	-	-	9,5

Результати аналізу табл.1 не лише підтверджують інформацію про великий ступінь зносу основних фондів (достатньо великий обсяг поточних ремонтів), але й вказує на можливі проблеми у недалекому майбутньому, коли внаслідок цього може несподівано відмовити основне обладнання ТЕЦ-5. Треба зауважити, що між однаковим за параметрами обладнанням немає схожості у структурі міжремонтного циклу (наприклад, енергоблок №1 та енергоблок №2, які мають однакову

потужність). Це говорить, в першу чергу, про недосконалість планування проведення ремонтних робіт на підприємстві.

Особливо важливою є відповідність фактичної кількості капітальних ремонтів нормативним показникам, адже даний вид ремонту на підприємстві, по-перше, ведеться, в основному, підрядним способом, який є більш витратним для підприємства, ніж госпспосіб (див. табл. 2), а по-друге, капітальним (середнім) ремонтом на підприємстві вважається такий ремонт, вартість якого дорівнює або перевищує 100 тис. грн., тобто для організації даних видів ремонту потрібно проводити тендер, що вимагає додаткових витрат [5].

Таблиця 2 – Витрати на ремонт основного обладнання за видами ремонту на Харківській ТЕЦ-5

Рік	Витрати на ремонт в залежності від його виду, тис. грн.			
	Капітальний (середній)		Поточний	
	Госпспосіб	Підрядний спосіб	Госпспосіб	Підрядний спосіб
2007	6149	16994	14749	6582
2008	5089	17445	15428	5125
2009	4772	14320	17020	6495

Як видно з табл. 2, витрати на проведення капітального (середнього) ремонту підрядним способом є більшими за витрати на ремонт, проведений госпспособом, в середньому, на 67%. Таким чином, раціональним є проведення окремих видів робіт з капітального (середнього) ремонту госпспособом. Це можна пояснити наступними факторами:

1) у штаті працівників ТЕЦ-5 є у наявності фахівці з виконання таких видів робіт;

2) розробку кошторису витрат на станції здійснюють згідно «Прейскуранта оптових цін на ремонт основного та додаткового енергетичного обладнання»; у даному прейскуранті розписані коефіцієнти, що застосовуються при формуванні вартості тієї чи іншої роботи. Оптовий прейскурант враховує основну та додаткову заробітну плату основних виробничих робітників, накладні витрати, прибуток у розмірі 15%.

Економія коштів у такій ситуації досягається за рахунок зменшення коефіцієнтів або виключенням їх з розрахунків.

Проте при цьому виникає проблема нестачі кваліфікованого персоналу з ремонту на ТЕЦ-5 внаслідок плінності кадрів та недоукомплектованість бригад. Треба також звернути увагу на те, що дійсна система підготовки інженерно-технічних робітників для ремонтного господарства не враховує сучасних вимог. Наші ВНЗ не готують спеціалістів з ремонту навіть найпоширеніших видів обладнання. Робітники ремонтного господарства отримують вищу та середню спеціальну освіту не з ремонту обладнання, а з технології виробництва і

проектування у певній галузі машинобудування. Незважаючи на те, що інженери-механіки можуть опанувати особливості ремонту та експлуатації обладнання, на практиці без спеціальних знань цей процес занадто затягується.

Наприклад, випробувальний термін для майстра ремонтної бригади котлотурбінного цеху складає 9 місяців, упродовж яких він має скласти іспит з технології та організації ремонтних робіт. Людина, яка пропрацювала у даному цеху від 5 до 10 років і більше, може завдяки своєму досвіду та практичним навичкам скоротити випробувальний термін до 3-6 місяців. Якщо людина не мала практичного досвіду у ремонті обладнання, що обслуговує даний цех, випробувальний термін для неї складає від 6 до 9 місяців. Тобто завдяки досвіду та практичним навичкам у ремонті обладнання ми маємо економію часу, в середньому, 3 місяці. Треба зауважити, що під час випробувального терміну претендент на посаду не отримує премію, яка за відомостями підприємства складає 35-70 % від посадового окладу. Тобто знижується його мотивація до виконання якнайкращішого ремонту під час випробувального терміну.

Таким чином, підвищення плинності персоналу, особливо ремонтного, не лише негативно впливає на якість виконання ремонтних робіт, але й підвищує витрати станції, пов'язані з найманням на роботу нових працівників.

Одним із напрямків удосконалювання організації роботи ремонтних служб на ТЕЦ-5 є підвищення технічного рівня ремонтного виробництва. Хоча у теперішній час приймаються певні заходи щодо вирішення даної проблеми, зокрема, впровадження та застосування сучасного ремонтного інструменту, проте ці заходи частіше за все не можуть вирішити проблеми його ефективності. У ремонтному виробництві провідними є старі, універсальні методи ремонту з підвищеними витратами праці та матеріалів на відновлення техніки. До сьогоднішнього дня у ремонтному виробництві на ТЕЦ-5 великою є питома вага витрат тяжкої та ручної праці. Це перешкоджає забезпеченню кваліфікованими робочими кадрами та закріпленню їх за постійними об'єктами.

Щодо проведення тендерних операцій, про які йшлося вище, то основна їх кількість пов'язана із закупівлею матеріалів та запасних частин для ремонту обладнання. Тобто, ТЕЦ і підприємства-постачальники несуть додаткові витрати на проведення тендерів, що не може не відобразитися на ціні продукції, яка купується. Тому логічною є думка про те, що виготовлення деяких видів запчастин власними силами станції (особливо, коли на підприємстві є у наявності необхідні верстати та фахівці) є менш витратним. Але у даному випадку треба зважити на те, що закупівля запасних частин та підвищення забезпеченості ними ремонтних служб підприємства з боку станкобудівних або спеціалізованих заводів з виготовлення запчастин є важливою передумовою підвищення якості ремонтів обладнання [2]. У свою чергу виготовлення запчастин силами робітників підприємства дозволяє знизити витрати на запчастини на підприємстві, а отже і зменшити витрати на ремонт, але у підсумку, погіршується якість ремонтів, що виконуються.

Висновки. Виходячи з вищенаведених обґрунтувань запропоновано наступні шляхи зменшення витрат, пов'язаних із проведенням ремонтів на прикладі ВАТ «Харківська ТЕЦ-5»: виконання окремих видів капітальних ремонтів госпспособом; підвищення технічного рівня ремонтного виробництва; оптимізація співвідношення між запчастинами, виготовленими власними силами підприємства та купленими у спеціалізованих заводів; впровадження на державному рівні програми із підготовки молодих спеціалістів з ремонту обладнання. Ці впровадження дозволять зменшити розмір ремонтного фонду та вивільнити кошти на купівлю нового обладнання.

Список літератури: 1. *В.П.Москаленко, О.Л.Пластун* Комплексна оцінка фінансового стану підприємства як основа діагностики його банкрутства // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – №6. – с.180-192. 2. *К.И.Мельникова* Экономическая оценка качества ремонта оборудования: Монография. – Харьков: «Основа», 1992. – 192 с. 3. *В.И.Польшаков, Є.Ю.Сахно* Економіка, організація та управління технічним обслуговуванням і ремонтом машин: Навчальний посібник. – К.: «Центр навчальної літератури», 2004. – 328 с. 4. *Р.И.Эстеркин* Эксплуатация, ремонт, наладка и испытания теплотехнического оборудования: Учебник для техникумов. – СПб.: Энергоатомиздат, Санкт-Петербургское отделение, 1991. – 304 с. 5. *ГКД 34.20.661 – 2003* «Правила организации технического обслуживания и ремонта оборудования, зданий и сооружений электростанций и сетей».

Подано до редакції 25.01.2011

УДК 330.101.2

Д.А. ГОРОВИЙ, к.е.н., доц., ХНАДУ, Харків

К.О. ГОРОВА, к.е.н., доц., ХНАДУ, Харків

ВІРТУАЛЬНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ ТА ЇХ РОЛЬ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У роботі розглядаються прояви віртуалізації сучасної економіки, дається авторське визначення поняття «віртуальні економічні відносини».

The demonstrations of a modern economy virtualization are considered in the article, the author's definition of a concept «virtual economic relations» is made.

Ключові слова: віртуальний, віртуалізація, економічні відносини, віртуальні підприємства, інтернет.

Вступ. Сучасні економічні відносини все більше віддаляються від часів, коли лише матеріальні здобутки підприємства мали певну вартість, адже в сучасній економіці вартість мають і нематеріальні ресурси, якими володіє підприємство (інтелектуальні ресурси, інформація, торгові марки, патенти тощо). Їх наявність значно підвищує капіталізацію підприємства і сприяє зростанню його ринкової вартості. Розробка системи управління такими об'єктами на підприємстві має значно підсилити його конкурентоспроможність на ринку та привабливість для інвесторів, що є нагальним для більшості промислових підприємств України.

Проте не лише ресурси можуть бути нематеріальними в сучасному економічному бутті, адже світова економічна практика у XXI столітті наводить багато прикладів "нематеріальності" у економічних відносинах підприємств, країн і всього світу:

- непідкріпленість обсягів грошових мас більшості валют світу реальними товарами (наприклад, лише обсяг доларів США, що перебувають в обігу, перевищує втричі ВВП всіх країн світу за один рік);

- перетік інвестованих коштів у розвинених країнах із сфери виробництва у сферу послуг;

- поширення у біржовій торгівлі майбутніх угод тип "ф'ючерс" або "форвард", які часто засновані лише на спекулятивній вигоді і не враховують реалії сьогодення;

- "брендінгізація" виробництва, тобто розподіл світового ринку певного товару між декількома товаровиробниками з іменем, які насправді є просто власниками бренду, а реальне виробництво відбувається на попаме фабриках у Китаї або інших країнах, що розвиваються;

- відхід більшості інвесторів від реальних інвестицій на користь фінансових (придбання цінних паперів підприємств не заради контролю над підприємствами і отримання дивідендів з прибутку від виробництва, а заради перепродажу паперів по більшій ціні);

- збільшення витрат на збір, обробку і використання інформації, яка навіть не вважається активом фірми за існуючою фінансовою звітністю (наприклад, клієнтська база, знання співробітників тощо);

- поширення в економіці ролі нематеріальних товарів та послуг, вартість яких у порівнянні з собівартістю часто буває завищеною (наприклад, програмне забезпечення, транспортні тарифи тощо).

Постановка задачі. Проте кожний з цих нематеріальних здобутків має свою вартість, коло користувачів або покупців тощо. Виходячи з того, що ці здобутки не мають справжнього матеріального еквіваленту, а існують лише примарно – у вигляді цифрового запису бази даних, проводки у фінансовій звітності тощо варто говорити про появу нового типу економічних відносин – віртуальних.

Методологія. За допомогою прикладів з сучасного економічного буття та тлумачних словників спробуємо з'ясувати, що являють собою віртуальні економічні відносини, які вони бувають, і який саме вплив можна від них очікувати на діяльність підприємства.

Результати дослідження. Традиційно, термін "віртуальний" більш застосований у комп'ютерній техніці. Він є похідним від німецького "virtuell" – потенційно можливий, імовірний, або французького "virtuel", що в свою чергу є похідним від латинського "virtualis" – можливий, примарний [1]. В сучасній українській і російських мовах він став поширеним наприкінці XX сторіччя і набув таких значень:

1. Такий, який може або повинен виявитися, виникнути тільки за певних умов; потенційно можливий або потенційний, можливий [2].

2. Можливий; той, що може або має проявитися, умовний. [3].

3. Той, що не має фізичного втілення або той, що відрізняється від реальності [4].
4. Неіснуючий, але можливий. (наприклад, віртуальні світи, віртуальна реальність – тобто, неіснуюча, уявлювана) [5].
5. Такий, що перебуває у схованому стані і здатний виявитися, трапитися; можливий. (наприклад, віртуальна відстань - мнима відстань між двома станціями, рівна такій відстані по рівному й прямому шляху, на проходження якого витрачається стільки ж часу або палива, як і на проходження дійсного шляху між станціями) [6].
6. Такий, який може або повинен виявитися, виникнути за певних умов, можливий [7].
7. Гаданий, ірреальний, ілюзорний [8].

(Визначення з російськомовних джерел подані українською мовою в авторському перекладі).

Поява таких «нереальних» явищ може вважатися як поганою, так і носити позитивний характер. Так Л.О.Іваненко вважає, що у такому випадку „пізнання світу відбувається методом заміни „дійсного буття” абстрактним модельним буттям, інакше кажучи – віртуальним буттям”. В той же час він каже, що поява віртуальної реальності сприяє глибокому розумінню різних видів буття, адже вона допомагає осмислити як світ суб’єктивний, світ думки, так і світ об’єктивний, видимий [9].

Проте сьогодення характеризується вже проникненням терміну «віртуальний» у різні технічні, гуманітарні та природничі науки. Так, термін "віртуальний" у публікаціях у ХХІ сторіччі вже використовувався і по відношенню до економічних суб’єктів. Кліфорд Геді і Баррі Айкс у статті “Реалії віртуальної економіки Росії”, пишуть, що “Віртуальна економіка спирається на оманне уявлення про важливі економічні параметри, оскільки не оперує реальними грошима і реальними цінами” [10]. Також Вайнштейн О.Б. вважає: "Теперішню пострадянську економіку іменують віртуальною, тому що більшість найважливіших економічних показників мають удаваний характер... Поняття віртуальності має різний зміст, але спільне в ньому те, що можна сформулювати як феномен “неповноти існування” [11]. Ці визначення не суперечать загальному контексту віртуальних економічних відносин, як таких, які є, які здатні приносити економічний дохід, проте реальних результатів від яких не існує.

Проте, слід визначити і інший варіант підходу у використанні терміну "віртуальний" у економічному середовищі. Поєднання прогресу комп’ютерної техніки з економічною діяльністю, розвиток Internet-технологій ведення бізнесу сприяли також появі нового класу підприємств – віртуальних підприємств. Віртуальне підприємство (ВП) – це принципово нова концепція виробництва, цілком зорієнтована на замовника, оскільки його основні характеристики – швидкість виконання замовлень і повнота задоволення потреб клієнта на основі інтеграції діяльності підприємств з допомогою новітніх технологій. Головним підґрунтям є організація взаємозв’язку бізнес-процесів, спрямована на формування конкретного механізму виробництва товарів (надання послуг) на територіально розподілених підприємствах, при якій максимально проявляються ключові компетенції організацій, колективів і людей. [12].

Проте віртуалізація у цьому випадку дещо інша. На думку авторів віртуальність у цих підприємствах досягається за рахунок нефіксованої організаційної і територіальної структури. Мета створення таких підприємств полягає в інтеграції унікального досвіду, виробничих можливостей і передових технологій низки підприємств-партнерів при роботі над одним чи декількома пов'язаними проектами, які вони не здатні виконати поодиножко.

Таким чином, сутність "віртуальності" таких підприємств полягає у використанні трьох основних явищ:

- віртуального ринку – ринку товарів і послуг, що існує лише на основі комунікаційних і інформаційних можливостей глобальних мереж (Internet);
- віртуальної реальності, тобто відображення та імітацію реальних розробок і виробництва в кібернетичному просторі, що одночасно є й інструментом, і середовищем;
- віртуальних (мережоподібних) організаційних форм.

Висновки. Таким чином, у сучасній економіці існує два підходи, щодо використання поняття "віртуальний".

З одного боку його може інтерпретуватися як "фіктивний", такий, що не існує в реальному фізичному просторі, або ж як "розширений за рахунок спільних ресурсів" [13].

Проте, ґрунтуючись на визначення поняття "віртуальний", які вже були наведені раніше, більш ґрунтовним слід вважати перше трактування, яке і будемо використовувати в подальшій роботі.

Виходячи з цих визначень, будемо казати, що віртуальні економічні відносини – це такі економічні відносини, які не мають певного матеріального (реального) результату, але можуть принести фінансовий (грошовий) результат [14], а під терміном "віртуалізація" будемо розуміти відхід економіки від реального сектору (реального виробництва) у бік спекулятивних операцій, які не мають реального підґрунтя, а спрямовані лише на швидке отримання прибутку.

Список літератури: 1. Таратута Е.Е. Философия виртуальной реальности – СПб., 2007 г. – 147 с. 2. Гуськова А.П., Сотин Б.В. Популярный словарь русского языка: толково-энциклопедический / 3-е изд., стереотип. – М. : Русский язык, 2007. - 870 с. 3. Великий тлумачний словник української мови / Автор, керівник проекту і гол. редактор В. Т. Бусел. — Київ, Ірпінь: ВТФ Перун, 2001. – 1728 с. 4. Глушко В.П. Словник іншомовних соціокультурних термінів з курсу "Культурологія" для студентів усіх форм навчання. – Суми: Шосткинський інститут Сумського державного університету – 2004. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://edocs.sumdu.edu.ua/documents/369/file2read.pdf> 5. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80 000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. – 4-е изд., дополненное. – М.: Азбуковник, 1999. – 944 с. 6. Толковый словарь русского языка. Под редакцией Д.Н.Ушакова. - М.: ООО "Издательство Астрель", ООО "Издательство АСТ", 2000. - 848 с. 7. Ефремова Т.Ф. Новый толково-словообразовательный словарь русского языка. – М.: Дрофа, Русский язык, 2000. - 1233 с. 8. Большой словарь иностранных слов (Издательство «ИДДК»). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.iddk.ru/ru/download.html> 9. Іваненко Л.О. Можливості віртуальної реальності: проблеми й перспективи – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://soippo.narod.ru/documents/konf_zhuk/ivanenko.doc 10. Кліффорд Г. Гедді, Баррі В. Аїкс. Реалії віртуальної економіки Росії // Перспективні дослідження, 1999.–№ 1. – С 28-34. 11. Вайнштейн О.Б.

Философские игры постмодернизма // Апокриф., 1991. – № 2. – С. 11-14. **12.** Скримська Т. С., Бабій І. В. Віртуальні підприємства: сутність, проблеми та конкурентні переваги ведення бізнесу перспективи – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_NIEK_2008/Economics/37412.doc.htm **13.** Паринов С. Экономика в новом информационном пространстве сети Интернет. перспективы – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rvles.ieie.nsc.ru/forsis/publ/asisws/parin-net.html> **14.** Горовий Д.А. Проблеми "віртуалізації" економічних відносин //Матеріали міжнародної науково-методичної конференції "Сучасні проблеми ефективності інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств. Тези доповідей. Частина 1 , 4-5 березня 2009 р. - Харків: ХДТУБА, 2009.– С. 42-43.

Подано до редакції 25.01.2011

УДК 658.15

Л.С. МАРТЮШЕВА, к.е.н., доц., ЧІБС УБС НБУ, Черкаси

ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

В роботі представлена та охарактеризована система принципів організації фінансової безпеки підприємств.

It is presented and characterized in the work the system of financial safety organization principles at the enterprises.

Ключові слова: фінансова безпека, загрози, принципи.

Вступ. Однією із умов життєдіяльності підприємств у ринкових умовах є уміння його системи управління організувати систему безпеки, яка із певною мірою достовірності повинна гарантувати уникнення загроз, що формуються в системі його зовнішнього та внутрішнього середовищ. Особливої гостроти дана проблема набуває в період фінансової кризи.

Постановка задачі. У сучасній економічній та правовій літературі представлені думки учених та практиків відносно означеної проблеми. Так, у розвиток Концепції (основи державної політики) національної безпеки України, схваленої Верховною Радою України 16 січня 1997 року [1], свої дослідження щодо фінансової безпеки держави присвятили такі вітчизняні вчені як Ю.Дудка, В. Буришев, В. Геєць, М. Кизим, Т. Клебанова, В. Мунтіян [7,9,12,13]. У роботах Г.Андрощук, О.Ареф'євої, Г. Козаченко, А.Кириченко, І.Медведевої, М.Погосової, С.Шкарлет представлено теоретико-методичні та практичні дослідження оцінки фінансової безпеки діяльності суб'єктів господарювання [2,3,6,8,10,11,14,15,16], де автори виділяють окремі складові проблеми економічної безпеки підприємств, зокрема: комерційної таємниці [2], захисту інформації [9], кадрової безпеки [14], організації на підприємствах системи фінансового менеджменту [8]. Достатньо ґрунтовно проблемні питання, які виникають у фінансовому секторі економіки держави подано в роботі О.Барановського [5].

Однак, на наш погляд, фінансова безпека, будучи складовою системи економічної безпеки діяльності підприємства в цілому, вимагає подальших досліджень, особливо на рівні діяльності підприємницьких структур. Це пов'язано з тим, що в системі основної стратегічної цілі підприємства та його тактичних заходів фінансова стратегія і тактика посідають головне місце, забезпечуючи фінансовими ресурсами досягнення мети усіх підстратегій (маркетингової, кадрової, техніко-технологічної, інформаційної, тощо) його ефективної стабільної діяльності та розвитку.

На даний момент не існує однозначного визначення категорії «фінансова безпека». Ми погоджуємось з точкою зору О.Барановського відносно проблемності визначення цієї категорії, оскільки, як вказує автор: «Поняття фінансової безпеки так само широке, як, власне, й тлумачення фінансів як системи економічних відносин, що виникають в процесі створення та використання централізованих і децентралізованих фондів грошових коштів. А відтак - фінансова безпека являє собою надзвичайно складну систему, яку утворюють ряд підсистем, кожна з котрих має власну структуру і логіку» [4, с.13].

Методологія. Відсутність однозначного визначення сутності фінансової безпеки в цілому і фінансової безпеки діяльності підприємства, зокрема, вимагає подальших теоретико-методологічних та практичних досліджень цього явища. Особливої уваги потребує уточнення системи базових принципів щодо організації фінансової безпеки діяльності підприємств, що і є метою даної роботи.

Результати дослідження. Аналіз та результати узагальнення публікацій з проблеми організації фінансової безпеки підприємств дозволив визначити систему базових принципів, до яких слід віднести їх перелік, представлений в табл.1.

Нижче подано обґрунтування вказаних принципів, без дотримання яких неможливо сформулювати дієвий механізм уникнення чи подолання загроз зовнішнього та внутрішнього середовищ.

Принцип 1. Організація фінансової безпеки діяльності та розвитку підприємництва повинна здійснюватись з урахуванням впливу як окремих чинників зовнішнього та внутрішнього середовища, так і їх синергетичного ефекту.

Захист від зовнішнього середовища, де діють чинники макроекономічного характеру, включаючи стан та напрямки розвитку загальноекономічних інтересів держави, кон'юнктури фінансового та фондового ринків, розвитку фінансово-кредитної системи держави, впливу міжнародних фінансово-економічних інститутів, розвитку інфраструктури фінансових інститутів, тощо - вимагає створення системи моніторингу та залучення кваліфікованих фінансових аналітиків з метою об'єктивного аналізу та оцінки тенденцій і наслідків макроекономічних процесів. Причому важливо визначатись з питаннями, які можуть вирішувати фахівці-аналітики підприємства, а в якому разі варто залучати зовнішніх експертів.

Таблиця 1 – Базові принципи організації фінансової безпеки діяльності підприємств

Базові принципи організації фінансової безпеки діяльності підприємств	Зміст принципів
	Виявлення та оцінка впливу чинників зовнішнього та внутрішнього середовища та їх синергетичного ефекту
	Визначення та обґрунтування системи індикативних показників, які вказують на загрози діяльності та розвитку підприємства
	Чітке визначення об'єктів (структурних підрозділів, фінансових складових, тощо) та класифікації загроз, які частково чи суттєво впливають на їх надійність та фінансову стійкість підприємства в цілому
	Оперативна зміна організаційної системи управління підприємством
	Урахування ситуаційності появи загроз та створення власного банку можливих загроз в розрізі їх об'єктів та банку можливих варіантів заходів по їх усуненню
	Забезпечення міждисциплінарного підходу до виявлення та усунення загроз, який включає аспекти правового, фінансово-економічного, інформаційного, соціально-психологічного характеру. тощо
	Дотримання політики стратегічної послідовності при впровадженні інвестиційно-інноваційних програм, яка повинна враховувати як власне адаптивні чи агресивні наміри самого підприємства, так і дзеркальну поведінку контрагентів
	Постійне інформування та навчання фахівців фінансово-економічних підрозділів підприємства, щодо методичних особливостей фінансових інновацій, правових проблем та організаційних заходів по їх впровадженню.
	Формування дієвого механізму фінансової захищеності підприємства, який ґрунтується на засадах системності, комплексності, об'єктивності, послідовності, динамічності, оптимальності, конструктивності.

Захист фінансової безпеки від факторів внутрішнього середовища диктується проблемами взаємозв'язку та узгодження загальної стратегії діяльності та розвитку підприємства з можливостями забезпечуючого їх інвестиційного та фінансового потенціалу.

З метою забезпечення досягнення стратегічних цілей підприємства слід періодично співставляти результати аналізу впливу окремо зовнішніх та внутрішніх факторів і їх спільної дії. Такий підхід вимагає, при необхідності, корегування як стратегічних, так і тактичних його намірів

Принцип 2. Враховуючи багатоаспектність категорії фінансової безпеки, складність взаємозв'язків і взаємозалежності різних її елементів, не можна відразу визначити усі проблемні питання і, тим більше, пропонувати однозначні заходи їх усуненню. У даному випадку доцільно визначатись із системою індикативних

показників, які мають суттєве значення та вплив на підтримку діяльності та усталеного розвитку діяльності виробних систем.

В економічній літературі мають місце різні підходи до формування системи індикаторів економічної безпеки, при цьому критерії фінансової безпеки найменш досліджені. На нашу думку, до їх числа слід віднести, перш за все, ключові ресурсні та результативні індикатори, які характеризують стабільність економічної системи держави (і навіть її ладу) в цілому та окремих її регіонів - як характеристики розвитку суспільно-економічних процесів на макрорівні. Такі характеристики мають суттєве значення для суб'єктів господарювання в формі фінансово-кредитних установ та підприємницьких структур виробничого спрямування, оскільки вони характеризують динамічність розвитку фінансово-економічного механізму держави, його адаптивність та результативність впливу на інфляційні процеси, стабільність національної валюти, розвиток зовнішньоекономічних відносин в фінансово-кредитній, правовій та торгівельній сферах. До системи індикативних показників, що формуються на рівні суб'єктів господарювання, повинні входити як такі, що документально фіксуються в системі організованого на підприємстві фінансового, управлінського, статистичного та оперативного обліку, так і прогностичні значення часткових та інтегральних показників, які отримуються з використанням економіко-математичного моделювання та прогнозування. При цьому в системі фінансового менеджменту підприємств слід звертати особливу увагу та відслідковувати динаміку фінансового стану фінансових інститутів, контрагентів по системі техніко-технологічних зв'язків, посередників тощо.

Принцип 3. Стратегія фінансової безпеки повинна чітко визначати об'єкти та рівень загроз на них, що спричиняються діями зовнішнього та внутрішнього середовища і способи забезпечення безпеки кожного об'єкта.

При цьому слід мати на увазі, що не для всіх об'єктів можливо встановлення кількісних характеристик рівня загроз. Це пов'язано з тим, що класифікація загроз має також якісні характеристики-ознаки. До них слід віднести такі пари загроз: явні - неявні; реальні - віртуальні; зовнішні - внутрішні; об'єктивні - суб'єктивні; спонтанні (випадкові) - такі, що характеризуються цілеспрямованістю; такі, що можна усунути - такі, що на даний час не можна усунути; одноаспектні (прості) - багатоаспектні (складні); такі, що мають в своїй основі симетричну чи асиметричну інформацію; тимчасові - постійно діючі (тобто коротко - чи довгострокового періоду дії); прогресивні - депресивні; такі, що вимагають розробки заходів та організації постійного моніторингу - такі, що вимагають періодичної діагностики.

Складність визначення характеру загроз фінансовій безпеці підприємств полягає в тому, що вони є результатом мотивів та дій різних суб'єктів: держави, фінансових установ, контрагентів - суб'єктів господарювання.

За результатами визначення характеру загроз слід визначатись з головними наслідками їх впливу. При цьому загрозам, що мають перспективний та латентний характер, слід давати якісні і, при можливості, прогностичні кількісні характеристики вірогідності їх появи. Для характеристик загроз, що можуть вплинути на рівень

фінансового стану та фінансові результати в поточному календарному періоді слід визначати варіативні (в межах координат: максимум-мінімум) кількісні оцінки.

Принцип 4. Забезпечення фінансової безпеки діяльності та розвитку підприємства не повинно розглядатись як проблема одного функціонального підрозділу підприємства. На стан фінансової безпеки впливають рішення, що приймаються на всіх рівнях системи управління (по системі вертикально-ієрархічних та функціонально-горизонтальних зв'язків). Тому при організації дієвої системи організації фінансової безпеки слід приймати до уваги особливості організаційно-управлінської структури управління і оперативно змінювати її.

Принцип 5. Враховуючи множинність та різноплановість чинників, що впливають на фінансову безпеку підприємств, а також їх ситуативну природу, в кожній організації слід створювати власний банк можливих загроз в розрізі їх об'єктів та банк можливих варіантів заходів по їх усуненню. Особливо дієвим при цьому є розробка банку заходів, що носять попереджуючий превентивний характер. Не викликає сумнів створення такого банку і з огляду на забезпечення оперативності прийняття рішень в системі поточного реагування на певну фінансову чи виробничо-господарську ситуацію.

Принцип 6. Проблема фінансової безпеки, як складової частини економічної безпеки підприємства в цілому, слід розглядати та вирішувати, базуючись на міждисциплінарному підході, який включає в себе, перш за все, аспекти правового, фінансово-економічного, інформаційного, соціально-психологічного характеру.

Усі методи та організаційні форми захисту не повинні виходити за межі чинного законодавства, оскільки в кінцевому випадку недотримання цієї вимоги призводить до затяжних судових та арбітражних процесів, які підривають не тільки фінансово-економічні, а й морально-етичні позиції підприємства на бізнесовому просторі.

Особливо слід зауважити, що фінансово-економічна безпека діяльності та розвитку господарюючих суб'єктів нерозривно пов'язана із загальною стратегією та тактикою діяльності та розвитку підприємства, яка формується, насамперед, такими складовими їх політики як маркетингова, інвестиційно-інноваційна, кадрова, інформаційна тощо, ефективність функціонування яких забезпечується властивими їм методами та інструментами.

Принцип 7. У процесі управління інвестиційними та фінансовими ресурсами фінансовими ресурсами слід дотримуватись політики стратегічної послідовності, яка повинна формуватись на принципах адаптивної та агресивної поведінки суб'єкта господарювання.

Така послідовність повинна враховувати аспекти адаптивності підприємства до зміни зовнішніх умов господарювання, не виключаючи при цьому впровадження інноваційних агресивних заходів в межах дотримання правового законодавства. Поєднання двох вказаних підходів не суперечить прийнятій у світовій практиці фінансового менеджменту політиці формування консервативної та прогресивної політики управління фінансовими ресурсами суб'єктів ринкового середовища: держави, кредитно-фінансових інститутів, окремих підприємств та їх об'єднань.

Принцип 8. З метою активізації та досконалого використання нових фінансових інструментів, що впроваджуються на вітчизняному фінансовому ринку та в практику суб'єктів господарювання, організувати систему постійного інформування, навчання та підвищення кваліфікації фахівців фінансово-економічних підрозділів підприємства з метою оволодіння методичними прийомами використання фінансових інновацій, правовим інструментами їх забезпеченням та ефективною системою організаційних заходів їх впровадження. При цьому значну увагу слід звертати на особливості аналізу та оцінки фінансових ризиків, пов'язаних із впровадженням кожного нового інструменту, їх правовій захищеності, відповідності існуючій ринковій інфраструктурі, перспективам ліквідності фінансових інструментів на вторинному ринку.

Принцип 9. Забезпечення стійкого функціонування та розвитку виробничих систем в умовах динамічного ринкового середовища вимагає створення дієвого механізму його фінансової захищеності. Формування такого механізму повинно ґрунтуватись на цілісній системі принципів нижчої системи їх ієрархії, до числа яких в першу чергу слід віднести такі: системність, комплексність, об'єктивність, послідовність, динамічність, оптимальність, конструктивність.

Принцип системності передбачає створення у системі управління підприємстві підсистеми підтримки управлінських рішень. Її основним завданням є формування механізму адаптивності всіх підрозділів до фінансових загроз.

Принцип комплексності вимагає конкретизації та узгодженості дій кожного підрозділу: відділів постачання, збуту, маркетингу, техніко-технологічного проектування тощо з виокремленням та конкретизацією дії для унеможливлення, уникнення чи подолання загроз.

Дотримання принципу об'єктивності якісної та кількісної оцінки факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, які можуть стати (чи стають) загрозою для подальшої діяльності підприємства вимагає створення на підприємстві професійного аналітичного підрозділу

Принцип послідовності повинне ґрунтуватись на виражених, спланованих за календарним графіком діях, які визначаються адміністративною ієрархічною організаційною структурою управління підприємством.

Враховуючи те, що забезпечення фінансової безпеки діяльності підприємства залежить від чисельних факторів, які можуть впливати на неї спонтанно, рішення щодо мінімізації повинні прийматись в найкоротший термін, чому можуть сприяти заходи, попередньо розроблені та занесені до спеціального їх банку .

Механізм фінансової захищеності підприємства повинен враховувати той факт, що для запобігання чи при усуненні спонтанних загроз підприємство нестиме певні витрати. Змістом принципу оптимальності у цьому випадку є порівняння сум втрат від реалізації заходів по усуненню загроз із сумою втрат від реалізації конкретної загрози.

Принцип конструктивності вимагає не скільки відображення реального оточення підприємства, скільки створення, прогнозування перспектив майбутнього, тобто його прогнозування (футурології). Впровадження цього принципу в систему формування

фінансової безпеки для підприємства є найбільш не забезпеченим методично фактором його розвитку.

Висновок. Викладені принципові положення щодо забезпечення фінансової безпеки діяльності підприємств ми не розглядаємо як виключні. Їх можна покласти в основу наукової теоретико-методологічної та практичної дискусії. Сутність запропонованого автором підходу полягає у декомпозиції проблемних напрямків формування фінансової безпеки підприємств. В подальшому передбачається продовження дослідження шляхом узагальнення закономірностей та конкретизації інструментів, які доцільно використовувати в разі виникнення конкретних загроз безпечній діяльності та стійкого економічного розвитку підприємств.

Список літератури: 1. Концепція (основи державної політики) національної безпеки України, схвалена Верховною Радою України 16 січня 1997 року. 2. Андрощук Г.А., Драйнев П.П. Экономическая безопасность предприятия: защита коммерческой тайны. - Монография. - Киев.: Издательский дом «Ин Юре», 2000. - 400 с. 3. Ареф'єва О. В. Наукові основи формування економічної безпеки підприємств / О. В. Ареф'єва // Матеріали науково-практичної конференції «Недержавна система безпеки підприємства як суб'єкт національної безпеки України». - К.: Видавництво Європейського інституту, 2003. - 480 с. 4. Барановський О.І. Фінансова безпека: Монографія. Інститут економічного прогнозування. - К.: Фенікс, 1999 - 338 с. 5. Барановський О.І. Фінансові кризи: передумови, наслідки та шляхи запобігання. Монографія. - К.6 Київ.нац.торг-еко. ун-т, 2009.- 754 с. 6. Бланк І.А. Управление финансовой безопасностью предприятия. 2-е изд. - К.: Эльга, 2009. - 776 с. 7. Дудка Ю.П. Стратегія подолання ризиків та загроз економічної безпеки України в глобалізованій економіці / Ю.П. Дудка // Економіка та держава. - 2009. - № 3. - С. 23 - 28. 8. Козаченко Г.Б., Пономарьов В.П., Ляшенко О.М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: Монографія. - К.: Лібра, 2003.-280 с. 9. Концепции безопасности. Кн.1/ [сост. Бурьшиев В. С., Лутаев И. В., Прохоров С. Л.]. - К.: А-ДЕПТ, 2005. - 364 с. 10. Кириченко А. А. Методологічні основи економічної безпеки суб'єктів господарювання в трансформаційній економіці / А. А. Кириченко, Ю. Г. Ким // Актуальні проблеми економіки. - № 12 (90). - 2008. - С. 53 - 65. 11. Медведєва І. Б. Діагностування як складова процесу управління фінансовою безпекою підприємства / І. Б. Медведєва, М. Ю. Погосова // Економіка розвитку. - 2008. - № 1(45). - С. 75 - 78. 12. Моделирование экономической безопасности: держава, регіон, підприємство : монографія / [Гесць В. М., Кизим М. О., Клебанова Т. С., Черняк О. І.]; за ред. В. М. Гейця. - Х. : ІНЖЕК, 2006. - 240 с. 13. Мунтіян В.І. Економічна безпека України, - К., ВІСІК, 1999.- 462 с. 14. Погосова М. Ю. Методичний підхід до діагностування рівня фінансової безпеки суб'єкту господарювання // У кн.: «Теоретико-методичне забезпечення управління фінансовою діяльністю підприємств: монографія» / Л. С. Мартюшева, І. Б. Медведєва, М. Ю. Погосова [та ін.] - Х. : АдВА, 2009 - С. 54 - 66. 15. Погосова М. Ю. Діагностування впливу загроз мікро- та макросередовища на фінансову безпеку підприємств / М. Ю. Погосова // Управління фінансами в умовах вступу до СОТ : зб. мат-лів Всеукр. наук.-практ. конф. - Х. : ХНЕУ. - 2009. - С.118 - 121. 16. Шкарлет С.М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект: монографія / С. М. Шкарлет. - К.: Книжкове вид-во НАУ, 2007. - 432 с.

Подано до редакції 27.01.2011

В.М. КУЗНІЧЕНКО, к.ф.м.н., ХІФ УДУФМТ, Харків
В.І. ЛАПШИН, д.ф.м.н., проф., ХІФ УДУФМТ, Харків
М.А. ШУМ, к.е.н., доц., ХІФ УДУФМТ, Харків

ФОРМУВАННЯ БЮДЖЕТНИХ ПРОГРАМ ЗА ДОПОМОГОЮ АНАЛІТИЧНОЇ ПРОЦЕДУРИ СТРУКТУРУВАННЯ АЛЬТЕРНАТИВНИХ ПРОЕКТІВ

У статті досліджується формування бюджетних програм на основі програмно-цільового методу за допомогою аналітичної процедури структурування альтернативних проектів, яка дозволяє однозначно визначити пріоритети проектів при зміні їх кількості.

Forming of budget program on the base programmatically objective method by the instrumentality analytical procedure of alternative project structuring is researched in this article. This procedure allows to define sure priorities of projects by changing their quantities.

Ключові слова. Програмно - цільовий метод, критерії, альтернативи, пріоритети, метод парних порівнянь.

Вступ Дослідження підходів до формування бюджетів різних рівнів займають значне місце в роботах вчених, фахівців і представляють величезний практичний інтерес. Проте, відбір інвестиційних програм, що реалізуються через бюджетну систему представляє, на сьогодні, великий науковий і практичний інтерес.

Нині укр. актуальною видається проблема інноваційного розвитку економіки, інновацій, інвестицій. Пріоритетність такого розвитку підтверджується досвідом розвитку провідних країн ЄС і Південно-східної Азії (передусім Сінгапур). На основі такого підходу можливий прискорений розвиток економіки (досягнення річних темпів росту ВВП до 10% і вище), кардинальне рішення соціально – економічних питань, питань екології.

У прийнятому Бюджетному кодексі закріплені інноваційні підходи до розвитку економіки і формування бюджету на основі програмно – цільового методу (ПЦМ) планування [1].

У наш час ПЦМ планування бюджету своєю головною метою в процесі використання фінансових ресурсів ставить отримання результату, який має найбільше суспільне значення (бюджетування орієнтоване на результат – БОР). Метод БОР був запозичений з практики приватного бізнесу. Головною новацією для громадського сектору було поєднання централізації при виборі цілей витрати бюджетних коштів з децентралізацією визначення способу їх досягнення.

В державному секторі економіки необхідним є розробка цілого комплексу кількісних параметрів (індикаторів), на основі яких можна оцінювати ефективність бюджетних витрат. До основних типів індикаторів відносяться наступні категорії. Витрати – ресурси, необхідні для надання бюджетної послуги. Результати – обсяг

наданих послуг. Соціально-економічний (суспільний) ефект – показник суспільної вигоди від втрачених ресурсів [2].

Таким чином, дослідження втілення програмно – цільового методу у бюджетне планування за допомогою різних економіко – математичних моделей безумовно є актуальним.

Постановка завдання Бюджетна програма має бути призначена для досягнення певної мети і описується рядом техніко – економічних і цінових показників і може бути оцінена, виходячи з сукупності критеріїв, які у свою чергу можуть бути ранжируванні. Ранжирування критеріїв оцінки і показників бюджетних програм представляється самостійним, досить складним завданням. Воно залежить як від об’єктивних показників, так і від тих показників, що конкретно складаються на момент ухвалення рішення. Одним з варіантів рішення цього завдання, у найзагальнішому випадку, може бути наступний. До першої групи критеріїв оцінки бюджетних програм відносимо ефект від реалізації цієї програми для конкретного регіону – у вигляді збільшення прибуткової частини бюджету. До другої групи – соціально – економічні наслідки. До третьої – екологічні наслідки. Метою у ПЦМ плануванні головним повинен бути суспільний ефект. У нашому випадку – це підвищення життєвого рівня населення регіону. Таким чином, метою дослідження є вибір найкращих проектів для виконання бюджетної цільової програми при використанні ПЦМ за допомогою аналітичної процедури структурування альтернатив (проектів).

Методологія Для вибору найкращого проекту для бюджетної цільової програми будемо використовувати аналітичну процедуру структурування альтернатив [3]. Під критеріями досягнення мети K_1, K_2, K_3 будемо розуміти збільшення прибуткової частини бюджету, яка може бути використана для підвищення соціально – економічного рівня розвитку регіону, прямі соціально – економічні наслідки, екологічна безпека навколишнього середовища регіону відповідно. Альтернативами A_1, A_2, A_3 будуть конкретні проекти.

На відміну від методу аналізу ієрархій (МАІ) [4], який був застосований у ПЦМ в роботі [5], у методі, який використовується в даній роботі, не потрібно будувати структуру ієрархій. При застосуванні аналітичних процедур структурування будується критеріальна таблиця, на основі якої методом парних порівнянь знаходимо пріоритети критеріїв та альтернатив.

Загальна критеріальна таблиця має наступний вигляд (таблиця 1.)

Відзначимо, що за відсутності кількісного порівняння застосовуємо для x_{ij} якісну шкалу вимірювань по 9 - ти бальній шкалі: x_{ij} - бали виставлені експертом альтернативі i за критерієм j при фіксованому i ; x_{ij} - бали виставлені експертом критерієм j по альтернативі i при фіксованому j .

Таблиця 1 – Критеріальна таблиця.

	K ₁	K ₂	...	K _n	Сума
A ₁	x ₁₁	x ₁₂	...	x _{1n}	Z ₁
A ₂	x ₂₁	x ₂₂	...	x _{2n}	Z ₂
...	...	...	...	...	...
A _m	x _{m1}	x _{m2}	...	x _{mn}	Z _m
Сума	Y ₁	Y ₂	...	Y _n	D

де A_i – альтернативи, K_j – критерії, x_{ij} – ваги критеріїв і альтернатив, які ми хочемо встановити в процесі зважування, а Z_i, Y_j, D визначаються рівняннями:

$$Z_i = \sum_{j=1}^n x_{ij}$$

$$Y_j = \sum_{i=1}^m x_{ij}, j = \overline{1, n}$$

$$D = \sum_{j=1}^n Y_j = \sum_{i=1}^m Z_i$$

Ця шкала записується у наступному вигляді: рівна важливість 1:1, слабка перевага 3:1, помірна перевага 5:1, сильна перевага 7:1, абсолютна перевага 9:1 та 2,4,6,8 – проміжні значення шкали.

На початку припустимо, що ми маємо n урн (K_j), в яких знаходяться камінці різних порід (A_i, $i = \overline{1, m}$), з вагами x_{ij}.

Тоді ми можемо обчислити відносні ваги m камінців в кожній з n урн:

$$V_k(j) = \left(\frac{x_{1j}}{Y_j} \quad \frac{x_{2j}}{Y_j} \quad \dots \quad \frac{x_{mj}}{Y_j} \right), j = \overline{1, n}$$

Аналогічно обчислюються відносні ваги n камінчиків по кожній з m порід:

$$V_A(i) = \left(\frac{x_{i1}}{Z_i} \quad \frac{x_{i2}}{Z_i} \quad \dots \quad \frac{x_{in}}{Z_i} \right), i = \overline{1, m}.$$

Відзначимо, що ті ж результати зважувань ми отримали б, якщо б склали матриці парних порівнянь для відносних ваг камінців в кожній з n урн (таблиця 2):

Таблиця 2 – Таблиця парних порівнянь відносних ваг щодо K_j.

K _j	A ₁	A ₂	...	A _m	V _k (j)
A ₁	x _{1j} /x _{1j}	x _{1j} /x _{2j}	...	x _{1j} /x _{mj}	x _{1j} /Y _j
A ₂	x _{2j} /x _{1j}	x _{2j} /x _{2j}	...	x _{2j} /x _{mj}	x _{2j} /Y _j
...	...	...	...	...	...
A _m	x _{mj} /x _{1j}	x _{mj} /x _{2j}	...	x _{mj} /x _{mj}	x _{mj} /Y _j

Аналогічно обчислюються відносні ваги камінчиків по m породам (таблиця 3):

Таблиця 3 – Таблиця парних порівнянь відносних ваг щодо A_i .

A_i	K_1	K_2	...	K_n	$V_{A(i)}$
K_1	x_{i1}/x_{i1}	x_{i1}/x_{i2}	...	x_{i1}/x_{in}	x_{i1}/Z_i
K_2	x_{i2}/x_{i1}	x_{i2}/x_{i2}	...	x_{i2}/x_{in}	x_{i2}/Z_i
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
K_n	x_{in}/x_{i1}	x_{in}/x_{i2}	...	x_{in}/x_{in}	x_{in}/Z_i

Матриці таблиць 2 і 3 з побудови є ідеальними, обернено - симетричними матрицями. Нагадаємо, що квадратна матриця A розміру n є ідеальною обернено - симетричною, якщо для її всіх елементів виконані умови:

$$a_{pi}a_{il}=a_{pl}, i=\overline{1, n}$$

$$a_{ij}=1/a_{ji}.$$

Тепер для знаходження відносних ваг камінчиків по кожній з n урн і відносних ваг камінчиків по кожній з m порід складемо зведену таблицю по всіх камінцях, занісши результати вимірювань з таблиць 2 і 3. Побудована таким чином зведена таблиця зважувань (таблиця 4) буде мати не всі заповнені клітини. Наприклад, при $m = 2$ і $n = 2$ зведена матриця зважувань має вигляд:

Таблиця 4 – Зведена таблиця зважувань при $m = 2$ і $n = 2$.

	X_{11}	X_{12}	X_{21}	X_{22}
X_{11}	X_{11}/X_{11}	X_{11}/X_{12}	X_{11}/X_{21}	
X_{12}	X_{12}/X_{11}	X_{12}/X_{12}		X_{12}/X_{22}
X_{21}	X_{21}/X_{11}		X_{21}/X_{21}	X_{21}/X_{22}
X_{22}		X_{22}/X_{12}	X_{22}/X_{21}	X_{22}/X_{22}

Відсутні елементи побудованої матриці (таблиця 4) однозначно відновлюються до ідеальної обернено - симетричної матриці, яка набуває наступний вигляд (таблиця 5):

Таблиця 5 – Ідеальна обернена - симетрична матриця.

	X_{11}	X_{12}	X_{21}	X_{22}
X_{11}	X_{11}/X_{11}	X_{11}/X_{12}	X_{11}/X_{21}	X_{11}/X_{22}
X_{12}	X_{12}/X_{11}	X_{12}/X_{12}	X_{12}/X_{21}	X_{12}/X_{22}
X_{21}	X_{21}/X_{11}	X_{21}/X_{12}	X_{21}/X_{21}	X_{21}/X_{22}
x_{22}	x_{22}/x_{11}	x_{22}/x_{12}	x_{22}/x_{21}	x_{22}/x_{22}

Методом парних порівнянь знаходимо відносні ваги зважувань: $V = \left(\frac{x_{11}}{D} \quad \frac{x_{12}}{D} \quad \frac{x_{21}}{D} \quad \frac{x_{22}}{D} \right)$.

Виписавши отримані результати в критеріальну таблицю, отримуємо глобальні пріоритети по критеріям і альтернативам (таблиця 6):

Таблиця 6 – Таблиця глобальних ваг при $m = 2$ і $n = 2$.

	K_1	K_2	Глобальні ваги альтернатив $W(A_i)$
A_1	x_{11}/D	x_{12}/D	Z_1/D
A_2	x_{21}/D	x_{22}/D	Z_2/D
Глобальні ваги критеріїв $W(K_j)$	Y_1/D	Y_2/D	1

А для довільного числа критеріїв і альтернатив критеріальна таблиця (таблиця 7) прийме вигляд:

Таблиця 7 – Таблиця глобальних ваг m альтернатив і n критеріїв.

	K_1	K_2	...	K_n	Глобальні ваги альтернатив $W(A_i)$
A_1	x_{11}/D	x_{12}/D	...	x_{1n}/D	Z_1/D
A_2	x_{21}/D	x_{22}/D	...	x_{2n}/D	Z_2/D
...	...	...	...	...	...
A_m	x_{m1}/D	x_{m2}/D		x_{mn}/D	Z_m/D
Глобальні ваги критеріїв $W(K_j)$	Y_1/D	Y_2/D	...	Y_n/D	1

Результати дослідження Покажемо запропоновану методику на прикладі.

Нехай ми маємо дві альтернативи і три критерії.

Випишемо матриці парних порівнянь за критерієм K_1 і альтернативам A_1, A_2 (таблиця 8):

Таблиця 8 – Таблиця парних порівнянь за критерієм K_1 і альтернативам A_1 та A_2 .

K_1	A_1	A_2	$V_K(1)$	A_1	K_1	K_2	K_3	$V_A(1)$	A_2	K_1	K_2	K_3	$V_A(2)$
A_1	1	3/4	3/7	K_1	1	6	2	3/5	K_1	1	8/7	8	1/2
A_2	4/3	1	4/7	K_2	1/6	1	1/3	1/10	K_2	7/8	1	7	7/16
				K_3	1/2	3	1	3/10	K_3	1/8	1/7	1	1/16

Результати зважувань запишемо в зведену таблицю (таблиця 9):

Таблиця – 9 Зведена таблиця зважувань.

	x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{21}	x_{22}	x_{23}
x_{11}	1	6	2	3/4		
x_{12}	1/6	1	1/3			
x_{13}	1/2	3	1			
x_{21}	4/3			1	8/7	8
x_{22}				7/8	1	7
x_{23}				1/8	1/7	1

Порожні клітини зведеної таблиці заповнюємо так, щоб отримана матриця була ідеальною обернено - симетричною матрицею, і розраховуємо відносні ваги критеріїв і альтернатив (таблиця 10):

Таблиця 10 – Ідеальна обернено - симетрична матриця при $m = 2$ і $n = 3$.

	x_{11}	x_{12}	x_{13}	x_{21}	x_{22}	x_{23}	Сума	V
x_{11}	1	6	2	3/4	6/7	6	465/28	3/13
x_{12}	1/6	1	1/3	1/8	1/7	1	155/56	1/26
x_{13}	1/2	3	1	3/8	3/7	3	465/56	3/26
x_{21}	4/3	8	8/3	1	8/7	8	155/7	4/13
x_{22}	7/6	7	7/3	7/8	1	7	1085/56	7/26
x_{23}	1/6	1	1/3	1/8	1/7	1	155/56	1/26
							2015/28	1

Отримані ваги записуємо в критеріальну таблицю (таблиця 11) і обчислюємо глобальні ваги критеріїв і альтернатив:

Таблиця 11 – Таблиця глобальних ваг при $m = 2$ і $n = 3$.

	K_1	K_2	K_3	Глобальні ваги альтернатив $W(A_i)$
A_1	3/13	1/26	3/26	5/13
A_2	4/13	7/26	1/26	8/13
Глобальні ваги критеріїв $W(K_i)$	7/13	4/13	2/13	1

З таблиці 11 витікає, що A_2 – другий проект має більший пріоритет, ніж перший ($W_1/W_2=5/8$).

Додамо ще одну альтернативу A_3 , у якій відносні ваги за критеріями K_i ($i=\overline{1,3}$) такі ж, як і глобальні ваги критеріїв для альтернатив A_1 і A_2 (таблиця 12):

Таблиця 12 – Таблиця зважувань відносних ваг по альтернативі A_3 .

A_3	K_1	K_2	K_3	$V_A(3)$
K_1	1	7/4	7/2	7/13
K_2	4/7	1	2	4/13
K_3	2/7	1/2	1	2/13

З урахуванням доданої альтернативи A_3 запишемо матрицю парних порівнянь за критерієм K_1 (таблиця 13):

Таблиця 13 – Таблиця відносних ваг за критерієм K_1 .

K_1	A_1	A_2	A_3	$V_K(1)$
A_1	1	3/4	6/7	2/7
A_2	4/3	1	8/7	8/21
A_3	7/6	7/8	1	1/3

Вносимо результати парних порівнянь з таблиць 8, 12, 13, в зведену таблицю (таблиця 14):

Таблиця 14 – Зведена таблиця відносних ваг.

	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₂₁	X ₂₂	X ₂₃	X ₃₁	X ₃₂	X ₃₃
X ₁₁	1	6	2	3/4			6/7		
X ₁₂	1/6	1	1/3						
X ₁₃	1/2	3	1						
X ₂₁	4/3			1	8/7	8	8/7		
X ₂₂				7/8	1	7			
X ₂₃				1/8	1/7	1			
X ₃₁	7/6			7/8			1	7/4	7/2
X ₃₂							4/7	1	2
X ₃₃							2/7	1/2	1

Заповнюємо зведену матрицю порівнянь до ідеальної обернено -симетричної матриці і обчислюємо відносні ваги критеріїв і альтернатив (таблиця 15):

Таблиця 15 – Ідеальна обернено - симетрична матриця.

	X ₁₁	X ₁₂	X ₁₃	X ₂₁	X ₂₂	X ₂₃	X ₃₁	X ₃₂	X ₃₃	Сума	V
X ₁₁	1	6	2	3/4	6/7	6	6/7	3/2	3	615/28	2/13
X ₁₂	1/6	1	1/3	1/8	1/7	1	1/7	1/4	1/2	205/56	1/39
X ₁₃	1/2	3	1	3/8	3/7	3	3/7	3/4	3/2	615/56	1/13
X ₂₁	4/3	8	8/3	1	8/7	8	8/7	2	4	205/7	8/39
X ₂₂	7/6	7	7/3	7/8	1	7	1	7/4	7/2	205/8	7/39
X ₂₃	1/6	1	1/3	1/8	1/7	1	1/7	1/4	1/2	205/56	1/39
X ₃₁	7/6	7	7/3	7/8	1	7	1	7/4	7/2	205/8	7/39
X ₃₂	2/3	4	4/3	1/2	4/7	4	4/7	1	2	205/14	4/39
X ₃₃	1/3	2	2/3	1/4	2/7	2	2/7	1/2	1	205/28	2/39
										7995/56	1

Отримані результати вносимо в критеріальну таблицю і обчислюємо ваги критеріїв і альтернатив (таблиця 16):

Таблиця 16 – Таблиця глобальних ваг при $m = 3$ і $n = 3$.

	K ₁	K ₂	K ₃	Глобальні ваги альтернатив W(A _i)
A ₁	2/13	1/39	1/13	10/39
A ₂	8/39	7/39	1/39	16/39
A ₃	7/39	4/39	2/39	1/3
Глобальні ваги W(K _j)критеріїв	7/13	12/39	2/13	1

Доданий проект має більший пріоритет, ніж перший, але менший, ніж другий.

Треба відзначити, що при збільшенні кількості альтернатив відношення глобальних пріоритетів (W_1/W_2) не змінюється за рахунок того, що зведена матриця парних порівнянь заповнюється однозначно.

Висновки Аналітичні процедури структурування альтернатив можуть бути рекомендовані для застосування у бюджетному плануванні програмно – цільовим методом регіональних програм. На його основі можна ранжувати конкурсні проекти, при цьому збільшення їх кількості не приводить до зміни пріоритетів проектів, що може відбуватися при використанні метода аналізу ієрархій [6]. Досліджена процедура може бути використана для випадків з необмеженою кількістю критеріїв та альтернатив.

Список літератури: 1. Бюджетний кодекс України від 08.07.2010 р. №2456 VI [Електронний ресурс]//База даних «Законодавство України». – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?user=sndex>. 2. Внедрение методов бюджетирования, ориентированного на результат, в бюджетный процесс [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://msu.admin.smolensk.ru/nauh/metod/best/budgrezult_prins/. 3. Кузниченко В.М. Аналитическая процедура структурирования множества альтернатив и критериев/В.М. Кузниченко//Вестник Национального Технического Университета «ХПИ». – 2010. - №59. – С.81-87. 4. Саати Т. Принятие решений: Метод анализа иерархий. – М.: Радио и связь, 1993. – 278с. 5. Реформування бюджетної системи України на інноваційних засадах: [Монографія]/ [Бушев С.Д., Шніпко О.С., Городецька Т.Е. та інш.]. – К. : Міністерство фінансів України, 2010. – 544с. 6. Ларичев О.И. Теория и методы принятия решений, а также Хроника событий в Волшебных странах: Ученик. изд., второе, перероб. и доп. - М.: Логос, 2002. – 392с.

Подано до редакції 28.01.2011

УДК 658.147.2

І.А. ШЕЙКО, ас. кафедри, ХНУРЕ, Харків

О.В. СТОРОЖЕНКО, к.т.н., доц., ХНУРЕ, Харків

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПРИ ФІНАНСУВАННІ ЗА РАХУНОК ПРИБУТКУ

Стаття присвячена питанням розрахунку ефективності інноваційних проектів по заміні обладнання при фінансуванні за рахунок власних коштів, а саме – прибутку. Методика, запропонована авторами, дає змогу розрахувати показники ефективності на базі початкового обсягу випуску, вартості нового обладнання.

The article is devoted the questions of calculation of efficiency of innovative projects on replacement of equipment at financing due to an own money, namely – to the income. A method, offered authors, enables to expect the indexes of efficiency on the base of initial volume of output, cost of new equipment.

Ключові слова: прибуток, фінансування, обсяг виробництва, ефективність, термін реалізації проекту, термін окупності.

Вступ. На сучасному етапі функціонування вітчизняних підприємств основним джерелом фінансування інноваційної діяльності є власні кошти підприємства. При цьому основним напрямом інноваційної діяльності для більшості підприємств є придбання основних фондів [4,5].

Тому доцільно розглянути окремий випадок інноваційної діяльності підприємства, а саме - заміну частини обладнання за рахунок власних коштів.

Для оцінки можливості застосування показників інвестиційного аналізу при розрахунку ефективності інноваційних проектів в статті розглядається модель фінансування інноваційної діяльності підприємства прибутком.

Постановка задачі. Для розрахунку показників ефективності проекту на сучасному етапі активно задіяні показники інвестиційного аналізу [1,2,3]. Але для їх розрахунку необхідні прогнозні дані про майбутні доходи та видатки інноваційного проекту по роках реалізації, отримання яких пов'язано з певними труднощами.

Мета статті – модифікація показників інвестиційного аналізу для розрахунку ефективності інноваційного проекту при фінансуванні за рахунок власних коштів.

Методологія. Основою моделі є допущення, що промислове підприємство, яке впроваджує інноваційний проект, характеризується стабільною господарською діяльністю. При цьому підприємство може виділити певну суму коштів (прибуток від поточної господарської діяльності) на фінансування інноваційного проекту.

Надалі припускається, що ринок продукції є стабільним, тобто обсяги збуту постійні впродовж реалізації проекту. Випадок, коли впровадження нового обладнання істотно збільшує обсяг виробництва продукції, вимагає окремого розгляду.

Результати дослідження. В статті розглядається ситуація, коли підприємство має намір замінити застаріле обладнання.

Для цього прибуток, отриманий у початковий момент часу, вкладається в заміну частини застарілого обладнання. Так відбувається впродовж періоду впровадження проекту. Після заміни всього парку обладнання проект починає приносити постійний дохід впродовж періоду служби обладнання.

Приймемо ряд позначень та припущень в запропонованій моделі.

Дохід, що одержує підприємство від продажу одиниці продукції, становить d , а собівартість одиниці продукції дорівнює c . Тоді прибуток, що підприємство одержує від виготовлення та реалізації одиниці продукції, становить:

$$p = d - c \quad (1)$$

При цьому чим більша частка нового обладнання, тим більша величина прибутку на одиницю продукції.

Керівництво підприємства ухвалило рішення щодо щомісячного інвестування всього прибутку від основної діяльності (після виплати податків) у довгостроковий інноваційний проект, мета якого - поетапне збільшення прибутку від основної діяльності за рахунок підвищення технологічного рівня підприємства. При цьому вирішено не нарощувати обсяги виробництва, тобто:

$$Q_t = Q_1 = \text{const} \quad (2)$$

Планується, що підвищення технологічного рівня підприємства, а звідси, і зростання прибутку, відбувається поетапно пропорційно до суми вкладених коштів.

На підприємстві використовуються N одиниць однотипного обладнання, кожна з яких забезпечує виробництво q одиниць продукції за звітний період. Тоді початковий обсяг виробництва Q_1 становить:

$$Q_1 = N \cdot q \quad (3)$$

Існуюче обладнання за початковий період принесе підприємству прибуток у розмірі:

$$P_0 = Q_1 \cdot p = N \cdot q \cdot p \quad (4)$$

Для підвищення технологічного рівня підприємства можна використовувати новий тип обладнання, вартість якого g грн. Кожна одиниця нового обладнання забезпечить підприємству збільшення прибутку, у розрахунку на одиницю продукції, на величину $\Delta p'$. На заміну засобів виробництва інвестується капітал у розмірі K грн. Таким чином, на цю суму можна замінити $\frac{K}{g}$ одиниць обладнання.

Після заміни частини діючого застарілого обладнання підприємство отримає прибуток у розмірі:

$$P_1 = q \cdot \frac{K}{g} \cdot (p + \Delta p') + q \cdot (N - \frac{K}{g}) \cdot p \quad (5)$$

Економічний ефект від впровадження нового обладнання складе за перший період $\Delta P_1 = P_1 - P_0$.

Перетворюючи формули (4) і (5) одержуємо:

$$\Delta P_1 = P_1 - P_0 = q \times \frac{K}{g} \times \Delta p' \quad (6)$$

У розрахунку на одиницю продукції збільшення прибутку дорівнює:

$$\Delta p_1 = p_1 - p_0 = \frac{\Delta P_1}{Q_1} = \frac{q \cdot \Delta p' \cdot K}{Q_1 \cdot g}, \quad (7)$$

де Δp_1 – збільшення прибутку на одиницю продукції за 1-й період часу.

За умови, що весь прибуток, який залишився на підприємстві після сплати податків, інвестується в інноваційний проект, обсяг інвестицій у t -й період часу становить:

$$K_t = Q_1 \cdot p_{t-1} \cdot (1 - nalog / 100), \quad (8)$$

де $nalog$ - ставка оподаткування прибутку, %.

Формула (7) для t -го періоду часу перетвориться у:

$$\Delta p_t = \frac{q \cdot \Delta p' (1 - n \log / 100)}{g} \cdot p_{t-1} \quad (9)$$

При цьому вираз $\frac{q \cdot \Delta p' (1 - n \log / 100)}{g}$ показує ефективність впровадження інноваційного проекту. Цей вираз (далі позначимо через E) характеризує збільшення прибутку підприємства від впровадження інновації вартістю g на величину $q \cdot \Delta p' (1 - n \log / 100)$ на одиницю продукції.

Показником E зручно оцінювати ефективність комплексних інноваційних проектів, спрямованих як на зменшення витрат, так і на зростання доходів підприємства. Оскільки оцінюється сукупний економічний ефект, то може бути враховане як зменшення собівартості продукції, так і зростання відпускної ціни на продукцію за рахунок її нових властивостей.

Також показник E може бути корисний і у випадку модернізації існуючого парку обладнання без його заміни. У такому випадку витрати на проект дорівнюватимуть витратам на ремонт і модернізацію обладнання.

Якщо за перший рік отриманий прибуток, розраховуючи на одиницю продукції, склав p_1 , тоді прибуток від реалізації всього обсягу випуску складе, відповідно до формули (4), величину $Q_1 \cdot p_1$.

На другий період прибуток від виготовлення та реалізації одиниці продукції p_2 та усього випуску P_2 (з огляду на сталість обсягів виробництва (2)) складе відповідно:

$$p_2 = p_{1+} \Delta p_1 = p_1 + E \cdot p_1 = p_1 \cdot (1 + E), \quad (10)$$

$$P_2 = Q_2 \cdot p_2 = Q_1 \cdot p_1 \cdot (1 + E) \quad (11)$$

Аналогічно прибуток від реалізації одиниці продукції p_3 та усього випуску P_3 в 3-му періоді складе:

$$p_3 = p_{2+} \Delta p_3 = p_2 + E \cdot p_2 = p_1 \cdot (1 + E)^2, \quad (12)$$

$$P_3 = Q_3 \cdot p_3 = Q_1 \cdot p_1 \cdot (1 + E)^2 \quad (13)$$

Тоді в t -й період часу:

$$p_t = p_{t-1+} \Delta p_t = p_1 \cdot (1 + E)^{t-1}, \quad (14)$$

$$P_t = Q_t \cdot p_t = Q_1 \cdot p_1 \cdot (1 + E)^{t-1} \quad (15)$$

Якщо передбачається, що весь прибуток інвестується в інноваційний проект, то витрати на реалізацію проекту в t -й період (C_t) складуть P_t .

Доходи від реалізації проекту в t -й період дорівнюють отриманому прибутку P_t за винятком доходів, які були б отримані у випадку відхилення інноваційного проекту ($Q_1 p_1$), тобто:

$$D_t = P_t - Q_1 p_1 = Q_1 \cdot p_1 \cdot (1 + E)^{t-1} - Q_1 \cdot p_1 = Q_1 \cdot p_1 \cdot [(1 + E)^{t-1} - 1] \quad (16)$$

Чистий прибуток від реалізації проекту в t -й рік дорівнює доходам від реалізації продукції D_t за винятком витрат на реалізацію проекту C_t ($C_t = P_t$) та становить:

$$B_t = D_t - C_t = Q_1 p_1 ((1 + E)^{t-1} - 1) - Q_1 p_1 (1 + E)^{t-1} = -Q_1 p_1 \quad (17)$$

Саме стільки підприємство затратило на реалізацію інноваційного проекту в 1-ому періоді реалізації проекту.

Тривалість етапу впровадження інноваційного проекту становить m років, під час яких проводиться поступове підвищення технологічного рівня підприємства – застаріле обладнання замінюється новим.

Після закінчення етапу впровадження ($m+1$ -й період) проект починає приносити постійний прибуток (за винятком прибутку, який забезпечувало застаріле обладнання $P_1 = Q_1 \cdot p_1$) у розмірі:

$$D_t = Q_1 \cdot p_1 \cdot (1 + E)^m - Q_1 \cdot p_1 = Q_1 \cdot p_1 \cdot [(1 + E)^m - 1], \quad (18)$$

де t ($m < t \leq n$) – період використання результатів інноваційного проекту після його впровадження; n – кількість періодів, впродовж яких проект приносить підприємству прибуток по завершенню вкладень у нього.

Через те, що витрати на реалізацію проекту по його закінченню відсутні, чистий прибуток від інноваційного проекту дорівнює прибутку D_t .

Таким чином, грошові потоки в запропонованій моделі фінансування інноваційного проекту за рахунок прибутку виглядають так:

а) на етапі впровадження інноваційного проекту в t -му періоді ($t \leq m$) доходи від реалізації проекту визначаються відповідно до виразу (16), витрати на реалізацію проекту складуть P_t , а чистий прибуток $B_t = -Q_1 p_1$;

б) після закінчення етапу впровадження в t -му періоді ($m < t \leq m + n$) витрати на реалізацію проекту відсутні, а доходи постійні та визначаються по формулі (18).

Для реалізації інноваційного проекту в повному обсязі необхідні кошти в розмірі K . Якщо протягом m років сумарний прибуток підприємства складе величину, достатню для фінансування проекту, то з формули (15):

$$K = \sum_{t=1}^m Q_1 \cdot p_1 \cdot (1 + E)^{t-1} \quad (19)$$

Знаючи суму виділених коштів K , можна визначити m – час, необхідний для реалізації інноваційного проекту. Для цього представимо ряд у правій частині формули (19) як геометричну прогресію з першим членом $Q_1 \cdot p_1$ і знаменником $(1 + E)$, суму перших m членів якої треба знайти:

$$K = Q_1 \cdot p_1 \cdot \frac{(1 - (1 + E)^m)}{1 - (1 + E)} \quad (20)$$

В результаті логарифмування обох частин рівняння отримуємо формулу для знаходження m :

$$m = \ln \left(\frac{K \cdot E}{Q_1 \cdot p_1} + 1 \right) / \ln(1 + E) \quad (21)$$

Основним фінансовим показником, по якому можна судити про доцільність вкладення коштів у проект, є чистий дисконтований дохід (NPV). Цей показник співставляє доходи та витрати на реалізацію проекту за кожний період з урахуванням тимчасової структури процентної ставки. Для розрахунку цього показника в інвестиційних проектах необхідно знати прогнозні розміри доходів та витрат на кожен рік реалізації проекту [1,2].

Чистий дисконтований дохід інноваційного проекту в запропонованій моделі розраховується як:

$$\begin{aligned} NPV &= - \sum_{t=1}^m \frac{Q_1 \cdot p_1}{(1+k)^t} + \sum_{t=m+1}^{m+1+n} \frac{Q_1 \cdot p_1 \cdot [(1+E)^m - 1]}{(1+k)^t} = \\ &= Q_1 \cdot p_1 \cdot \left([(1+E)^m - 1] \cdot \sum_{t=m+1}^{m+1+n} \frac{1}{(1+k)^t} - \sum_{t=1}^m \frac{1}{(1+k)^t} \right) = \\ &= \frac{Q_1 \cdot p_1}{k \cdot (1+k)^m} \cdot [(1 - (1+E)^m) \cdot [(1+k)^{-(n+1)} - 1] - (1+k)^m + 1], \end{aligned} \quad (22)$$

де k – ставка дисконтування.

Перевага розрахунку показника NPV по запропонованій моделі полягає в тому, що відпадає необхідність прогнозувати майбутні грошові потоки від реалізації продукції: необхідно знати тільки початковий обсяг виробництва, суму виділених коштів або строк реалізації проекту, вартість нового обладнання, а також ставку дисконтування.

З формули (22) також можна вивести формулу для розрахунку внутрішньої норми прибутковості (IRR) – ставки дисконтування, що обертає NPV в нуль:

$$\sum_{t=1}^m \frac{Q_1 \cdot p_1}{(1+IRR)^t} = \sum_{t=m+1}^{m+1+n} \frac{Q_1 \cdot p_1 \cdot [(1+E)^m - 1]}{(1+IRR)^t},$$

або:

$$\sum_{t=1}^m \frac{1}{(1+IRR)^t} = [(1+E)^m - 1] \cdot \sum_{t=m+1}^{m+1+n} \frac{1}{(1+IRR)^t} \quad (23)$$

Відповідно до (22) показник NPV дорівнює нулю, якщо:

$$\frac{1}{IRR \cdot (1+IRR)^m} \cdot [(1 - (1+E)^m) \cdot [(1+IRR)^{-(n+1)} - 1] - (1+IRR)^m + 1] = 0 \quad (24)$$

Показник IRR визначається чисельним рішенням рівняння (24).

Період окупності n характеризує час, за які прибуток від реалізації інноваційного проекту покрий витрати на нього [1]. У запропонованій моделі період окупності визначається з виразу:

$$\sum_{t=1}^m \frac{1}{(1+k)^t} = [(1+E)^m - 1] \cdot \sum_{t=m+1}^{m+1+n} \frac{1}{(1+k)^t} \quad (25)$$

Звідки (аналогічно знаходженню величини m в (20)) визначається період окупності n :

$$n = 1 - \frac{\ln\left(\frac{(1+k)^m - 1}{1 - (1+E)^m} + 1\right)}{\ln(1+k)} \quad (26)$$

Висновки. Запропонована модель забезпечує оцінку ефективності тільки таких інноваційних проектів, які передбачають поступове, поетапне підвищення технологічного рівня підприємства протягом декількох періодів пропорційно до суми інвестованих коштів.

Крім того, не враховується зміна обсягів виробництва продукції на новому обладнанні, а також варіант, коли тільки частина отриманого прибутку направляється на реалізацію інноваційного проекту. Також окремої уваги потребують питання визначення ефективності фінансування інноваційних проектів за рахунок кредитних джерел.

Список літератури: 1. Беренс В. Руководство по оценке эффективности инвестиций. – М., 1995 – 528 с. 2. Бирман Г, Шмидт С. Экономический анализ инвестиционных проектов- М.: Банки и биржи, 1997. – 650 с. 3. Завли, П. Н. Оценка эффективности инноваций. – СПб.: Бизнес-Пресса, 1998. – 312 с. 4. Кравченко С. І. Обґрунтування умов фінансування інноваційних рішень // Фінанси України- 2002- №2 - С. 124-129 5. Кузнецов, А. Я., Возняк Г.Я. Деякі аспекти фінансування інвестиційно-інноваційних проектів за рахунок власних коштів підприємств // Актуальні проблеми економіки – 2004 – №7(37) – С. 42-52

Подано до редакції 02.02.2011

УДК 338.48:659.127

Н.А. ОЛЬХОВСКАЯ, магістрант, НТУ «ХПИ», Харків

ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАТИВНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РЕКЛАМЫ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

У статті розглянуто роль реклами у реалізації стратегії туристичної фірми. Виявлена оцінка ефективності реклами в туристичній галузі. Розглянуті види ефективності, проблеми та аналіз їх вирішення.

In the article the advertizing role in realization strategists of Travel Company is considered. The advertizing efficiency estimation in touristical branch is revealed. Kinds of efficiency, a problem and analysis their decisions are considered.

Ключевые слова: Реклама, туристический бизнес, туристический продукт, коммуникативная реклама.

Введение

Реклама – это явление, существующее само по себе, как способ общения или сообщения, направленного на привлечение внимания, еще с древних времен. В современном мире реклама прочно заняла ведущие позиции и выходит на первый план как явление экономическое, информационно-коммуникативное, общекультурное (ведь реклама является одним из самых ярких явлений массовой культуры). Реклама, в частности, туристическая, несет в себе информацию, которая обычно представлена в сжатой, художественно выраженной форме, эмоционально окрашена и доводит до сознания потенциальных потребителей наиболее важные сведения и факты о туристических продуктах и туристическом предприятии.

Реклама, как и любой другой вид маркетинговых коммуникаций, играет важную роль в реализации стратегии туристической фирмы. Реклама дает потребителю новые знания, опыт, усиливает удовлетворенность от покупки. С помощью рекламы туристические предприятия осваивают новые рынки сбыта. Будучи средством конкурентной борьбы, реклама обостряет ее, способствуя повышению качества туристического обслуживания. Масштабный сбыт туристических услуг обеспечивает туристической фирме рост доходов, достойную оплату труда персонала. [2].

Постановка задачи

Целью данной статьи является анализ особенностей коммуникативной эффективности рекламы в туристической отрасли и пути их решения.

Методология

Исходя из теоретических положений экономики и актуальности рыночной информации для туристических предприятий, методологическую базу проведенного комплексного анализа составили основные положения маркетинга в туризме [1,2,6]. Анализ рынка рекламы в туристическом бизнесе, самого туристического бизнеса, коммуникативной эффективности рекламы и методов её проведения выполнено на основе учебных пособий и материалов финансовой статистики [3,4,5,8,9].

Результаты исследования

Туристический бизнес одна из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства и занимает важное место в экономике большинства стран. В странах ЕС и других промышленно развитых странах доходы от туризма составляют порядка 5,5% валового внутреннего продукта. На сферу туризма приходится около 6% мирового валового национального продукта, 7% мировых инвестиций, каждое 16-е рабочее место, 11% мировых потребительских расходов. Таким образом, в наши дни нельзя не заметить того огромного влияния, которое оказывает индустрия туризма на мировую экономику.

Туристический бизнес в нашей стране находится в стадии структурной перестройки, институционального становления, формирования внутриотраслевых, межотраслевых, межрегиональных и внешнеэкономических связей. Совершенствуется туристическая инфраструктура, формируется соответствующий

сегмент рынка труда, создается новая система государственного регулирования туристической деятельности.

Реклама требует больших затрат, поэтому чрезвычайно важно проводить оценку эффективности рекламной деятельности. Это позволяет:

- получить информацию о целесообразности рекламы;
- выявить результативность отдельных средств ее распространения;
- определить условия оптимального воздействия рекламы на потенциальных покупателей.

Количественная неопределенность эффективности рекламы обусловлена целым рядом причин. Во-первых, реклама является одним из многих факторов, определяющих достигнутые маркетинговые результаты. Помимо нее на реализацию туристского продукта оказывают влияние другие элементы комплекса маркетинга и коммуникаций, уровень конкуренции, состояние рынка и т. д. Воздействие этого множества факторов практически невозможно смоделировать. Во-вторых, поведение конкретного потребителя представляет собой своеобразный «черный ящик». Процессы, протекающие в его сознании, изучены недостаточно. Более того, одни и те же стимулирующие воздействия (в том числе и реклама) нередко приводят к различным результатам. В-третьих, рыночная ситуация динамична и изобилует различного рода случайными событиями, которые могут определить успех или неудачу туристического продукта.

Различают экономическую и коммуникативную эффективность рекламы. Экономическую эффективность рекламы чаще всего определяют путем измерения ее влияния на объем продаж. В то же время общепринятым является мнение, что благоприятные изменения в информированности и расположении клиента предполагают увеличение сбыта. Таким образом, экономическая эффективность рекламы напрямую зависит от степени ее психологического воздействия на человека (коммуникативная эффективность). Следовательно, отсутствуют не только принципиальные различия, но и четкая грань между экономической и коммуникативной эффективностью рекламной деятельности. Отсюда вытекает достаточно скептическое отнесение к многочисленным методикам расчета экономической эффективности рекламы.

Коммуникативная эффективность рекламы характеризуется степенью привлечения внимания потенциальных клиентов, яркостью и глубиной их впечатлений, запоминаемостью рекламных обращений. Такая оценка особенно актуальна в следующих ситуациях:

- до того, как выбран окончательный вариант рекламного обращения (предварительные испытания);
- во время проведения рекламных мероприятий (текущий анализ);
- после проведения рекламных мероприятий (последующий анализ).

Предварительный анализ направлен на снижение степени неопределенности, связанной с последующим осуществлением рекламной кампании. Он проводится на

выборке из целевой аудитории, которой предлагается ознакомиться с разработанными рекламными материалами. Таким образом, стремятся проверить следующие параметры:

1. Идентификация: тесно ли связано рекламное обращение с рекламодателем?
2. Доступность для понимания: улавливается ли смысл, который реклама имеет целью передать в своем обращении?
3. Надежность: содержится ли в рекламе аргументация? Может ли предполагаемый клиент доверять тому, в чем его уверяют?
4. Внушаемость: вызывает ли скрытый смысл рекламного обращения, его символическое значение благоприятные ассоциации в умах предполагаемых клиентов?
5. «Положительный» интерес: вызывает ли рекламное обращение у предполагаемого клиента интерес, достаточный, чтобы привести его к приобретению рекламируемого продукта?

Текущий анализ эффективности призван своевременно выявлять недостатки в ходе осуществления рекламной деятельности и принимать необходимые меры по исправлению положения.

В частности, в рамках такого анализа полезно проводить контроль за поступающими запросами, который позволяет определить, какие средства рекламы являются наиболее подходящими для охвата конкретного целевого сегмента. Основная проблема при осуществлении такого контроля состоит в выяснении, из какого именно источника клиент получил рекламную информацию.

Среди наиболее известных и часто используемых методов последующего анализа можно назвать следующие:

1. Отзыв с помощью. Его суть заключается в том, что клиентам показывается рекламная продукция фирмы. После этого задаются вопросы для определения того, было ли отношение клиента к фирме (рекламируемому продукту) сформулировано ранее или в результате воздействия рекламы. При этом сотрудник фирмы задает наводящие вопросы и помогает сформулировать ответы.

2. Отзыв без помощи. Клиентам предлагается самостоятельно заполнить заранее подготовленные анкеты. Их анализ позволяет определить, насколько реклама способствует приобретению определенного туристического продукта.

3. Метод Гэллапа—Робинсона. Используется для того, чтобы оценить запоминаемость рекламы «по свежим следам», непосредственно после рекламных контактов. Он состоит в том, что через несколько дней после рекламного мероприятия 200 лицам, отобраным из целевой аудитории, предъявляют перечень рекламодателей. Каждый из опрашиваемых должен ответить на вопрос, помнит ли он, что в определенном издании была реклама фирмы.

4. Метод Старча. Он состоит в следующем. Каждый исследуемый представитель целевой аудитории в присутствии проводящего опрос просматривает

рекламные материалы и отмечает рекламные обращения, которые он видел раньше. При этом различают людей, которые:

- только видели рекламное обращение;
- частично его читали и установили рекламодателя;
- прочитали практически полностью все содержание.

5. Метод «тайников». При его применении используют рекламные обращения, из которых убраны сведения о рекламодателе. В этом случае получают оценку внимания к рекламному обращению и одновременно выявляют ассоциации, связанные с ним.

6. Метод купонов. Заключается в том, что в рекламное обращение, опубликованное в газете или журнале, включается купон на некоторые льготы (например, скидку). По числу поступивших купонов можно оценить сравнительную отдачу от размещения обращений в различных средствах массовой информации.

Вывод

1. Реклама играет важную роль в реализации стратегии туристической фирмы.
2. С помощью рекламы туристические предприятия осваивают новые рынки сбыта.
3. Реклама позволяет увеличить объемы продаж.
4. Туристический бизнес одна из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства и занимает важное место в экономике большинства стран.
5. Основными методами анализа коммуникативной эффективности рекламы являются: отзыв с помощью, отзыв без помощи, метод Гэллапа—Робинсона, метод Старча, метод «тайников» и метод купонов.

Из вышеизложенного можно сделать вывод о том, что определение коммуникативной эффективности рекламы требует достаточно много усилий, средств и высокой компетентности персонала.

Список литературы: 1. *А.П.Дурович, АСКомпанев.* Маркетинг в туризме: учебное пособие. Минск: Экономпресс, 1998. 2. *Балабанов И.Т., Балабанов А.И.* Экономика туризма: Учеб. Пособие. – М.: Финансы и статистика, 2007. 3. *Голубков Е.* Основы маркетинга \ М., Финпресс, 2005. 4. *Котлер Ф.* Основы маркетинга. - М., 1996. 5. *Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурин В. Г.* Рекламная деятельность. М.: Маркетинг, 2001. - 364 с. 6. *Папирян Г. А.* Маркетинг в туризме "Финансы и статистика", 2001. 7. Реклама для всех. Автор-составитель *Васильева Н. В.* Мн.: Тесей, 2003. - 224 с. 8. Современный маркетинг. Под ред. *В.Хруцкого* \ М., 2006. 9. Туризм как вид деятельности. Уч. Пособие под ред. *Квартальнова В.* \ М., Финансы и статистика, 2006. 10. *Уткин Э., Бутова Т.* Маркетинг \ М., 2005.

Подано до редакції 02.02.2011

Н.О. САЄНКО, магістр, НТУ «ХПІ», Харків

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ БРЕНДИНГУ В УКРАЇНІ

В роботі розглядаються роль та значення брендингу на українському ринку, а також особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку.

This work examines the role and importance of branding in the Ukrainian market and also feature for the concept of branding in the domestic market.

Ключові слова: маркетинг, бренд, торгова марка, позиціонування, брендинг.

Вступ. У сучасних умовах розвитку споживчого ринку вибір товарів і послуг часто визначається популярністю бренду. Але багато українських виробників в умовах швидкого переходу до ринкових відносин не встигають модифікувати свій товар до вимог ринку, позиціонуванню бренду приділяють недостатню увагу, що призводить до зниження продажів.

Визначення задачі. В конкуренції з провідними транснаціональними компаніями, через невирішеність проблеми формування іміджу їх товарів, вітчизняні виробники можуть стати аутсайдерами ринку. А кінцева мета будь-якого підприємства - це перемога в конкурентній боротьбі та отримання максимально можливого прибутку з цього. Досяжність цієї мети залежить від конкурентоспроможності товарів підприємства. Поряд з такими основними чинниками конкурентоспроможності товару як якість, ціна, сервіс, збут, не останнє місце посідає бренд [1, с. 214].

Методологія. Науковими методами, які були використані при написанні статті слід вважати збір, систематизацію та комплексний аналіз релевантної інформації.

Результати дослідження. Якщо розглядати брендинг з погляду маркетингу, то він являє собою один з типів маркетингових технологій, спрямований на створення бренду й управління ним. Використання брендингу створює конкурентну перевагу компанії перед її конкурентами, оскільки забезпечує її визнання в усьому світі, сприятливі умови для просування нових товарів компанії, які ще до моменту їх отримання споживачем позитивно сприймаються з огляду на авторитет товарів фірми. Щорічно, у липні-серпні, журнал Business Week разом з компанією Interbrand публікують рейтинг найкращих та найдорожчих брендів світу. Найціннішим і найвпізнаванішим у світі є товарний знак виробника прохолодних напоїв Coca-Cola. У 2009 році вартість бренду зросла на 3% і склала 68,7 мільярда доларів.

У першій десятці рейтингу домінують американські компанії. Почесне друге місце дісталось IBM. Coca-Cola і комп'ютерний гігант п'ятий рік поспіль утримують пальму першості. Microsoft, GE та Nokia також увійшли в п'ятірку лідерів. Interbrand оцінює вартість торгових марок публічних компаній на підставі їхніх фінансових показників за власною запатентованою методикою. Обов'язкова умова для

потрапляння у глобальний рейтинг - товари бренду повинні бути представлені щонайменше на трьох континентах, і не менше третини доходів від їхнього продажу мають надходити з-за кордону [5]. Interbrand стала першою консалтинговою фірмою, що зайнялася вивченням економічної вартості бренда. Усіх деталей такої роботи Interbrand ніколи не розкривав, доводячи до громадськості лише основні прийоми: вартість брендів оцінюється по деякій оригінальній моделі. Модель припускає розрахунок чистої поточної вартості прибутків, що бренд може принести в майбутньому. І включає чотири основних елементи: фінансовий прогноз, роль брендинга, сила бренда, розрахунок вартості бренда [5].

Останніми роками водночас зі зростанням ролі маркетингу істотно зросло значення брендингу і в Україні. В країнах з ринковою економікою у понад 80% торгових марок відсутня унікальність та упізнаваність [2, с.15]. В Україні ця ситуація ще більш невтішна. Якщо немає відмінностей, товар легко замінити і споживач не бачить різниці між цими марками, сприймаючи їх як ідентичні, незважаючи на відмінність у назвах, рекламі, виробниках. Іноді ця відмінність може бути закладена не в самому товарі чи його якісних характеристиках, а в тому, як він пропонується на ринку. На сьогодні для успішного продажу буває недостатньо запропонувати товар за привабливою ціною і доброю якістю. Для споживачів в розвинутих країнах якість товару вже не є ключовим фактором при виборі торгової марки, якість - це те, без чого товар просто не виходить на ринок.

Головною конкурентною перевагою для підприємств в Україні є ціна, для когось світовий досвід просування брендів, та їх концепцій. Передумовою успішної маркетингової діяльності підприємства на ринку стає вірно розроблена програма, детальне вивчення ситуації на ринку та повний спектр інформації по характеристиках цільової аудиторії і оцінці якісних властивостей товарів, що дозволяє виявити переваги для позиціонування.

Важливим етапом впровадження товарної марки на ринок є вивчення вподобань споживача. Тобто виявлення відношення споживача до наявного іміджу серед цільової аудиторії. Українські виробники сьогодні майже не займаються аналізом і тестуванням торгових марок, що пояснюють браком коштів. У нас дотепер немає чіткого представлення про те, що на Заході звично називають брендом. У нас прийнято вважати, що товарний знак - поняття юридичне, а бренд - маркетингове: знак перетворюється в бренд тільки тоді, коли використовується разом з іншими нематеріальними активами, що і формують якість товару і його репутацію на ринку [5].

В Україні ринкова вартість найбільш популярних національних брендів відображається в рейтингу УкрБренд за матеріалами MPP Consulting.

У своїй оцінці брендів під час складання рейтингу [MMP Consulting](#) орієнтувався на результати аналізу всіх галузей економіки України та оцінку ризиків, перспектив розвитку сегментів і сфер бізнесу на найближчі п'ять років. Цей рейтинг є індикатором переваг споживачів серед основних національних брендів, а також середньострокові перспективи провідних українських компаній.

За рейтингом УкрБренд-2009 найпотужнішими вітчизняними брендами є: Nemiroff та Хортиця, їх вартість становить 325 та 290 мільйонів доларів відповідно. Третє місце посіла компанія Оболонь, вартість бренду якої становить 280 мільйонів доларів. Закривають п'ятірку лідерів Київстар та Чернігівське, вартість яких становить 200 та 195 мільйонів доларів [6].

Очевидно, необхідним є продукт, розроблений спеціально для потреб масового українського споживача. Для збільшення ефективності дії на споживачів необхідно визначити канали комунікації, яким віддається перевага серед представників цільової аудиторії. І лише за наявності усієї інформації можна переходити до створення бренду, тобто створювати довгострокові переваги товару на основі комплексної дії на споживача фірмового стилю, товарних і рекламних концепцій, які пов'язані загальною ідеєю. Сильний бренд має включати комплекс атрибутів, які необхідно врахувати при створенні бренду. Це основний його зміст, функціональні й емоційні асоціації, візуальний образ бренду, який формується якісною рекламою. Також має бути присутній словесний товарний знак, відмінні особливості бренду, рівень популярності у покупця, ступінь розвиненості бренду [4, с.119].

Сильний бренд допомагає споживачеві прискорити процес вибору товару, а виробникові дозволяє забезпечити збільшення прибутку в результаті розширення асортименту товарів і знань про їх загальні й унікальні якості, врахувати запити споживачів, а також прогнозувати розвиток компанії на ринку.

Висновки. Для формування вітчизняними виробниками власних сильних брендів необхідні великі зусилля і засоби. Саме специфіка купівельної поведінки українців визначає особливості застосування концепції брендингу на вітчизняному ринку. Потрібно пам'ятати, що купуючи бренд, споживач купує не товар, не послугу, не рекламу, не упаковку, а певне благо, яке зможе задовольнити його потребу. Індивідуальна цінність бренду - це не просто один з параметрів, а основна частина його поняття. Адже дуже часто споживач надає перевагу саме відомій марці, не маючи уявлення про якісну базу певного аналогічного товару [3, с. 80-81].

Позиціонування українських брендів повинно бути підкріплене реальними фактами: якщо раніше для бренда було достатньо бути просто переконливим, то сьогодні він повинен бути ще й правдивим.

Список літератури: 1. Должанський І.З., Загорна Т.О. Конкурентоспроможність підприємства: Навчальний посібник. - Київ: Центр навчальної літератури, 2006. - 384 с. 2. Зозульов О.В. Позиціонування брендів: українські проблеми // Маркетинг в Україні. - 2002. - №3. - с.15. 3. Махнуша С.М. Методика оцінювання параметрів конкурентоспроможності торгової марки як елементу її потенціалу // Актуальні проблеми економіки. - 2006. - №1. - с.80-81. 4. Сучасний словник іншомовних слів: Близько 20 тис. слів і словосполучень / Уклали: О.І. Скопненко, Т.В. Цимбалюк. - К.:Довіра, 2006. - 789с. 5. <http://patent.km.ua/ukr/articles/i66>

Подано до редакції 02.02.2011

Д. В. ТИМОФЕЕВ, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ» , Харків

А.П. РИЛЬКОВ, к.е.н., доц., ХНАДУ, Харків

РАНГОВА ОЦІНКА СТРУКТУРИ В ЕКОНОМІЧНОМУ ДОСЛІДЖЕННІ

В роботі розглядаються питання рангового підходу до оцінки динаміки показників структури економічної системи , які дозволяють більш ретельно підходити до якості оцінки трансформаційних процесів економічних систем.

It is considered that the rank approach to evaluate dynamics of the structure of economic systems that allow a more careful approach to the estimation of the transformation processes of economic systems.

Ключові слова: ранговий підхід, показники структури економічної системи, структурізація системи

Вступ. Розвиток економічних процесів сьогодення тісно пов'язаний з їх ускладненням, як системи. Система ефективного функціонування економіки вимагає такого ж ефективного управління нею. Але ж для цього управління необхідні інформаційні потоки, які з розвитком економічної системи стають, також – все більш складними та інтенсивними. В цих умовах перед керівниками та вченими стає завдання розвитку структури економічної системи та інформації як на мікро- так на макрорівні.

Структура, як конструкція або внутрішній устрій економічної системи, є її якісно обособленим атрибутом, вивчення якого може бути завданням окремого наукового дослідження. Рангову оцінку ми розглядаємо як складову більш загальної оцінки структури в рамках цього завдання.

Доцільність такого підходу до вивчення структури пояснюється тим, що вона є динамічною, а не інваріантною характеристикою економічної системи. Крім того, як об'єкт пізнання, структура не повинна розглядатись сама по собі, без зв'язку з іншими атрибутами системи. Її дослідження – це пошук формули відповідності феномена структури реаліям буття, відповідності суб'єктивного змісту нашої свідомості щодо об'єктивної дійсності.

Постановка задачі. Враховуючи те, що структура, як і любий інший об'єкт дослідження, може пізнаватися нами тільки від нас самих, а не із себе, процес її дослідження в своїй суті представляє собою пошук якоїсь часткової істини в її відносних варіантах: особистих, індивідуальних, тощо. Кількість таких варіантів залежить від кількості сприймаючих відносно істину суб'єктів. А кожен із варіантів - це лише якесь наближення до трансцендентної для нас абсолютної істини.

До якихось меж розрив поміж абсолютною і відносною істинами щодо структури тим менше, чим дрібніше вона як об'єкт пізнання^{1]} чим краще вона охоплена нашим пізнанням. Проте за означеними межами розрив знову може зростати. Характерним в

цьому відношенні є, наприклад, розрив поміж абсолютною істиною щодо структури якоїсь елементарної частини і нашою відносною істиною щодо неї.

Кількісні зміни в системі за певних умов можуть виходити за межі своєї міри і призводити до якісних змін в ній, в тому числі і до змін в структурі. З іншого боку вплив структури на економічну систему не слід недооцінювати.

В економічних дослідженнях структура завжди розглядалася як один із найдійовіших факторів, що формують відповідні економіки. А в період фінансових криз саме застаріла структура економік розглядається як основна причина негараздів цих економік.

Методологія. Методологія вивчення структури, на нашу думку, повинна передбачати: поглиблено-уважливий опис структури, виявлення притаманних їй позачасових властивостей; відмову від пріоритетності ізольованого розгляду фактів її прояву; рух від первісного розгляду фактів до створення теоретичної моделі структури.

В даному разі мова йде про наукові факти, тобто про події, явища та інші фрагменти реальності, з яких складається об'єкт пізнання і які є відображенням об'єктивного в свідомості дослідника.

Таким чином, в усіх випадках вивчення структури має передбачати її кількісну і якісну оцінки з урахуванням пізнавальних меж, притаманних кожній конкретно-науковій методології. Вищенаведене дозволяє також зробити висновок, що проблема оцінки структури та зрушень в ній виходить за рамки локальних рішень.

До того ж вона продовжує доповнюватись новими концепціями і моделями з фізики, філософії, лінгвістики, семіотики, тощо, яким ще треба знайти можливості використання в економіці. Яскравим прикладом цьому може слугувати так звана Стандартна Модель Елементарних Частин (СМЕЧ), що була створена фізиками у другій половині минулого століття і корінним чином змінила уяву вчених про структуру матерії і фундаментальні взаємодії її частин на ядерному та інших рівнях.

На нашу думку, саме стандартний характер цієї моделі дозволяє припустити можливість опосередкованого використання її як в теоретичному моделюванні структури економічних систем, так і в експериментальних спробах підтвердити справедливості цих припущень. Перш за все, тут маються на увазі мова опису моделі та використані терміни і поняття.

Зокрема йдеться про виділення серед елементарних частин таких, які умовно можуть розглядатися як будівельні цеглини Всесвіту, і таких, які виконують роль переносників фундаментальних взаємодій поміж цими «цеглинами».

Важливо й те, що СМЕЧ дає змогу спеціальними математичними процедурами у віртуальному форматі досліджувати аналогічні реальним перетворенням процеси можливого переходу частин однієї природи в іншу і відповідні зміни межі розбіжностей між ними.

Відповідно до цього, на нашу думку, кожен з факторів математичної моделі якогось процесу, наприклад товарообігу, може розглядатись як такий, що: по-перше,

потребує провідника для передачі впливу на інші фактори; по-друге - сам може виступати в ролі провідника; по-третє - може обходитися без провідників свого впливу.

Відповідно, у першому випадку основний фактор оцінюється у парі з фактором-провідником, у другому - фактор-провідник оцінюється у парі з основним фактором, у третьому - вплив фактора оцінюється ізольовано від дії інших факторів. Варіанти взаємодії факторів безумовно не вичерпуються розглянутими вище. Їх може бути значно більше за кількістю і вони можуть бути набагато складнішими за своїми зв'язками. Зокрема тому, що при ідентифікації факторів мають враховуватись можливості їх подальшої деталізації або укрупнення.

Стосовно фактору структури товарообігу зазначені вище положення особливо актуальні, бо він завжди є складним. Ми вважаємо, що складовими частинами цього фактору можуть розглядатись:

- іманентна структура, внутрішньо притаманна системі та належна їй за природою;
- інтенсивність прояву структури в ціновому середовищі та структуро-місткість останнього;
- трансформативність структури в ціни, цінова міра структуровіддачі.

Питання кількісного і якісного визначення фактору структури товарообігу в статистиці вирішено і це рішення передбачає можливість використання відносних величин, таких як показники часток, питомих ваг, координації, індексів, тощо.

Стосовно загального індексу структури пропонується розраховувати його як середньоарифметичний індекс питомої ваги фізичного обсягу продукції за формулою:

$$I_{cmp} = \sum i_{ne} \cdot d_0 \quad (1)$$

де: i_{ne} - частинний індекс питомої ваги фізичного обсягу продукції окремої товарної групи в загальному фізичному обсягу продукції;

d_0 - базова частка вартості окремої товарної групи в загальній вартості товарообігу.

$$i_{ne} = \frac{ПВ_{1j}}{ПВ_{0j}}, \quad (2)$$

де: $ПВ_{1j}$ - питома вага фізичного обсягу продукції j- товарної групи в загальному фізичному обсягу продукції в звітному періоді;

$ПВ_{0j}$ - питома вага фізичного обсягу продукції j-товарної групи в загальному фізичному обсягу продукції в базовому періоді.

У відповідності до властивостей СМЕЧ та згідно із тезою деталізації комплексного за своєю природою фактора структури, ми вважаємо доцільним розкладати загальний індекс структури товарообігу на три взаємозв'язані субпоказники, а саме:

- індекс іманентної структури;
- структуромісткість базового цінового середовища;
- структуровіддача в звітному ціновому вимірі.

В форматі СМЕЧ індекс іманентної структури можна розглядати як загальноформулюючий структурний фактор, а інші два - як такі, що забезпечують його взаємодію з іншими факторами, включеними в модель товарообігу.

Щодо визначення іменантної структури як складової частини загальної структури системи в цілому, і відповідного їй індексу, на нашу думку, більш продуктивним є використання експертних оцінок, зокрема рангових, у порівнянні із традиційними відносними показниками структури.

Справа в тому, що використання останніх не дозволяє отримати якісний узагальнюючий показник іманентної структури, що виражався би одним числом. До того ж процес структуризації, як поділ цілого на взаємозв'язані частини, за обраними критеріями, прив'язан до однієї або кількох властивостей системи, вибір яких значною мірою є суб'єктивним, так як залежить від дослідника. Рангові оцінки таку суб'єктивність не усувають, проте є, на наш погляд, зручнішими в використанні.

Розрахунок індексу іманентної структури I_{cmp}^{im} пропонується виконувати за формулою:

$$I_{cmp}^{im} = \frac{\bar{r}_1}{\bar{r}_0} \quad (3)$$

де: $\bar{r}_1$ - середньоарифметичне значення рангів, присвоєних j - групам елементів звітної сукупності, що ототожнюється з кількісною характеристикою іманентної структури в звітному періоді;

$\bar{r}_0$ - середньоарифметичне значення рангів, присвоєних j - групам елементів звітної сукупності, що ототожнюється з кількісною характеристикою іманентної структури в базовому періоді.

Об'єднання елементів сукупності в групи відбувається згідно із значеннями її властивостей, обраних в якості критеріїв. Ранжування груп елементів може відбуватися як в порядку зростання значень критеріїв групування, так і в порядку їх зниження. Але при цьому повинна забезпечуватись змістово-суттєва відповідність динамік показників середнього рангу - як фактору і товарообігу - як функції.

Сконструйований таким чином показник середнього рангу, як стандартизована характеристика іманентної структури, на нашу думку, відповідатиме вимогам свого простого визначення і відображення таких властивостей структури як чутливість до зміни сили і напряму структурних зрушень, тощо.

Значення розрахованого за такою методикою індексу іманентної структури є достатньо незалежним від того, розглядатиметься чи ні в подальшому структура у зв'язці з такими факторами як ціни, заробітна плата, працемісткість продукції, її матеріаломісткість, прибутковість, тощо.

Структуромісткість базового цінового середовища (C_m), яку можна також інтерпретувати як стандартизований коефіцієнт інтенсивності прояву базової іманентної структури в цьому середовищі, пропонується визначати як відношення базового показника іманентної структури $\bar{r}_0$ до середньої базової ціни ($\bar{p}_0$), тобто

$$C_M = \frac{\bar{r}_0}{\bar{p}_0} \quad (4)$$

де $\bar{p}_0 = \sum \Pi B_{0j} \cdot P_{0j}$

P_{0j} - ціна одиниці товару j - групи в базовому періоді.

Структуровіддачу в звітному ціновому вимірі (C_B), як стандартизований коефіцієнт трансформації звітної іманентної структури в нові ціни, пропонується визначати як відношення сформованої під впливом змін в іманентній структурі нової середньої ціни базового набору товарів ($\bar{p}'_0$) до звітного показника іманентної структури ($\bar{r}_1$), тобто:

$$C_B = \frac{\bar{p}'_0}{\bar{r}_1} \quad (5)$$

Остаточний перехід базових цін p_0 до звітних цін p_1 відбувається під впливом факторів, не маючих відношення до структурних зрушень.

Таким чином, в якості стандартної пропонується наступна модель загального індексу структури товарообігу:

$$I_{cmp} = C_M \times I_{cmp}^{im} \times C_B \quad (6)$$

В цій моделі показник C_M може розглядатись як провідник взаємодії іманентної структури із ціновим середовищем до настання структурних зрушень, а показник C_B - як провідник взаємодії іманентної структури із ціновим середовищем після того, як структурні зрушення відбулися.

Результати дослідження. Наведена модель може вмонтовуватись в більші за розміром і складністю моделі економічних процесів, в яких фактор структури розглядається як впливовий. До того ж рангова оцінка структури не заперечує інші методики, а може використовуватись як поряд з ним, так і в доповненні до них, там де вони не спрацювають.

Зрозуміло, що недоліком рангового підходу є наявність в ньому елементу суб'єктивності. Суб'єктивізм експертів при визначенні рангових оцінок дійсно може впливати на останні, але тільки в тому разі, якщо такі оцінки не спираються на об'єктивні факти, протирічять їм.

В даному випадку ранги пропонується встановлювати виходячи із реальних структурних характеристик елементів сукупності та логічності їх співвідношення, що дає також можливість знівелювати похибку посередньої оцінки структури, замінивши її прямою оцінкою.

Список літератури: 1. Ален Р. Экономические индексы / пер. с англ. - М: Статистика, 1980-256с. 2. Єрохін С.А. Структурна трансформація національної економіки (Теоретично-методологічний аспект) / Наукова монографія /-К., Видавництво «Світ знань», 2002-528 с. Пелетминский С.В., Н.Ф. Шульга «Открытие суперсимметрии». Г. «Голос Украины», №161, 27 августа 2008 г. 3. Экономическая статистика: Учебник / Под. Ред. Ю. Н. Иванова.-М.: ИНФРА-М, 1998-480 с.

Подано до редакції 08.02.2011

В.М. КОБЕЛЄВ к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків

К.С. ШЛЯХОВА, студент гр. ЕК-28Б, НТУ «ХПІ», Харків

МОБІЛЬНИЙ МАРКЕТИНГ – НОВИЙ ІНСТРУМЕНТАРІЙ МАРКЕТОЛОГА

Мобільна реклама набуває дедалі більшої популярності. Розглянуто можливості мобільного маркетингу на прикладах їх використання зарубіжними і українськими виробниками товарів та послуг. На основі цих досліджень висунуто прогнози відносно перспектив його розвитку.

Mobile advertising has become more and more popular. In clause are study opportunity of use of mobile marketing. They are explore by examples of foreign and Ukrainian manufacturers. On the basis of this explore set as predictions about the prospects for its development

Ключові слова: мобільний маркетинг, маркетинг, комунікації, діалог зі споживачем, мобільні пересилання.

Вступ

Ще пару років тому поняття «мобільний маркетинг» кожен трактував, як хотів. І лише небагато фахівців могли не тільки дати визначення, а й реально оцінити перспективи нового напрямку. Сьогодні мобільний маркетинг представлений у переліку послуг більшості маркетингових агентств і з кожним днем відвойовує позиції у стандартного набору BTL-послуг (Below The Line).

Ця проблема зараз знаходиться на етапі свого розвитку. Мобільним маркетингом та його можливостями цікавляться майже всі підприємства, що надають послуги різного характеру та звичайні підприємства роздрібного продажу продуктів різного характеру, як наприклад магазини мережі PLATO. Вони розсилають багатьом абонентам різних операторів SMS-повідомлення (Short Message Service) у змісті якого вони зазначають знижки, та акції у мережах своїх магазинів.

Серед економістів, які вивчали мобільний маркетинг та його можливості, слід виділити: Марциновського В., Виноградова А. А., Борисевич А. [1, 2, 4]. Ці дослідники були не єдиними дослідниками мобільного маркетингу, навіть серед студентів є ті, хто розглядав цю проблему, так наприклад Островерх А.А. [6].

Більшість фахівців вважає, що мобільний маркетинг - це ще один канал комунікації, який поєднує у собі цілий ряд маркетингових інструментів. Безумовно, мобільний маркетинг - в першу чергу інформаційна технологія, але така, яка змінює традиційні підходи щодо використання маркетингових інструментів.

Постановка задачі

Чи є мобільний маркетинг черговою технологічною новинкою чи це принципово новий інструмент сучасного маркетолога? Проведемо теоретичний аналіз можливостей мобільного маркетингу та його здатність полегшити роботу маркетолога на прикладах іноземних та українських компаній. Виявимо найбільш популярні та ефективні канали мобільного маркетингу, відношення серед

користувачів щодо мобільного маркетингу та готовність компаній його використовувати. Виявимо, чому мобільний маркетинг є двостороннім каналом комунікації з кінцевим користувачем товарів та послуг. Дамо прогноз відносно майбутнього, яке чекає на мобільний маркетинг, для цього розглянемо всі переваги та недоліки мобільного маркетингу, що дозволить виділити перспективи його розвитку.

Методологія

Методологічною основою виконаного дослідження є діалектичний метод, що дозволяє розглядати явища і процеси в динаміці. Теоретичною основою є сучасні концепції розвитку маркетингу, наукові праці вітчизняних і зарубіжних вчених з інноваційного розвитку маркетингу. Для дослідження існуючих підходів, обґрунтування авторських позицій використовувалися такі методи дослідження: системний підхід, проблемно-цільовий аналіз, абстрактно-логічний аналіз і синтез.

Результати досліджень

Мобільний маркетинг почався з використання коротких текстових повідомлень SMS (Short Message Service) [3]. Цей інструмент продовжує залишатися популярним і понині. Класичний приклад використання - кампанія, проведена агентством Ping Mobile для американської мережі магазинів одягу Up Against The Wall. Спочатку споживачеві пропонувалося відіслати SMS на короткий номер і отримати знижку, після чого підписатися на отримання інформації від магазину. Відгук був досить гарним: 63%, з них лише 1% згодом відмовився від розсилання [2].

Як правило, ініціатором контакту виступає сам клієнт, оскільки він отримує вигоду у вигляді знижки. У вітчизняній практиці клієнтові банку, магазину або ресторану часто пропонують стати власником дисконтної (як варіант - бонусної) картки, попередньо підписавши договір, що припускає інформування про нові товари та послуги за допомогою SMS.

Ще один варіант використання цього інструменту в рекламних цілях - укладання договору з абонентом на отримання рекламних повідомлень в обмін на бонуси. Для багатьох віртуальних операторів, наприклад, британського Blyk, ця схема є маркетинговою тактикою. В Росії її взяла на озброєння МТС – користувач отримує близько \$ 0,01 за кожне вхідне рекламне повідомлення.

«Даний проект цікавий рекламодавцям, тому що дозволяє використовувати новий канал комунікацій з високим ступенем адресності і відгуку», - стверджує директор департаменту по розвитку продуктів і послуг МТС Павло Ройтберг [2].

Інший приклад використання - акція для покупців продукції Pampers (Procter&Gamble), проведена українським агентством LEAD9 Interactive Marketing восени 2007 - взимку 2008. Для участі в ній потрібно було придбати упаковку серветок Pampers і відправити SMS з унікальним кодом на короткий номер. Щотижня 10 щасливчиків, що відправили код, ставали власниками розвиваючих іграшок Fisher Price. Всього в акції взяли участь більше 50 тис. чоловік, а рівень відповідної реакції склав майже 20%.

SMS зараз є одним із самих популярних каналів реєстрації в рекламних акціях. Під час останнього опитування 34% респондентів назвали саме його найбільш зручним каналом для реклами, - відзначає директор LEAD9 Interactive Marketing Назар Гріник [4].

Якщо розглянути мобільний маркетинг з точки зору загальноприйнятої концепції «4Р» Філіпа Котлера, ось що ми отримаємо:

1) Product - мобільні технології наділяють продукт новими властивостями, наприклад, супутня можливість доступу до преміум-контенту чи різноманітних онлайн-сервісів;

2) Price - мобільний маркетинг ідеально підходить для використання в програмах лояльності та побудови системи знижок і т.ін.;

3) Place - за допомогою, наприклад, SMS легко можна оповіщати користувачів про найближчі точки продажів, а використовуючи технологію Location-based service (LBS), «заманювати» до магазину покупців, які опинилися поруч;

4) Promotion - на просування товару або послуги спрямований цілий арсенал мобільних маркетингових комунікацій [1, 3].

Поряд з перерахованими вище чотирма «Р» не можна скидати з рахунків і нещодавно позначену п'яту «Р» - People. За темпами «мобілізації» Україна може позаздрити тільки Китаю і Росії.

До переваг мобільного маркетингу можна виднести те, що він надає можливість дізнатися все про уподобання клієнтів, їхні звички. Через мобільні сервіси потенційні клієнти будуть поінформовані про діяльність компанії, а постійні покупці отримують звістки про нові акції і продукти, знижки та розпродажі. При високій ефективності цей вид маркетингу приваблює ще й своєю дешевизною. Примітним є те, що мобільний маркетинг не має якихось галузевих обмежень. Яким би бізнесом ви не займалися, скрізь знайдеться місце такого типу просування.

Серед недоліків можна виділити: недоступність аудиторії віком від 35 років до акцій компаній, хоча це не завжди так, тому, що клієнт сам дає згоду на прийняття участі у будь-якій акції. Іншим недоліком є обмеженість мобільних сітей, адже в деяких регіонах нашої країни стільникові телефони не приймають, і тому абонент не може отримати оповіщення від фірми, що завдає деякі незручності. Також достатньо важливим недоліком є те, що не всі клієнти вміють користуватися стільниковим телефоном, тому іноді досить важлива інформація є недоступною для кінцевого споживача.

Нинішній український абонент добре розуміє, що мобільний телефон - це не тільки засіб голосового зв'язку. За даними досліджень ROMIR Monitoring, більше 15% українців активно використовують телефон для доступу в Інтернет, кожен десятий отримує повідомлення з прогнозами погоди, понад 10% постійно входять в мережу Internet через WAP, користуються сервісами через короткі номери, грають в ігри і закачують самі різноманітні додатки. Користувачі стільникового зв'язку з кожним днем стають все більш освіченими і технічно підкованими. І всі вони -

нинішні і майбутні учасники акцій мобільного маркетингу.

Перші «мобільні» акції в Україні з'явилися на початку 2003 р. Проте навіть через три роки інформованість про зміст мобільного маркетингу, як серед агентств, так і серед кінцевих споживачів, дуже низька. За даними агентства J'son&Partners, у більш ніж 50% опитаних маркетингових компаній лише з чуток знають про такий канал комунікації зі споживачем. Близько 30% виявляють інтерес до мобільного маркетингу. Половина з решти 20% респондентів мають уявлення про мобільний маркетинг і досвід реалізації подібних проектів - як правило, це великі мережеві агентства.

Серед кінцевих користувачів до цих пір існує думка, що мобільний маркетинг - це спам або не санкціоновані користувачем розсилання. Однак спам має таке ж відношення до проектів мобільного маркетингу, як інтернет-спам до особистої кореспонденції. Крім того, агентства та їхні клієнти не завжди до кінця розуміють, що саме може привнести мобільний маркетинг в загальну стратегію просування товару. Багато хто до цих пір сприймають цей канал комунікації зі споживачем виключно як засіб для отримання додаткового доходу або компенсації витрат на рекламну кампанію. Між тим, мобільний телефон сьогодні - це прямий ефективний двосторонній канал комунікації з кінцевим користувачем товарів і послуг. Тут мають місце:

- 1) інтерактивність - отримання миттєвого зворотного зв'язку від споживачів;
- 2) персоналізація - можливість врахувати унікальні особливості споживача;
- 3) мультимедійність - використання не тільки тексту і звуку, але й графіки, анімації та відео;
- 4) режим 24x7 - мобільний телефон завжди з абонентом, 24 години на добу, 7 днів на тиждень. Крім того, телефон дозволяє адресувати акції важкодоступним аудиторіям.

Не варто випускати з уваги і той факт, що чим більше інформаційних каналів здатний сприйняти споживач, тим більше можливостей є у маркетолога. Тому сьогодні західні, а частково і українські компанії, поступово відходять від таких вузьких визначень, як ATL (Above The Line) і BTL (Below The Line). Все більшої популярності набуває концепція TTL (Through The Line) - крос-медійна комунікація, яка відбувається відразу у всіх середовищах, що використовує максимум комунікативних можливостей - від Інтернету та WAP до повного арсеналу мобільних технологій [5].

Важливу роль у тому, чи прийме кінцевий користувач участь у промо-акції або проігнорує її, грає вартість участі. На зорі мобільного маркетингу багато компаній, як контент-провайдери, так і носії бренду, бажали заробити на SMS-маркетингу за рахунок абонентів. Але сьогоднішні абоненти вже не будуть брати участь в акціях з високою вартістю SMS. Більше того, у них може сформуватися негативне ставлення до просуваного бренду. Тому необхідно ретельно продумувати акцію, аналізувати

цільову аудиторію, вивчати її поведінку і ретельно планувати комунікацію.

Незабаром поряд з розвитком сфер застосування SMS-технології, слід очікувати поступове зростання популярності використання MMS (Multimedia Message Service – служба мультимедійних повідомлень в стільниковому зв'язку) у якості інструменту маркетингових комунікацій.

Наступним по порядку буде впровадження в маси мобільного обміну мультимедійними даними, включаючи відеоінформацію, мобільне телебачення. Крім того, більшою популярністю стане користуватися доступ в Інтернет з мобільних телефонів, що дасть можливість застосувати в новому середовищі традиційні для мережі Internet інструменти, такі як банери, контекстна реклама та інші.

Багатьом країнам знадобилося близько п'яти років, щоб пройти цей шлях. Технічно, в Україні це може з'явитися вже сьогодні-завтра. На даний момент проблема не в технологіях, а в недостатній поширеності зазначених інструментів серед користувачів мобільного зв'язку (в порівнянні з послугами SMS). Поки в Україні більшість телефонів може ефективно брати участь лише в кампаніях, заснованих на текстових повідомленнях. Однак це питання часу. Згідно з оцінками Gartner, до 2011 року кожен четвертий телефон у світі буде смартфоном. Отже, вже сьогодні необхідно розробляти рішення з урахуванням даного факту, що зажадає більш серйозного підходу до підбору контенту і інтерактивних елементів маркетингу.

Таким чином, у найближчі кілька років мобільний маркетинг очікує новий якісний ривок у зростанні за рахунок розширення інструментарію, придатного для використання в рамках маркетингових акцій. Однак, яким би не був використовуваний інструмент, ставитися до нього потрібно «без фанатизму», не повторюючи помилок, вже здійснених іншими, уважно зважаючи кожен крок, думаючи про те, як це співвідноситься із загальною стратегією позиціонування бренду. Це вірно для будь-якого маркетингового важеля, але особливо такий підхід небезпечний щодо нового інструменту, тому що може його дискредитувати як в очах власників, топ-менеджерів, так і в очах кінцевих споживачів.

Висновки

Вивчивши основи мобільного маркетингу можна зробити наступні висновки:

1. В найближчі кілька років мобільний маркетинг очікує новий якісний ривок у зростанні за рахунок розширення інструментарію, придатного для використання в рамках маркетингових акцій.

2. Слід очікувати поступове зростання популярності використання інших мультимедійних функцій телефону маркетингологами.

3. Сьогодні абоненти не будуть брати участь в акціях з високою вартістю SMS. Тому необхідно ретельно продумувати акцію, аналізувати цільову аудиторію, вивчати її поведінку і ретельно планувати комунікацію.

4. Все більшої популярності набуває концепція TTL (Through The Line) - крос-медійна комунікація, яка відбувається відразу у всіх середовищах, що використовує

максимум комунікативних можливостей - від Інтернету та WAP до повного арсеналу мобільних технологій.

5. Поки в Україні більшість телефонів може ефективно брати участь лише в кампаніях, заснованих на текстових повідомленнях. Але вивчивши світові тенденції, вже сьогодні необхідно розробляти рішення, які потребують більш серйозного підходу до підбору контенту і інтерактивних елементів маркетингу.

До мобільного маркетингу треба ставитися дуже серйозно – він є одним з ефективніших за сукупністю параметрів інструментом для організації діалогу зі споживачем.

Список літератури: 1. *Марциновский В.* «Мобильный маркетинг начался с SMS» http://www.prostobiz.ua/biznes/upravlenie_biznesom/stati/mobilnyy_marketing_nachalsya_s_sms/; 2. *Виноградов А. А.* «Мобильный маркетинг "без фанатизма"» <http://trn.work.ua/articles/822/>; 3. Матеріали сайту <http://ru.wikipedia.org/>; 4. *Борисевич А.* «Мобильный маркетинг – новый инструмент маркетолога» <http://mobilemarketing.by/articles.php?id=134>; 5. Матеріали сайту <http://www.connect.ru>; 6. *Островерх А.А.* «Перспективы мобильной рекламы в Украине», Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут», Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». - 2009.-№5.-188 с.

Подано до редакції 08.02.2011

УДК 659.1

Т.Е. СТЕБАКОВА, магістрант, НТУ «ХПІ»

ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ В ПРОМЫШЛЕННОМ СЕКТОРЕ

У статті розглянуто роль реклами у реалізації стратегії промислового підприємства. Виявлено види і функції реклами у промисловому секторі, та особливості створення рекламних компаній.

The article reviews the role of advertising in implementing the strategy of industrial enterprise. The kinds and functions of advertising in the industrial sector, and especially the creation of advertising campaigns.

Ключевые слова: реклама, рекламная деятельность, бренд, промышленный сектор, промышленный маркетинг.

Введение

Реклама – это вид деятельности либо произведенная в ее результате продукция, целью которых является реализация сбытовых или других задач промышленных, сервисных предприятий и общественных организаций путем распространения оплаченной ими информации, сформированной таким образом, чтобы оказывать усиленное воздействие на массовое или индивидуальное сознание, вызывая заданную реакцию выбранной потребительской аудитории.

Разработка методологических и методических основ рекламной деятельности отечественных промышленных предприятий приобретает сегодня значительный вес

вследствие активизации их маркетинга в условиях становления современной экономики. В первую очередь это касается проблем формирования рекламной стратегии предприятия как одного из определяющих факторов эффективности не только рекламной, но и маркетинговой и производственно-хозяйственной деятельности предприятий в целом. Ведь, несмотря на значительное увеличение рекламных расходов в Украине в течение последнего десятилетия, эффективность рекламы и маркетинга промышленных предприятий остается невысокой, а следовательно требует дальнейшего изучения и совершенствования. [2]

Постановка задачи

Целью данной статьи является анализ особенностей рекламной деятельности в промышленном секторе, в результате внедрения брендинговых технологий на отечественных промышленных предприятиях.

Методология

Исходя из теоретических положений экономики и актуальности рыночной информации для промышленных предприятий, методологическую базу проведенного комплексного анализа составили основные положения маркетинга в промышленности. [1,2,7] Анализ рынка рекламы на промышленных предприятиях, анализ самого промышленного сектора и внедрение брендинговых технологий на отечественных предприятиях. [3,4,5,6]

Результаты исследования

В последнее время произошло существенное усложнение рекламно-информационной деятельности предприятий. Остро встала проблема создания таких рекламных программ, которые позволили бы достичь существенной экономии и максимального эффекта в процессе. Коммуникативное воздействие приобрел многоканальный комплексный характер и рекламно-информационная деятельность, осуществляемая за пределами СМИ и наружной рекламы, потеснила традиционную рекламу в СМИ.

Следует отметить, что даже деятельность западных компаний в сфере рекламы, находится сейчас на высоком профессиональном уровне, тем не менее, они продолжает активно развиваться и искать новые способы продвижения как своих товаров, так и имени предприятия. А, следовательно, и украинские предприятия в современных условиях должны уделять достаточно внимания рекламной деятельности предприятия, ее развитию и совершенствованию. Ведь она является неотъемлемой составляющей успешной маркетинговой политики предприятия.

В работах ведущих маркетологов подтверждается, что современный этап развития рынка производственно-технической продукции Украины предусматривает необходимость небольшого количества более-менее стабильных потребителей и тесного контакта между ними и конкретным производителем. При разработке коммуникативной программы предприятия-производителя следует учитывать и особенности покупательной способности потребителей и субъектов каналов распределения, принимающих решения при приобретении тех или иных товаров

промышленного назначения. Это требует как особых подходов к формированию программы маркетинговых коммуникаций продукции производственно-технического назначения вообще, так и в частности рекламной деятельности.

Наиболее удачным, является следующее определение рекламы. Реклама – это сконцентрированная форма представления идей, товаров, услуг, компаний с целью воздействия на потребителя для продвижения их на рынок сбыта с помощью средств информации. [5]

Рекламная стратегия – комплекс мероприятий для достижения рекламных целей в системе маркетинга предприятия. Основными составляющими рекламной стратегии считаются:

- определение целевой аудитории;
- выявление предмета рекламы, разработка концепции товара;
- формирование каналов рекламных коммуникаций;
- разработка рекламного обращения.

Особенности рекламной стратегии на каждом предприятии отличаются в результате действия различных факторов его внутренней и внешней среды.

Основная масса рекламной продукции и мероприятий рассчитаны на такой субъект рынка, как домохозяйства. В то же время, объектом рекламы могут быть промышленные и другие предприятия, а кроме того, и государство. Необходимо отметить, что на сегодняшний день количество рекламы, нацеленной на субъекты промышленного рынка постоянно растет, но у нее есть ряд особенностей.

На каждом рынке есть покупатели, которые ничего не знают о существующих производителях, их товарах, месте продажи и т.п. Эти покупатели нуждаются в информации. Чувствуя потребность в промышленном товаре или услуге, потенциальные покупатели начинают поиск такой информации. Таким образом, реклама представляет для них определенную ценность, так как передает вышеперечисленную информацию. Получив рекламную единицу, покупатель получает сообщение о продавце и его товаре, это уменьшает неопределенность для покупателя и помогает ему принять верное решение при покупке.

Общепринято деление рекламы на три вида – информативная, конкурентная и напоминающая. [6] Виды рекламы на промышленном рынке отличаются тем, что в каждом виде ее функции соотносятся в разных пропорциях.

Следует отметить, что на покупателя промышленной продукции влияет сумма разнообразных знаний и ощущений, которые формируют в его сознании образ бренда. Ни один из путей поступления информации о товаре нельзя игнорировать, поскольку малейший диссонанс в восприятии разрушает впечатление и о товаре, и о его предприятии-производителе.

Менеджеры ищут в рекламе предприятия-изготовителя подтверждения его надежности: высокое качество изделия, бесперебойность поставок, финансовую стабильность предприятия, престижность поставщиков и заказчиков, стремление к постоянному обновлению ассортимента. Работникам отделов закупки оборудования,

материально-технического снабжения, внешней комплектации нужны общие представления о продукции, условия ее поставок, гарантии. Технические специалисты нуждаются в информации о технико-экономических параметрах конкретного изделия. Более подробную информацию они пытаются почерпнуть на самом предприятии, в пояснительной документации, чертежам и т.п. Инженеры хотят иметь подробные и детальные сведения об условиях эксплуатации оборудования. Согласно этому производители производственно-технической продукции с помощью специалистов по рекламе должны определять, когда рекламировать новую технику, прекращать рекламу существующей, как координировать усилия по продвижению на рынок.

Можно отметить следующие особенности, присущие рекламе производственно-технической продукции:

- реклама выполняет функции предоставления вспомогательной информации (реклама товаров широкого потребления предоставляет основу);
- главный принцип ее подготовки – сосредоточение внимания на рациональном аспекте приобретения: способности снизить себестоимость, повысить продуктивность деятельности, принести дополнительную прибыль потребителю т.п.;
- на рекламу (как, кстати, и другие средства продвижения продукции) выделяются значительно более низкие проценты для объемов продаж по сравнению со средствами, которые выделяются на рекламу товаров широкого потребления;
- больше финансируются рекламные кампании во время этапа разработки, введения на рынок и начальной стадии роста. [5]
- скорость, с которой до потребителя удастся донести сообщение, – это ключевой фактор в современной рекламе промышленных изделий (вследствие бурного техногенного развития).

Будущее брендинга – в правильной разработке маркетинговых стратегий (а следовательно и рекламных). [3]

В современных условиях разработка рекламной кампании предприятия обязательно должна основываться на анализе текущего состояния рынка рекламных услуг. То есть предприятия должны учитывать следующие основные тенденции рекламы, такие как: большой кластер рекламы в традиционных каналах коммуникации; высокие темпы роста цен на размещение рекламы в СМИ, снижение эффективности рекламных объявлений; изменение медиа-пространства – это рост интерактивных каналов коммуникации (в первую очередь Интернет) и ведения диалога с потенциальным потребителем; необходимость введения эконометрического и математического моделирования для анализа эффективности проводимой кампании.

Использование нестандартных форматов и носителей рекламных объявлений обусловлено современными мировыми тенденциями и, прежде всего, изменением медиа предпочтений потребителей. Следовательно, использование инноваций в

продвиженні бренду приводить до досягнення неоспоримих конкурентних переваг в своїй категорії і сприяє подальшому прогресу бренду. [4]

Висновок

Таким чином, в сучасних умовах господарювання, промисловими підприємствами (наряду з підприємствами-виробниками продукції широкого вжитку) слід приділяти особливу увагу розвитку і вдосконаленню рекламної стратегії, як частини маркетингової стратегії підприємства. Аналізуючи види і функції реклами в відношенні промислового сектору виділені особливості, які потрібно мати на увазі при побудові рекламних кампаній, імен підприємств і їх продукції, а також останні загальні світові тенденції реклами.

Список літератури: 1. Боровик С. Event-marketing: нові можливості для бренду, - Маркетинг і реклама, № 5-6. Харків: «Студцентр», 2004. - С.38-41. 2. Голда Н. Особливості формування рекламної стратегії. - Галицький економічний вісник, № 4 (15). Тернопіль: Інститут наукових і освітніх технологій, 2007. - С.75-79. 3. Жаркін Е. Як створити бренд, дає реальні результати, - Рекламні технології № 8 (77). М.: Гелла-Принт, 2006. - С.8-12. 4. Секерин В., Горлеwsка Л. Інновації в просуванні бренду. - Маркетинг, № 2 (99). М.: ЛІГА-ПРИНТ, 2008. - С.86-92. 5. Телетов А.С. Маркетинг продукції виробничо-технічного призначення - М.: Изд-во Сумського державного університету, 2002. - 231с. 6. Федько Н.Г., Федя В.П. Маркетингові комунікації. - Ростов-на-Дону: Фенікс, 2002. 7. Панкратов Ф. Г., Баженов Ю. К., Серегина Т. К., Шахурін В. Г. Рекламна діяльність. М.: Маркетинг, 2001. - 364 с.

Подано до редакції 09.02.2011

УДК: 334.784

В.М. КОБЕЛЄВ к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків

А.В. МЕГЛІЙ студент, НТУ «ХПІ», Харків

ЕКОНОМІЧНА ОЦІНКА БРЕНДУ В КОНТЕКСТІ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ БІЗНЕСУ КОМПАНІЇ

Дана стаття присвячена аналізу основних методів оцінки вартості бренду. Визначено наскільки точними, об'єктивними і корисними в контексті управління вартістю компанії є найбільш відомі методи оцінки вартості бренду.

This article analyzes the main methods of brand valuation. Determine how correct, objective and useful in the context of value management companies are the most well-known methodology for assessing the value of the brand.

Ключові слова: бренд, методика оцінки бренду, витратний метод, прибутковий підхід і ринковий підхід, дисконтованих майбутніх прибутків, метод звільнення від роялті

Вступ. Будь-який бізнес, будь-яке підприємство може бути об'єктом купівлі або продажу. Тому бізнес і підприємство вважають товарами, але товарами особливими, для оцінки яких використовуються особливі методи, підходи й моделі оцінки. Оцінка вартості матеріальних активів компанії, як правило не викликає складностей, і для цього

використовують відомі підходи й методи їх оцінки. Визначення вартості нематеріальних активів припускає оцінку: товарного знаку; гудвілу або ділової репутації; патенту; бренду; ноу-хау; за міжнародними стандартами фінансової звітності; авторського права.

Розглянемо докладніше економічну оцінку бренду. Бренд представляє важливий елемент нематеріальних активів сучасної компанії, ефективне управління яким сприяє підвищенню рівня конкурентоспроможності. Оцінка вартості бренду дає компанії незаперечні переваги на ринку. По-перше, компанія може легше залучити необхідні їй грошові ресурси, по-друге, з'являється можливість формування оптимальної структури капіталу компанії. На підприємстві вартість бренду може використовуватися управліннями для прийняття маркетингових рішень, та аналізу результатів діяльності компанії. Знаючи вартість бренду, керівник може об'єктивно оцінювати результати діяльності департаменту маркетингу, спрямовані на формування та поліпшення позитивного сприйняття бренду споживачем [1].

Для різних товарних ринків зарубіжних країн процес брендингу став звичним. Відомі фахівці Девід А. Аакер, Пітер Дойль, Скотт М. Девіс, Дон Е. Шульц, Хайді Ф. Шульц та ін. займаються дослідженнями, пов'язаними з розробкою методик фінансової та маркетингової оцінки бренду. Такі методики призначені для того, щоб самі компанії змогли зробити оцінку свого бренду, зрозуміти, яку ринкову позицію займають їхні товари, яким чином необхідно просувати бренд, які маркетингові зусилля слід зробити, щоб підвищити лояльність споживачів і громадськості до бренду компанії або товару [2].

Щорічно два найбільших друкованих видання BusinessWeek і The Financial Times спільно з міжнародною консалтинговою групою Interbrand і дослідницькою компанією Millward Brown Optimor незалежно складають рейтинг брендів [3].

Серйозну увагу оцінці вартості бренду стали приділяти не так давно. З тих пір було розроблено багато концепцій, проте, світове значення в практиці оцінки придбали лише деякі: метод ринкової оцінки, метод «звільнення від роялті» та ін. Найвідомішою стала методика компанії Interbrand, яка щорічно публікує рейтинг найдорожчих брендів світу. В Україні практика оцінки вартості брендів тільки починає набирати досвід. Тут лідером є компанія "РЕНТА ГРУП" в якій проводиться оцінка бренду на підставі та у відповідності з процедурами, визначеними чинним законодавством України, на підставі договору з замовником [1].

Постановка задачі. Поки жодна з концепцій оцінки не стала універсальною. Бренд є нематеріальним активом, тому досить важко ідентифікувати і оцінити ту частину вартості, яку він створює. Усі без винятку методики піддаються серйозній обґрунтованій критиці, тому процес їх удосконалення відбувається безперервно. Тому питання достовірності та об'єктивності методик вкрай актуальні.

Незважаючи на популярність теми оцінки вартості бренду, серйозні теоретичні дослідження питання становлять велику рідкість і цінність. Власники і розробники методик тримають основні рішення в секреті, представляючи для обговорення лише загальні положення і результати. Відсутність прозорості пов'язане з реалізацією

авторських прав компаній-розробників: ринок оцінки нематеріальних активів розвивається дуже динамічно, тому лідерам необхідно вести агресивну політику, щоб у жорсткій конкурентній боротьбі зберегти свої позиції.

Мета роботи полягає в тому, щоб визначити наскільки точними, об'єктивними і корисними в контексті оцінки вартості компанії є найбільш відомі методики оцінки вартості бренду.

Методологія. Методологічна основа дослідження полягає в застосуванні методу діалектики як загальнонаукового методу пізнання, а також ряду частконаукових методів: аналогії, індукції, описі, прогнозуванні, системному аналізі та в їх різному поєднанні. Так, на основі проведення аналогії зроблено порівняння основних підходів визначення оцінки бренду..

Результати досліджень. Незважаючи на складність поставленого завдання, численні методи в основному ідейно зводяться до трьох підходів: витратного, прибуткового і ринкового.

Оцінка бренду витратним підходом має на меті визначення вартості бренду як сукупність витрат на його реєстрацію, створення і підтримку. Враховуються витрати на дослідження і розробку, художнє рішення і упаковку, юридичну реєстрацію і захист, вкладення в рекламу, просування і зв'язки з громадськістю. Перевага методу - можливість його прямого використання компанією, що володіє брендом, тому що власні витрати, зазвичай їй добре відомі. Але, як правило, результат такої оцінки не відповідає дійсній ринковій вартості. Незважаючи на неточність методу, його не можна повністю ігнорувати. На практиці такий підхід використовується для визначення нижньої межі вартості бренду. Якщо розрахована іншим методом оцінка вартості бренду виявиться менше, ніж оцінка за витратним методом, то це свідчить про те, що кошти були використані неефективно [1].

Оцінка бренду ринковим підходом має на меті визначення вартості бренду на підставі інформації про угоди з подібними, порівнянними брендами. За вартість компанії приймають вартість всіх її акцій. Нерідко виявляється, що ця вартість вища, ніж вартість її матеріальних активів. Таким чином, різниця між ринковою та бухгалтерською вартістю матеріальних активів компанії дає оцінку вартості її нематеріальних активів, до яких зокрема відноситься й бренд. Цілком логічно, що цей підхід набув широкого поширення, адже зі звіту компанії дуже легко впізнати її ринкову вартість і бухгалтерську вартість її матеріальних активів [1]. Однак у ринкового підходу є свої обмеження і недоліки. По-перше, виникає питання: як визначити вартість компанії, якщо вона не котирується на ринку? По-друге, навіть якщо вдасться визначити вартість всіх нематеріальних активів, то для оцінки вартості бренду, доведеться відняти з них вартість інших нематеріальних активів, оцінка вартості яких сама по собі є окремою серйозною задачею.

Згідно прибутковому підходу, щоб отримати оцінку вартості бренду, необхідно скласти всі доходи від бренду і відняти з них кошти, витрачені на створення і підтримку бренду. З ідеологічної точки зору цей підхід є найбільш достовірним, однак він

пов'язаний з труднощами прогнозування додаткових прибутків, які принесе бренд в майбутньому. Наприклад, літр криничної води ви навряд чи зможете продати дорожче 1 грн. якщо ж на пляшку наклеїти етикетку відомого бренду, то її вдасться продати вже набагато дорожче. Виходить, бренд додає товару вартість [1].

В рамках прибуткового підходу при оцінці бренду традиційно виділяються наступні основні методи: дисконтованих майбутніх прибутків, звільнення від роялті та переваги в прибутках.

Грунтуючись на методі дисконтованих майбутніх прибутків, оцінювач приводить прогнозовані доходи, що генеруються брендом, за відповідною ставкою дисконту до чистої поточної вартості.

Оцінка бренду включає в себе три елементи. По-перше - аналіз ринку з метою визначити умови, в яких функціонує компанія - власник бренду, і рівень конкурентної боротьби. По-друге - фінансовий аналіз для ідентифікації доходів, створюваних тим брендом, який використовує бізнес. Необхідно встановити надходження і виявити частку доходів, яку забезпечує безпосередньо бренд. З цією метою компанією Brand Finance розроблено метод Brand Value Added. По-третє, необхідно визначити не тільки потенціал бренду, необхідний для створення прибутку, але і можливість отримання прибутку і ризик можливих збитків, тобто, повинен бути здійснений точний розрахунок розміру ставки дисконту [4].

Компанією Brand Finance розроблена особлива методика розрахунку ставки дисконту через так звану brendbetaTM.

Для дисконтування потоку доходів використовується ставка дисконту, розрахована за формулою:

$$R = R_f + \text{brendbeta} \times (R_m - R_f) \quad (1)$$

R_f - безризикова ставка;

R_m - середньоринкова ставка прибутковості.

Перша частина формули - це безризикова ставка. Вона коригується з урахуванням коефіцієнта, обчисленого за допомогою методу brendbetaTM і визначеного для кожного бренду індивідуально [4].

Друга частина формули - це розрахунок премії за ризик. При розрахунку brendbeta оцінювач спочатку визначає рейтинг бренду за спеціальною таблицею експертним шляхом (у балах):

Кожен знак отримує рейтинг в інтервалі від 0 до 100 балів. Сам процес ранжирування бренду можна порівняти зі звичайними кредитними рейтингами, відповідно до яких банки визначають кредитоспроможність клієнта і ставку, під яку йому будуть позичаючи кошти [4].

Відповідно, середній товарний знак, тобто отримав рейтинг в 50 балів, отримає і середню складову ставку дисконту для даного сектора ринку на даному національному ринку, тоді як бренд, одержав 100 балів, теоретично є безризиковим і повинен дисконтуватися за безризиковою ставкою. Однак у реальності існування такого бренду практично неможливо [4].

Оцінка 0 означає найвищу ставку дисконту з подвоєнням тієї надбавки, що була зроблена до безризикової ставки запозичення.

Чим сильніше бренд, тим вище його індекс значимості. $brendbeta$ визначається за наступною формулою: $2 - 0,02 \times \text{бал індексу значимості товарного знака}$ [4].

Таким чином, до безризикової ставки дисконтування додається премія за ризик, розрахована шляхом множення премії за ризик на коефіцієнт $brendbeta^{TM}$, відповідний оцінці (рейтингом) бренду.

Метод звільнення від роялті (Royalty Relief Method) є комбінацією порівняльного та дохідного методів. Основою методу є припущення про те, що якби компанія використовувала бренд за договором ліцензії або франчайзингу, то вона повинна була б виплачувати власнику ліцензії певний відсоток - роялті. Оскільки оцінюваний бренд є власністю компанії, то роялті капіталізує сама компанія. Сума дисконтованих потенційних роялті є оцінкою вартості бренду [4]. Цей метод має низку недоліків. По-перше, практичне застосування цього методу ускладнюється тим, що в галузевій статистиці (як у нас, так і на Заході) досить складно знайти таку ставку роялті, яка найбільш повно містила б у собі всі параметри оцінюваного бренду. Найчастіше величина ставки містить у собі плату за використання патентів, ліцензій або спільне здійснення видатків. Іноді ставки залежать від поточних умов ринку. Більшість компаній, що застосовують метод звільнення від роялті мають доступ до таких даних, або використовують свою власну накопичену базу даних. Саме тому цей метод досить розповсюджений серед оцінювачів [5]. По-друге, розрахунок вартості бренду за допомогою даного методу мало корисний для цілей управління брендом і його вартістю. Отримана величина вартості не відображає в собі унікальну цінність конкретного бренду, а лише копіює достоїнства і недоліки бренду-аналога. У більшості випадків метод використовують тоді, коли ставку роялті виявляється визначити простіше, ніж вартість оцінюваного активу. [5]

Метод переваги у прибутках (Premium Profit) заснований на тому, що брендований товар продається дорожче аналогічного немаркованого. Схема розрахунку вартості бренду даним методом така: різниця в ціні множиться на прогнозовані обсяги продажів брендovanого товару (у натуральному вираженні) за час життєвого циклу товару. Це і буде вартість бренду. У рідкісному випадку, коли брендований і небрендований товари продаються за однією ціною, вартість бренду визначається на основі різниці в обсязі продажів цих товарів у грошовому вираженні [4].

Головний недолік цього методу - складність знаходження небрендovanого аналога, а також вплив на цінову різницю варіації цін у різних регіонах, сезонних коливань або інших факторів.

Висновки. За результатами проведеного дослідження видно, що кожен з існуючих методів оцінки бренду має свої переваги і недоліки. При цьому вибір методу також залежить від цілей, заради яких проводиться оцінка. У деяких випадках оцінка бренду є необхідною, наприклад, при продажі компанії, при використанні торгової марки, а також при публічному розміщенні акцій. В інших випадках, компанія хоче розробити

або переглянути стратегію розвитку бренду, або провести ребрендинг. У цьому випадку оцінка бренду стає частиною стратегії розвитку і метод оцінки має бути частиною методології створення вартості бізнесу.

Список літератури: 1. Матеріали сайту компанії Рента Груп http://arenta-group.com/ocenka_brendov.html 2. Скоробогатых И.И., Чиняева Д.А.- Сравнительный анализ существующих методик оценки стоимости торговой марки. Журнал «Маркетинг в России и за рубежом» №4/2003. 3. Матеріали сайту РБК.Рейтинг <http://rating.rbc.ru/article.shtml?2007/08/28/31610685>. 4. Матеріали сайту «Интернет Донбасс» <http://region.dn.ua/> 5. Магістерська дисертація на тему «Оцінка вартості бренду» (Шевчукова А.Л., Московський Державний Університет ім. М. В. Ломоносова, Економічний факультет, 2004 рік).

Подано до редакції 11.02.2011

УДК. 658.152:656.2.001.73

І.В. ПАЛАМАРЧУК, к.е.н. УкрДАЗТ, Харків
У.Л. СТОРОЖИЛОВА, к.е.н. УкрДАЗТ, Харків

ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПОТРЕБНОСТИ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ УКРАИНЫ

Для нормальной работы и развития транспортной инфраструктуры необходимо привлечение инвесторов, что в свою очередь позволит обновить изношенные и морально устаревшие основные фонды. Данные обновления позволят транспорту стать привлекательным для Европейских стран.

For normal operation and development of transport infrastructure it's necessary to attract investors, which in turn will update the worn-out and moral obsolete capital assets. These updates allow transport to be attractive for European countries.

Ключевые слова: инвестиции, железнодорожный транспорт, основные фонды.

Вступление. Роль железнодорожного транспорта в системе транспортных коммуникаций Украины усиливается и тем, что через территорию государства пролегают основные транспортные трансевропейские коридоры: Восток-Запад, Балтика-Черное море. В частности, трансевропейская железнодорожная магистраль Е-30, берущая начало в Берлине, пересекает Украину по маршруту Мостиска - Львов - Киев и идет дальше до Москвы. Она же на территории Польши пересекается со скоростными магистралями Е-59 и Е-65 и создает возможность скоростного железнодорожного сообщения почти между всеми государствами Европы.

С вхождением Украины в европейское экономическое пространство, с увеличением в связи с этим объемов грузовых и пассажирских перевозок, значение железнодорожного транспорта возрастает.

Постановка задачи. По экспертным оценкам, достижение Украиной основных социально-экономических показателей развитых европейских государств до 2020 г. возможно при условии обеспечения среднегодовых темпов роста ВВП Украины в

размере 6-8%. В 2008-2009 годах эти темпы, соответственно, составили 5,9% и 9,1%. Что, безусловно, сказалось и на потребностях в перевозках [2].

Экономический рост страны обеспечивается в том случае, если капиталовложения составляют 20-30% от ВВП, что считается индикатором экономической безопасности. В Украине, начиная с 2000 г., достигнут значительного прироста капиталовложений 14,4% - 17,2%, увеличился объем внешних инвестиций. Тем не менее, суммарные капиталовложения из внутренних и внешних источников не превышали 13,24% от ВВП, то есть дефицит инвестиционных ресурсов в Украине составляет как минимум 6,76 % от ВВП [6, 8]. В соответствии с концепцией развития транспортно-дорожного комплекса Украины на период до 2020 г. определены основы инвестиционной политики, которая способная обеспечить реализацию задач, возникающих перед отраслью в условиях оживления производства и восстановления реального сектора экономики, роста спроса на транспортные услуги и активизации процессов интеграции в европейскую и мировую транспортные системы.

Методология. Железнодорожный транспорт является наиболее развитым в Украине, по общей длине путей он занимает четвертое место в мире (после США, России и Канады). По грузообороту он выполняет основные объемы перевозок – 40-50% (даже в год наибольшего спада - 1997 г. - свыше 40%), а по пассажирообороту является неоспоримым лидером — на него приходится 50-70% общего объема перевозок. При большой разветвленности путевой сети, большая половина которой - путевая сеть предприятий и организаций, значительный процент составляют электрифицированные участки (около 40%), двух- и многопутевые участки (почти треть общей длины).

Наряду с этим, железнодорожный транспорт имеет высокую долю изношенности основных фондов (по некоторым их главным видам – 80 - 90%), преобладающая часть путей смонтирована на деревянных шпалах, из которых 15-17% непригодны для дальнейшего использования. Значительную часть инфраструктурных объектов железной дороги необходимо признать устаревшими и не отвечающими современным требованиям по выполнению своих основных функций. Прежде всего это касается железнодорожных вокзалов, станций, гостиниц, средств связи и управления движением поездов. Техничко-экономические и эксплуатационные характеристики железной дороги снижаются также из-за того, что ширина колеи отличается от западноевропейской, что особенно отрицательно отражается на заграничных и транзитных перевозках. Это требует содержания на западных границах страны 14 специально оборудованных станций, 11 станций, где осуществляется перегрузка импортных грузов, и 8 пунктов перестановки вагонов на тележки западноевропейской колеи.

Структура и производственные мощности связанных с данной отраслью предприятий, перешедших под юрисдикцию Украины после распада СССР, которые должны поддерживать эффективное функционирование железной дороги, не обеспечивают ее пропорционального и гармоничного развития в перспективе

необходима их реконструкция и переоснащение, частичное перепрофилирование, постепенное свертывание избыточных и строительство новых мощностей.

Результаты исследования. Анализ показал, что для экономического возрождения необходимо в ряде случаев проводить жесткую дезинвестиционную политику, а именно - сокращение количества занятых работников и уменьшение физических объемов устаревших основных фондов. В частности, сокращенно 106 тыс чел., закрыто 159 железнодорожных станций и выведено из эксплуатации 178 электровозов и 739 магистральных тепловозов. В то же время проведены мероприятия по модернизации тепловозостроительных и ремонтных заводов, которые разрешат создать новые рабочие места и внедрять в производство новые технологии. Необходимый объем инвестиций для нормализации работы железнодорожного транспорта составляет 1547 млн долл. США, в том числе на реконструкцию туннеля на участке Бескид-Скотарське 30 млн долл.; на модернизацию парка пассажирских вагонов - 272 млн долл.; на закупку новых пассажирских вагонов - 945 млн долл.; на обновление парка электровозов современными магистральными грузопассажирскими электровозами переменного тока - 104 млн долл.; на обновление парка дизель- и электропоездов - 45 млн долл.; на создание компании - оператора по перевозке рудно-металлургических грузов в Донецко-приднпровском регионе - 21,8 млн долл.; на создание автоматизированной системы учета и контроля грузовой работы в товарных конторах станций на железных дорогах Украины - 15 млн долл.

На объектах железнодорожного транспорта с 2005 г. освоено капитальных вложений за счет собственных средств 252,3 млн грн., что в 3,7 раза больше, чем в 2008 году (из них на объектах производственного назначения - 156,9 млн грн.). Введены в действие основные фонды на сумму 96,6 млн грн., в том числе на объектах производственного назначения - 93,8 млн. Приобретен и обновлен подвижный состав на сумму 77,2 млн грн., или 53,1% от общей суммы освоенных капитальных вложений производственного назначения.

Необходимо указать, что период 2004-2008 гг. характеризовался оживлением деловой активности, увеличением объема ВВП и объемов грузовых перевозок в Украине. Стабилизация экономической ситуации положительно повлияла на объем инвестиций в транспортно-дорожный комплекс Украины. Улучшение инвестиционной политики определено как один из приоритетов деятельности Министерства транспорта Украины на 2009 г., в особенности в сфере обновления подвижного состава и основных фондов (сработанность которых составляет от 50,5 до 79%), реконструкции автомобильных дорог, обновление флота, аэропортов.

В транспортную отрасль Украины было запланировано привлечь инвестиции в сумме свыше 1,1 млрд долл., что более чем на 40 млн долл. превышает суммарный объем инвестиций за два предшествующих года. Основные инвестиции должны были быть направлены на возрождения национального морского перевозчика, за счет средства транспортных подотраслей, без привлечения средств госбюджета.

На период до 2010 г. минимальные объемы инвестирования в развитие транспортной отрасли оцениваются в 19,3 млрд долл., в частности на подвижный состав - 7,74 млрд долл., на транспортную инфраструктуру - 11,56 млрд долл. Доля железнодорожного транспорта оценивается в 6,3 млрд долл., морского - 2,2 млрд, речного - 0,2 млрд, воздушного - 3,6 млрд, автотранспорта - 7 млрд долл.(рис.1)

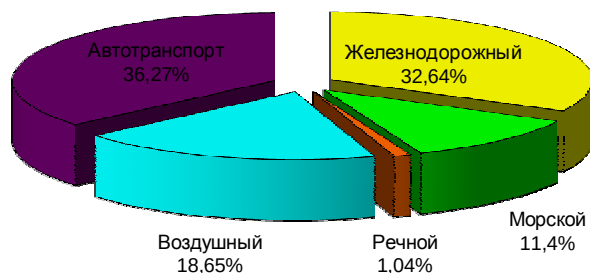


Рис 1 - Структура инвестиций до 2010 года по отраслям

Введены в действие основные фонды на сумму 0,4 млрд. грн., средства были направлены на приобретение оснащения и подвижного состава, на строительство авто-терминалов в пунктах пропуска через государственную границу Украины в Ужгороде, Керчи и в Новых Яриловичах (Черниговская обл.).

Транснациональный капитал, присутствующий в украинской экономике, выполняет функцию своеобразного социального амортизатора. Проблема состоит в том, что в Украине отсутствующая обдуманная правительственная политика относительно привлечения инвестиций. Транснациональные компании довольно часто не выполняют взятые на себя в период приватизации инвестиционные обязательства, а также решение относительно проектов системной модернизации предприятий, расположенных на территории Украины [1].

Новое руководство Минтранса видит решение накопившихся проблем в увеличении тарифов на перевозки и развитии лизинга. При министерстве уже создан совет инвесторов, на рассмотрение которого представлен проект создания отраслевой финансово-лизинговой компании по обслуживанию авиационной и железнодорожной отраслей.

Но внедрение лизинговых схем требует немалого времени, которого у УЗ нет, ведь при таком высоком износе используемой техники аварии на железных дорогах возможны в любой момент. И это прекрасно понимают зарубежные партнеры, по мере возможности старающиеся обойти Украину.

Еще один вариант увеличения объемов вложений в железнодорожную инфраструктуру в министерстве связывают с существенным повышением тарифов. Так, например, по оценкам Министерства, для приведения пассажирских перевозок до уровня безубыточности, тарифы на них необходимо повысить в 2,6 раза, на пригородные перевозки - в 6,1 раза. Кроме этого, у железной дороги имеется механизм для повышения стоимости проезда - это система коэффициентов, которые предоставляются для "фирменных" поездов. Например, в августе текущего года в

поездах "Харьков - Кривой Рог" и "Харьков - Симферополь" ("Южный экспресс") билеты подорожали на 40%. В идеале, предоставление таких коэффициентов должно быть напрямую связано с улучшением обслуживания. На самом деле так происходит далеко не всегда, и некоторые дорогие "фирменные" поезда почти ничем не отличаются от обычных.

Чтобы сохранить конкурентоспособность, Украина уже сейчас должна начать реформирование своей транспортной инфраструктуры. Используя опыт соседних стран и привлекая к сотрудничеству частный капитал, наше государство может провести реформы максимально быстро. Это позволит привлечь инвестиции, необходимые для модернизации железных дорог и реализовать транзитный потенциал Украины.

Реформирование важно и для системы пассажирских перевозок. Пассажиры с пониманием отнесутся к повышению тарифов на проезд, если такое повышение будет обоснованным и приведет к улучшению качества обслуживания.

Вывод. Привлекательность инвестирования в инфраструктуру, наиболее заметная в сфере международных транспортных перевозок, есть целиком закономерной, в связи с заинтересованностью международных корпораций в транзите грузов через территорию Украины. Такая заинтересованность поясняется также возможностью вывоза из территории Украины дешевого сырья и полуфабрикатов.

Недостаточное внимание к развитию региональной транспортной инфраструктуры может привести к системному коллапсу экономики Украины.

Необходимо принять радикальные меры относительно реализации концепции развития транспортно-дорожного комплекса Украины [2].

Список літератури: 1. Баранник В. Что делать, когда исчерпаем ресурсы? // Инвестиции: практика и опыт. — 2002. — № 6. — С. 5-7. 2. Концепция развития транспортно-дорожного комплекса Украины на серед-ньостроковий период и до 2020 года // Транспорт. — 2001. — № 29. — С. 27-32. 3. Лукаций В. Кризис жанра // Инвестиции: практика и опыт. — 2002. — № 3. — С. 22-23. 4. Минус шесть миллиардов гривен каждый год // Голос Украины № 184, 8 октября 2002 г. С. 1,4. 5. Транспорт и связь Украины: Стат. зб. — К.: Госкомстат Украины, 2002. — 195с. 6. Сухоруков А. Проблемы повышения инвестиционной активности регионов // Экономика Украины. — 2002. — № 8. — С.26. 7. Юрченко А. Наши порта способны на большее // Инвестиции: практика и опыт. — 2002. — № 14. — С. 15-18. 8. Украина в цифрах в 2001 году: Ко-рот. стат. довод. / За ред. О.Г.Осауленка. — К. Техника, 2002. — 262 с.

Подано до редакції 11.02.2011

О.М. СИНІКОВА, асистент УкрДАЗТ, Харків

РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ПРАЦІ ТА МОТИВАЦІЇ ПЕРСОНАЛУ ДО ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

У статті запропонований механізм оцінки ефективності праці спеціалістів при впровадженні інновацій на підприємствах залізничного транспорту

The article proposed mechanism of evaluation work specialists in introducing innovations on railway transport enterprises

Ключові слова: персонал, ефективність праці, інноваційна діяльність, інноваційна активність, кадрові рішення

Вступ. Результати інноваційного процесу багато в чому залежать від того, якою мірою працівники підприємства зацікавлені у швидкому та ефективному впровадженні результатів інновацій у виробництво. Супроводжуючі будь-який інноваційний проект ситуації невизначеності і ризику вимагають уміння спеціалістів працювати в умовах перехідних процесів на підприємствах залізничного транспорту. Працівники в основному бояться інновацій, оскільки вони ведуть до інтенсифікації праці, необхідності перенавчання, можуть понизити їх статус в організації т. і. У цьому випадку важливе значення набуває мотивація працівників до високопродуктивної праці.

Постановка задачі. Для підвищення ступеня впевненості конкретного працівника підприємства у тому, що його інноваційні пропозиції справді спричинять за собою певний рівень винагороди, необхідна досить об'єктивна і зрозуміла кожному працівнику методика оцінки ефективності його праці. Враховуючи вищезазначене, метою статті є створення ефективного механізму оцінки ефективності праці працівників і дослідження її впливу безпосередньо на інноваційну діяльність підприємства залізничного транспорту.

Методологія. Методологічною основою дослідження стали положення та висновки з проблем інноваційної діяльності та управління персоналом, викладені у працях вчених, таких як О.Г. Дейнека, В.Л. Дикань, І.В. Плетникова, В.Г. Єсіпов, В.П. Ільчук. У процесі дослідження використано такі наукові методи як деталізація, групування, узагальнення, графічний та метод експертних оцінок.

Результати дослідження. Як правило, ефективність інновацій визначається за економічними індексами роботи залізничних підприємств, які не завжди дають відповідь на питання - за рахунок чого відбулося зростання. Відповідно, є надзвичайно складним визначити ті результати роботи колективів і окремих спеціалістів, за які слід заохочувати й мотивувати надалі, досить складно оцінити і пов'язати результати впровадження інновацій з внеском різних колективів, служб і підрозділів підприємства. Вирішенням даної проблеми є запропонована комплексна оцінка ефективності праці окремих працівників (рис.1).



Рис. 1 - Схема удосконаленої комплексної оцінки ефективності праці окремого працівника

Розглянемо етапи запропонованої методики оцінки ефективності праці окремого співробітника.

1. Формування складу експертної комісії, яка проводить оцінку та визначає ступінь впливу аналізуємого показника на загальний та синтезуючий. У склад комісії пропонується включити 5-7 чол. Найбільш ефективною уявляється комбінована форма оцінки, яка проводиться за участі керівника, колег, незалежних фахівців та самого спеціаліста, що підлягає оцінці.

2. Встановлення стандартів ефективності праці по кожному показнику та критерії її оцінки.

3. Доведення мети, задач та методики оцінки до співробітників.

4. Проведення оцінки. Оцінка проводиться на підставі синтезуючого показника ефективності праці K_{en} , який розраховується за формулою:

$$K_{en} = \sum_{i=1} K_{en_i} * a_i \quad (1)$$

де K_{en_i} - значення загальних показників, що характеризують кваліфікацію робітника $K_{кв}$, ділові та професійні якості робітника $K_{оя}$, креативність та інновації $K_{ки}$ та моральне задоволення від праці $K_{мз}$;

a_i - ступінь впливу вищезазначених показників на результативність праці. Коефіцієнти a_i визначаються експертним методом (a_i = от 0 до 1).

5. Визначення загальних показників проводиться за наступною схемою:

5.1 Розрахунок оцінки рівня кваліфікації робітника $K_{кв}$.

Цей показник дає уявлення про ступінь і вид професійної підготовки працівника, наявність у нього знань, умінь й навичок, необхідних для виконання роботи певної

складності. Показник рівня кваліфікації окремого працівника підприємства $K_{кв}$ розраховується за формулою:

$$K_{кв} = K_{oi} * a_i + K_{ci} * a_i + K_{нк} * a_i \quad (2)$$

де K_{oi} - рівень освіти. Даний коефіцієнт пропонується оцінювати в залежності від ступеню отриманої освіти: якщо працівник має звання кандидата економічних наук, то $K_{oi} = 1$, якщо магістра - $K_{oi} = 0,85$, якщо спеціаліста - $K_{oi} = 0,7$, якщо бакалавра $K_{oi} = 0,5$.

$K_{нкi}$ - підвищення кваліфікації. Якщо працівник пройшов підвищення кваліфікації в аналізованому періоді, то показник дорівнюється 1, якщо ні – дорівнюється 0;

a_i - коефіцієнти значущості, визначаються експертним методом (a_i = от 0 до 1).

K_{ci} - стаж роботи. Пропонується оцінювати не тільки загальний стаж роботи за спеціальністю, а і стаж роботи на конкретній посаді без зміни категорії (підвищення).

5.2 Розрахунок оцінки ділових та особистих якостей робітника $K_{оя}$.

Цей показник характеризує діяльність працівника за критеріями, що відповідають ідеальному уявленню про те, як слід виконувати обов'язки та які ділові та психологічні здібності мають бути проявлені для досягнення максимальної результативності праці. Показник рівня ділових та особистих якостей працівників $K_{оя}$ розраховується за формулою:

$$K_{оя} = \sum_{i=1} \frac{a_i + K_i}{10} = \frac{0,12 * K_{оя1} + 0,16 * K_{оя2} + 0,18 * K_{оя3} + 0,2 * K_{оя4} + 0,14 * K_{оя5} + 0,2 * K_{оя6}}{10} \quad (3)$$

де K_i - аспекти роботи, за якими оцінюються ділові якості працівника, що виражаються в балах від 1 до 10:

$K_{оя1}$ - знання своєї справи;

$K_{оя2}$ - відповідальність за виконання роботи;

$K_{оя3}$ - самостійність прийняття рішень;

$K_{оя4}$ - робота в команді;

$K_{оя5}$ - виконання завдань у встановлені строки;

$K_{оя6}$ - здатність замінити іншого співробітника.

a_i - ступінь значущості аспекту роботи на результативність праці працівника, яка визначається експертним методом (a_i = от 0 до 1).

5.3 Розрахунок оцінки креативності та інновації $K_{ки}$.

Цей показник характеризує співробітника з точки зору його здатності до інноваційної діяльності як з професійної, так і психологічної точки зору.

Показник оцінки креативності та інновації $K_{\kappa i}$ розраховується за формулою:

$$K_{\kappa i} = \sum_{i=1} \frac{a_i * K_i}{10} = \frac{0,25 * K_{\kappa i_1} + 0,16 * K_{\kappa i_2} + 0,18 * K_{\kappa i_3} + 0,25 * K_{\kappa i_4} + 0,16 * K_{\kappa i_5}}{10} \quad (4)$$

де: K_i - коефіцієнт, що характеризує креативність та інновації працівника, що виражається в балах від 1 до 10:

$K_{\kappa i_1}$ - позитивна реакція на зміни;

$K_{\kappa i_2}$ - збереження ефективності праці в нестабільних обставинах;

$K_{\kappa i_3}$ - готовність корегувати власну точку зору при появленні нової інформації;

$K_{\kappa i_4}$ - готовність експериментувати та піти на розрахунковий ризик;

$K_{\kappa i_5}$ - пропонування множини ідей у відповідь на проблеми або можливості при їх появленні;

a_i - ступінь значущості аспекту на аналізуємий показник, яка визначається експертним методом (a_i = от 0 до 1).

5.4 Розрахунок оцінки морального задоволення від праці $K_{мз}$.

Цей показник характеризує організаційну культуру з точки зору окремого працівника та дає відповідь, на скільки йому морально комфортно працювати в організації та колективі. Вплив емоційної атмосфери колективу на особистість може бути двояке: може пригнічувати творчу ініціативу і активність людини, або навпаки, стимулювати до розвитку. Цей показник розраховується на основі відповідей працівника, що оцінюється та дає змогу керівництву виявити конфліктні моменти, що існують в організації та потребують уваги та виправлення для створення сприятливих моральних та психологічних умов роботи в колективі. Показник оцінки морального задоволення від праці розраховується за формулою:

$$K_{мз} = \sum_{i=1} \frac{a_i * K_i}{10} = \frac{0,36 * K_{мз_1} + 0,25 * K_{мз_2} + 0,17 * K_{мз_3} + 0,22 * K_{мз_4}}{10} \quad (5)$$

де $K_{мз}$ - показник, що характеризує сукупність факторів морального задоволення від праці, що виражається в балах від 1 до 10;

$K_{мз_1}$ - ступінь самореалізації;

$K_{мз_2}$ - відношення з колективом;

$K_{мз_3}$ - відданість організації;

$K_{мз_4}$ - відношення керівництва до підлеглих;

a_i - ступінь впливу окремого показника на загальний показник, що аналізується, який визначається експертним методом (a_i = от 0 до 1).

6. На основі вищенаведених загальних показників будується зведена таблиця, за допомогою якої визначається ефективність праці окремого співробітника та колективу в цілому за формулою 1.

7. З урахуванням проведених розрахунків складається характеристика на окремого співробітника та персонал організації в цілому.

8. Доведення отриманих результатів до самих працівників. Підкреслюється значення так званого зворотного зв'язку, тобто необхідність доведення отриманих результатів до самих працівників з тим, щоб вони могли зіставити свої успіхи з офіційною оцінкою.

9. На основі складеної характеристики та її обговорення з співробітником приймається управлінське рішення щодо подальшого розвитку або звільнення працівника та визначається можливість його залучення до інноваційної діяльності. Маючи інформацію про ефективність праці підлеглих, керівники підприємства можуть приймати досить об'єктивні кадрові рішення (рис. 2).

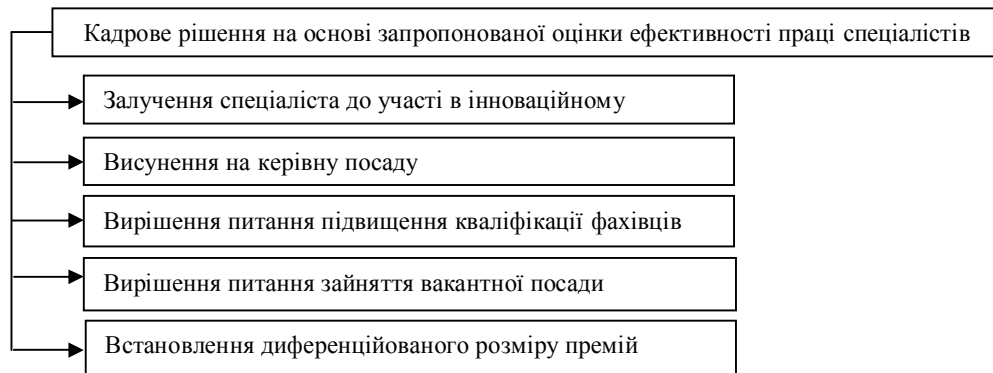


Рис. 2 - Прийняття кадрового рішення на основі запропонованої оцінки ефективності праці спеціалістів

Вибір рішення завжди пов'язаний з певною долею ризику і помилки, оскільки проблемні ситуації у сфері управління персоналу мають велику частку вірогідності. Проте, попередня об'єктивна оцінка співробітника полегшує і спрощує процес ухвалення кадрового рішення, робить його обґрунтованим і своєчасним.

Висновок. Таким чином, удосконалена методика оцінки персоналу, запропонована в рамках визначення організаційно-технічного рівня, може дати відповідь на питання про індивідуальну ефективності праці конкретного працівника категорії «професіонали» та «фахівці» можливість його залучення до інноваційного проекту. Запропонована методика дозволяє не тільки виявляти сильні та слабкі сторони окремих співробітників та їх готовність до нововведень, але й дає змогу керівникам аналізувати соціально-психологічний клімат в колективі та планувати кар'єрний розвиток працівників при здійсненні інноваційної діяльності.

Список літератури: 1. Дейнека О.Г. Інноваційно-інвестиційні підходи до розвитку галузі залізничного транспорту // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2008. - №22. – С.54-55. 2. Дикань В.Л., Зубенко В.О. Забезпечення ефективності інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту: Монографія. – Харків: УкрДАЗТ, 2008. – 194 с. 3. Плетникова І.Л., Міронцева І.В. Удосконалення експертно-бальної методики оцінки кадрового потенціалу підприємства // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2007. – № 19-20. – С. 78-87. 4. Есипов В.Г. Управление персоналом организации в условиях проведения инноваций: дис.... канд. экон. наук. – М., 2005. – 168 с. 5. Ильчук В.П. Управление развитием инновационно-инвестиционных систем на железнодорожном транспорте Украины: теория и практика: автореф. дис.... док. экон. наук: 08.07.04.; Нац. авиац. ун-т. – К., 2005. – 36 с.

Подано до редакції 14.02.2011

Т.О. ПОЖУЄВА, к.е.н., доц., ЗДІА, Запоріжжя

ВИРОБНИЧИЙ РИЗИК ЯК СКЛАДОВА СУЧАСНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА

Виробничий ризик як складова сучасного підприємництва. В статті розглянуто основні причини, види та джерела виникнення виробничого ризику, підходи до встановлення та оцінки виробничого ризику

Production risk of modern enterprise. This article contains information about the main causes, types and sources of occupational hazards, approaches to defining and assessing occupational hazards.

Ключові слова: ризик, управління, рішення, недооцінка, якість, виробнича діяльність.

Постановка проблеми: проблематика виникнення та впливу виробничих ризиків на діяльність підприємства, своєчасне виявлення джерел ризику.

Мета статті: теоретичне обґрунтування виробничого ризику в сучасних умовах господарювання.

Актуальність теми. Розгляд низки завдань щодо управління ризиком економічної діяльності постійно перебуває у центрі уваги вітчизняних науковців. Практика застосування ризик-менеджменту тільки набуває широкого застосування на різноманітних підприємствах України як дієвий інструмент сучасного управління. Важливість обраного напрямку дослідження зумовлено особливими умовами розвитку ризик-менеджменту в Україні який відрізняється від економічно розвинутих країн. [2, ст. 68].

Аналіз досліджень та публікацій. Аналіз ризику як економічне поняття, започаткували Дж. Міль та Н.У. Сенсор, вони розглядали ризик з точки зору відшкодування можливих збитків, пов'язаних з підприємницькою діяльністю. Подальшого розвитку теорія ризиків набула у неокласиків, зокрема у А. Маршала. Але, як і класики, А. Маршал розглядав ризик переважно з позиції визначення змістової його частини, не розкриваючи при цьому належно сутності явища, під якою він розумів підприємницьку заслугу.

Принципово нове трактування ризику запропонував американський економіст Ф. Найт. На його думку, ризик - не просто матеріальні збитки, а наслідок невизначеності прибутку.[2, ст. 69].

Питання ризиків у підприємницькій діяльності розглядаються в наукових працях І.Г. Тюнена, А.П. Альгіна, І.Т. Балабанова, Г.Б. Клейнера, Т.С. Клебанова, В.С. Романова. Визначення ризику та характеристика методів управління знайшли відображення в роботах українських економістів В.В. Вітлінського, СІ. Наконечного, Г.І. Великоіваненка, Н.М. Внукової. [1, с 39].

Вступ. Ризик присутній у будь-якій сфері людської діяльності, що пов'язано з багатьма умовами та факторами, які впливають на позитивне прийняття рішень.

Історичний досвід показує, що ризик недоотримання накреслених результатів особливо став проявлятися при охопленості товарно-грошових відносин, конкуренції учасників господарського процесу. Тому з виникненням і розвитком капіталістичних відносин з'являються різні теорії ризику, а класики економічної теорії приділяють велику увагу дослідженню проблем ризику в підприємницькій діяльності.

Однак досвід розвинутих країн показує, що ігнорування або недооцінка ризику при розробці тактики та стратегії економічної політики, прийнятті конкретних рішень обов'язково стримує розвиток: суспільства, науково-технічного прогресу та прирікає економічну систему на застій. Господарська сфера стає ринковою, вносить у підприємницьку діяльність додаткові елементи невизначеності, розширює зони ризикових ситуацій. У цих умовах виникають неясність та невпевненість у отриманні очікуваного кінцевого результату, а відповідно зростає й ступінь підприємницького ризику.

Значне зростання збитковості підприємств свідчить, що без урахування фактору ризику в підприємницькій діяльності не обійтись, без цього складним є отримання адекватних реальним умовам результатів діяльності. Створити ефективний механізм функціонування підприємства на основі концепції без ризикового господарювання неможливо.

Виклад основного матеріалу. Ризик - це дія (бездіяльність, подія) господарського суб'єкта, яка здійснюється в умовах вибору та в очікуванні на благополучний результат, якщо існує імовірність несприятливого результату та погіршення економічних властивостей об'єкта його підприємницької діяльності. [4, ст. 8]

У сучасних дослідженнях під ризиком розуміють:

- подію, що може відбутися або ні;
- невизначеність щодо настання тієї чи іншої події у майбутньому, причому ризик в економічному контексті може бути як негативним, так і позитивним явищем;
- дію, що чинять у надії на сприятливий результат за принципом «пощастить - не пощастить»;
- характерні особливості сприйняття зацікавленими суб'єктами економічних відносин об'єктивно наявних невизначеності та конфліктності, притаманним процесам цілепокладання, управління, прийняття рішень, оцінювання, що обтяжені можливими загрозами та невикористаними можливостями;
- здатність до ведення господарської діяльності в умовах невизначеності та необхідності вибору, яка створює можливість завдяки особливим рисам підприємця попереджати, запобігати та зменшувати несприятливий вплив невизначеності на результат господарської діяльності та при виборі оптимального рішення з певної кількості альтернативних, отримувати в цих умовах підприємницький дохід;
- невизначеність, що виникає внаслідок несподіваних дій;
- ситуативну характеристику взаємодії суб'єктів і об'єктів ризику у процесі здійснення різних видів і форм підприємництва в умовах невизначеності досягнення бажаного результату через існування різних альтернатив і спричиненої нею відсутності

повної впевненості в реалізації поставленої мети. [2, ст. 70]

Ризик - це загроза втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів, або виявлення додаткових витрат в результаті здійснення конкретних видів виробничої і фінансової діяльності. (5, ст. 294)

Мета підприємництва полягає в отриманні максимальних доходів при мінімальних затратах капіталу в умовах конкурентної боротьби. Реалізація цієї мети потребує відповідності визначених розмірів авансованого в виробничо-торгівельну діяльність капіталу з фінансовими результатами діяльності.

Разом з тим при здійсненні будь-якого виду господарської діяльності об'єктивно існує небезпека втрат, масштаб яких обумовлений специфікою конкретного бізнесу. Ризик - це вірогідність виникнення втрат, збитків, недоотримання планових доходів, прибутку.

Під підприємницьким ризиком розуміється ризик, який виникає у будь-яких видах діяльності, пов'язаний з виробництвом продукції, товарів, послуг, їх реалізацією, товарно-грошовими та фінансовими операціями, комерцією, здійсненням соціально-економічних і науково-технічних проектів.

У видах діяльності, що розглядаються, доводиться мати справу з використанням і обігом матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних (інтелектуальних) ресурсів, адже ризик пов'язаний із загрозою повної або часткової втрати цих ресурсів.

Основні ризики:

- Відсутність попиту на виготовлену продукцію
- Невиконання господарських договорів;
- Посилення конкуренції;
- Виникнення незапланованих втрат та зниження доходів;
- Втрати майна підприємницької організації;
- Форс-мажорні ризики. [6, ст. 169]

Таким чином, категорію ризику можна визначити як небезпеку потенційно можливої, вірогідної втрати ресурсів або недоотримання доходів у порівнянні з варіантом, який розраховано на раціональне використання ресурсів у даному виді підприємницької діяльності.

Слід зазначити що виробничий ризик - це вірогідність збитків або додаткових витрат, пов'язаних зі збоями або зупинкою виробничих процесів, порушенням технології виконання операцій, низькою якістю сировини або роботи персоналу та інше. [6, ст. 153].

Центральне місце в оцінці підприємницького ризику займають аналіз та прогнозування можливих втрат ресурсів при здійсненні підприємницької діяльності.

Щоб оцінити вірогідність тих або інших втрат, обумовлених розвитком подій за непередбаченим варіантом необхідно, насамперед, знати усі види втрат, пов'язаних з підприємництвом, і вміти наперед виключити їх або визначити як вірогідні прогнозні величини.

Виробничий ризик пов'язується з виробництвом продукції, товарів та послуг, і здійсненням будь-яких видів виробничої діяльності, в процесі якої перед підприємцями

постає проблема неадекватного використання сировини, збільшення собівартості, збільшення втрат робочого часу, використання нових методів виробництва.

Першою стадією аналізу ризику зазвичай є ідентифікація критичних вузлів та ділянок, швидка оцінка остаточного строку їх служби з урахуванням проектного строку служби та фактичних робочих умов. З цієї точки зору можна ідентифікувати ризики та дати їм кількісну оцінку, враховуючи затрати у випадку аварії та її наслідки, а також вірогідність подібної аварії. Результати виводяться на дисплей у вигляді схеми та дають чітке уявлення про те, на які питання слід у першу чергу звернути максимальну увагу.

Коли всі результати отримані, приймається рішення про ремонт або зміну вузла, визнаного важливим та таким, що вимагає особливої уваги. Рішення може змінюватись залежно від того, чи можна безпечно провести поточний ремонт, щоб даний вузол зміг працювати ще довгий час до наступного капітального ремонту, чи вузол вже потребує капітального ремонту.

Систематично використовуючи такий підхід до виявлення вузлів та деталей, можна розглянути всі сценарії ремонтів – від аварійного ремонту для усунення неполадок до повномасштабного ремонту – та оцінити їх з точки зору максимальної ефективності для підприємства в цілому. [3, ст. 33]

До основних причин виробничого ризику можна віднести:

1. Зниження запланованих обсягів виробництва та реалізації продукції внаслідок зниження трудомісткості праці, простою обладнання, втрат робочого часу, відсутності необхідної кількості вихідних матеріалів, підвищеного відсотку браку виробничої продукції. Вірогідні втрати в цьому випадку у вартісному вираженні вираховуються за формулою:

$$BB=3OB*Ц,$$

де BB – вірогідні втрати;

3OB – вірогідне сумарне зменшення обсягу випуску продукції;

Ц – ціна реалізації одиниці обсягу продукції.

2. Зниження цін, за якими планувалось реалізувати продукцію або послуги через її недостатню якість, непередбачуваними змінами ринкової кон'юнктури, зниженням попиту, ціновою інфляцією, призводить до вірогідних втрат, які вираховуються за формулою:

$$BB=3Ц*O,$$

де 3Ц – вірогідне зменшення ціни одиниці обсягу продукції;

O – загальний обсяг запланованих до випуску та реалізації продукції.

3. Збільшення обсягу матеріальних витрат у результаті перевитрат матеріалів, сировини, палива, енергії, а також за рахунок збільшення транспортних витрат, торгових націнок, накладних та інших побічних витрат веде до втрат, які визначаються залежністю:

$$\Delta B=\Delta M_1*Ц_1+\Delta E_2*Ц_2+\Delta T_3*Ц_3+....,$$

де ΔM_1 , ΔE_2 , ΔT_3 - вірогідна перевитрата матеріалів, енергії і палива відповідно;

$Ц_1$, $Ц_2$, $Ц_3$ - ціна одиниці матеріального, енергетичного та паливного ресурсу відповідно.

4. Зростання фонду оплати праці за рахунок перевищення запланованої чисельності персоналу або за рахунок підвищення заробітної плати окремим співробітникам.

5. Підвищення податкових платежів та інших відрахувань у результаті їх підвищення і т.д.

6. Сплата штрафів, природні збитки, а також втрати, обумовлені стихійними лихами. Врахувати такі втрати за допомогою якихось розрахунків неможливо.

7. Фізичний та моральний знос обладнання вітчизняних підприємств.

8. Відмова партнера від укладання договору, виникнення дебіторської заборгованості, неплатоспроможність партнера, підписання договору на умовах, які відрізняються від звичайних, низька дисципліна поставок, перебої з паливом та електроенергією.

До основних джерел ризику сьогодні відносять:

- спонтанний характер природних процесів, стихій,
- випадковість дій, подій і поведінки суб'єктів,
- присутність проти річних тенденцій, потоків, інтересів,
- імовірний характер соціально-економічного розвитку ,
- погіршення інформації про об'єкт підприємництва,
- обмеженість ресурсів для подолання випадкових факторів,
- неоднозначність пізнання об'єкта,
- невідповідність суб'єктивних оцінок та економічної поведінки
- недосконалість господарського механізму. [4, ст. 14]

Загальновідомо що, життя та діяльність людини проходять у навколишньому середовищі, яке прямо або опосередковано впливає на її здоров'я в межах поняття навколишнього середовища зазвичай виділяють такі поняття, як середовище проживання та виробниче середовище.

У середовищі проживання діяльність людини не пов'язана зі створенням матеріальних, духовних та суспільних цінностей. Середовище проживання - це житловий будинок, місце відпочинку, лікарня, салон транспортного засобу і тощо.

Виробниче середовище - частина оточуючого людину середовища, створена природно-кліматичними та професійними факторами, які впливають на неї в процесі її трудової діяльності.

Безпека людини в процесі праці залежить, насамперед, від машин, які використовуються, обладнання, приладдя, інструментів і технологічних методів, тобто технологічних факторів. Вплив техніки на безпеку трудової діяльності є багатостороннім та певною мірою суперечливим. Науково-технічний прогрес, удосконалення виробничих процесів та обладнання об'єктивно сприяють покращенню умов праці, підвищенню її безпеки, але в багатьох випадках можуть викликати й неприємні зміни. Саме техніка є головним джерелом небезпечних та шкідливих виробничих факторів, вплив яких на працюючих у певних умовах може призвести до травм або захворювань.

Технологічні процеси, обладнання переважно визначають санітарно-гігієнічні характеристики виробничого середовища (чистота повітря, умови освітлення, рівень шумів, вібрації та інше). Невідповідний стан санітарно-гігієнічних факторів не тільки ускладнює роботу, згубно впливає на здоров'я працівників, але й сприяє виникненню травматизму.

На склад і характер роботи, на кожну конкретну особистість суттєвий вплив мають соціальні процеси, які відбуваються в трудовому колективі. Стосунки, які в ньому складаються, моральний клімат впливають на психічний стан працівників, у більшості випадків формують їх ставлення до дотримання вимог безпеки праці. Безумовно, безпека праці залежить і від самої людини - її професійної підготовки, індивідуальних особливостей механізму, особистих якостей.

Виробничі травми нерідко виникають внаслідок неправильних, помилкових дій працюючих; Причини та обставини, які зумовлюють помилкові дії працівників, можуть мати подвійний характер. Перша група причин зумовлена недоліками в стані техніки та технологій, організації праці й виробництва. Друга група пов'язана безпосередньо з психофізіологічними елементами умов праці (складністю, напругою) і суб'єктивними факторами. Здійснення неправильних дій (порушення правил, інструкцій з безпеки праці, технології виконання робіт) може бути пов'язано з особистими якостями (погляди, звички, відповідальність, зацікавленість). Вони значною мірою визначають поведінку людини в сфері виробництва та в деяких випадках штовхають до порушення добре відомих їй правил безпеки виконання робіт. Безпека праці залежить не тільки від стану кожного елемента системи «людина - техніка - середовище», але й від характеру їх співвідношень. Завдання найбільш доцільного поєднання техніки та людини в виробничому процесі вирішується на основі наукової організації праці. Організаційні фактори всебічно впливають на покращення суб'єктивної безпеки (навчання і професійний відбір працівників, забезпечення засобами захисту та інше), і на підвищення безпеки виробничих процесів, обладнання, тобто об'єктивної безпеки праці.

Висновок. Виробничий ризик виникає в процесі виробничої діяльності (тобто пов'язаний з виробництвом продукції, товарів і послуг, виконанням будь-яких видів виробничої діяльності). Причинами виникнення виробничого ризику є: зниження планового обсягу виробництва, зростання матеріальних, трудових витрат та інше.

Підприємницьке рішення - основа управління, вибір кращого способу дій з кількох можливих. Оскільки ризик визначає співвідношення двох полярних результатів: негативного (повний зрив запланованого) та позитивного (досягнення запланованого), то тільки розумна виробнича та фінансова політика, яка проводиться на основі детального аналізу діяльності підприємства, дозволить, з одного боку, зменшити вірогідність реалізації негативних результатів, а з іншого - звести до мінімуму негативні наслідки цих ситуацій, якщо вони все ж таки настали. Прийняття підприємцем оптимального рішення – запорука успіху діяльності підприємства, адже воно значною мірою знижує ступінь ризику та дозволяє отримати високий остаточний результат.

Наслідки ризику найчастіше проявляються у вигляді фінансових втрат або неможливості отримання очікуваного прибутку, однак ризик - це не тільки негативний результат прийнятих рішень.

Список літератури: 1. Основи механізму управління ризиками підприємницької діяльності// Проблеми науки, №1 - К.: ЦНТЕІ, 2010. 2. Ризик як складова економічних процесів// Фінанси України, №7, липень 2005. 3. Методика аудиту для ревізії технологічних та виробничих аспектів роботи доменних цехів// Руда і метали, №2, лютий 2007. 4. Кондрашихін А.Б., Пена Т.В. Теорія та практика підприємницького ризику. Навчальний посібник. - К.: Центр навчальної літератури, 2009. - 224с. 5. Економіка підприємства: Навчальний посібник. / Під заг. ред. д.е.н., - проф. Л.Г. Мельника. - 2 вид., випр. - Суми: ІТД «Універсальна книга», 2003. - 638с. 6. Тепман Л.Н. Ризики в економіці: Навчальний посібник для вузів / Під ред. проф. В.А. Швандара. - М: ЮНІТІ-ДАНА, 2002. - 380с.

Подано до редакції 14.02.2011

УДК 331.108.47:377.44

І.Г. ІСАЄВА, магістрант, НТУ «ХП», Харків

М.В. ЛІТВИНЕНКО, к.т.н., доц., НТУ «ХП», Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОБЛЕМИ СУЧАСНИХ ФОРМ І СИСТЕМ ПІДВИЩЕННЯ КВАЛІФІКАЦІЇ РОБІТНИЧИХ КАДРІВ

Проведено аналіз проблемних ситуацій, що стосуються підвищення кваліфікації, зроблено висновок про загальну ефективність тренінгів персоналу. Показана необхідність розробки програми роз'яснень з питань мотивації підвищення кваліфікації. Отримані у роботі результати мають практичне значення в конкурентній боротьбі підприємства.

The analysis of problem situations involving training, concluded that the overall effectiveness of staff training. Proved the need for clarification of the program on the motivation of excellence. Our results have practical significance in the competitive enterprise.

Ключові слова: підвищення кваліфікації, «ефект гнучкості», тренінг персоналу, мотивація.

Вступ. Питання підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації робочих кадрів в умовах ринкових відносин набувають особливої актуальності. Важливе значення вирішення цієї проблеми має на рівні підприємства, становище якого в умовах ринковою економіки корінним чином змінилося. Підприємство, стаючи об'єктом товарно-грошових відносин, що володіє економічною самостійністю і повністю відповідає за результати своєї діяльності, повинно сформувати систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації робітничих кадрів, яка забезпечила б йому високу ефективність роботи, конкурентоздатність і стійке положення на ринку.

Головний капітал будь-якого підприємства – це люди, які працюють на ньому. Такі фактори, як турбота про людські ресурси, підвищення кваліфікації і розвиток, заслуговують найвищої уваги.

Постановка задачі. Мета дослідження полягає в оцінці організації підвищення кваліфікації робітничих кадрів та розробці заходів щодо її вдосконалення, які базуються на вивченні та аналізі застосовуваних форм і систем підвищення кваліфікації робітничих кадрів.

Методологія. Методологічну основу дослідження склали законодавчі та нормативні документи, а також спеціальна література з досліджуваної проблеми вітчизняних і зарубіжних авторів.

Результати дослідження. Сигналом до організації та проведення заходів з підвищення кваліфікації виступають проблемні ситуації на підприємстві, наприклад, збільшення відсотка браку або впровадження нового технологічного процесу. Ці заходи часто є складовою частиною широкомасштабних концепцій організаційних перетворень (організаційного розвитку).

Сучасною інтерпретацією (формою) заходів з підвищення кваліфікації являється тренінг персоналу, який сприяє виникненню інноваційного ефекту і підвищенню мобільності. Обидва ці фактори об'єднані поняттям «ефект гнучкості» [1]. Завдяки підвищенню кваліфікації підприємство наповнюється новими знаннями, які сприяють знаходженню принципово нових рішень проблем або значно їх полегшують. Підвищення кваліфікації сприяє створенню інноваційного клімату на підприємстві.

Згідно емпіричних досліджень, проведених у Німеччині, на підприємствах шкіряної, текстильної та швейної галузей промисловості 3,1% співробітників бере участь у внутрішньофірмових заходах з підвищення кваліфікації. В енергетиці цей показник становить 18,2%, в кредитних інститутах і страхових компаніях – 41,2% [2]. Ці відмінності не випадкові: вони пояснюються різними умовами діяльності в окремих галузях і відповідно на окремих підприємствах.

Розглянемо фактори, які формують потребу підприємства в підвищенні кваліфікації його співробітників (рис. 1).

Зовнішні зміни включають в себе зміни в технології, в демографічній області, в бажаннях замовників або, наприклад, в системі суспільних норм і цінностей. Якщо підприємства прагнуть вижити в умовах пронизаного конкуренцією ринку, то вони повинні пристосовуватися до цих змін.

Підприємства, що працюють на динамічних, мінливих ринках, характеризуються прагненням домогтися щонайменше тимчасової переваги над конкурентами за рахунок інновацій. Ця стратегія знаходить відображення у високому ступені інтенсивності досліджень і розробок, що проводяться на підприємстві.

На великих підприємствах, заснованих на поділі праці, особливо необхідні інтегративні знання, тобто знання про внутрішньофірмові взаємозв'язки як умову самостійної координаційної діяльності. З підвищенням комплексності, особливо із

зростанням організаційної одиниці, ця потреба зростає. Стає все важче задовольнити потребу в координації за допомогою організаційних норм.

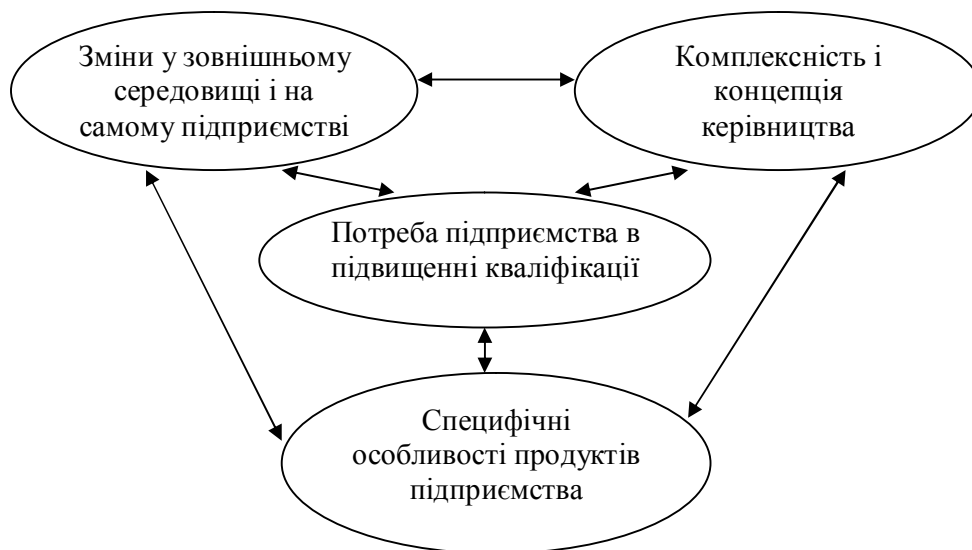


Рис. 1 – Вплив зовнішніх і внутрішніх факторів на потребу підприємства в підвищенні кваліфікації його співробітників

Використання неструктурних механізмів координації, особливо підвищення кваліфікації і тренувальних програм, сприяє зниженню попиту на структурні механізми координації, тобто на організаційне регулювання.

Комплексність прийняття рішень підвищується при динамічних змінах зовнішнього середовища, яким в більшій мірі відповідають так звані органічні форми організації та управління. Органічні організаційні форми і органічні форми управління характеризуються децентралізованою координацією, а також високим ступенем передачі прав на прийняття рішень і відповідальності на нижні рівні управлінської ієрархії і залученням підлеглих у процес прийняття рішень «нагорі». Така форма організації та управління вимагає від усіх, кого це стосується, особливо від керівників, знання зовнішнього середовища, яке є передумовою для самостійного виявлення та вирішення нових виникаючих перед підприємством проблем. Цей варіант управління передбачає наявність великої кількості спільних цінностей і цілей, а також – внаслідок відносної незалежності тих, хто приймає рішення, – розуміння внутрішньофірмових взаємозв'язків. Тому очевидна і необхідність у заходах з підвищення кваліфікації з метою передачі інтегративних знань.

Дослідження показало, що особливо інтенсивні заходи з підвищення кваліфікації проводяться на тих підприємствах, де головну роль грають консультативна діяльність та збут продукції. Безпосередній контакт з клієнтами вимагає проведення заходів з підвищення кваліфікації в областях комунікації, ведення переговорів і «public relations». Консультативні послуги можливо надавати лише за наявності у консультанта достатньої компетенції. Тому крім заходів з підвищення кваліфікації у сфері здійснення контактів з клієнтами велике значення мають і запитання із професійної області.

Ці послуги та технічне обслуговування продукту пов'язане з необхідністю

специфічної кваліфікації персоналу. «Ноу-хау», необхідне для ефективного використання продукту, що дорого коштує і вимагає відповідного обслуговування після продажу, передається виробником в ході пропонованих програм і через додаткові послуги по збуту. З точки зору споживача, це означає підвищення кваліфікації поза підприємством, тобто від інших підприємств, однак часто це є першим кроком на шляху до підготовки власних тренувальних заходів у цій області.

Результати емпіричних досліджень підтверджують значення поданих вище чинників, що визначають активність підприємств у галузі підвищення кваліфікації. Такі фактори, як динаміка змін, комплексність та інтенсивність обслуговування, мають виняткове значення. При окремому розгляді виявляється, що найбільшу потребу у підвищенні кваліфікації відчувають підприємства з великою кількістю співробітників, активні у сфері НДДКР, які випускають продукцію, що дорого коштує і вимагає обслуговування, і працюють на особливо динамічних ринках. Типовим прикладом можуть бути підприємства в сфері електроніки, інформаційного та телекомунікаційного обладнання.

Незважаючи на повну, здавалося б, ефективність підвищення кваліфікації співробітників, все ж існують деякі проблемні ситуації. Ці ситуації разом із напрямками їх вирішення наведено в табл. 1.

Таблиця 1 – Проблеми заходів з підвищення кваліфікації і напрямки їх вирішення

№ з/п	Умови, що сприяють підвищенню кваліфікації	Проблемні ситуації	Дії, що направлені на ліквідацію перешкод
1		Зміна графіку роботи чи несприятливі транспортні умови.	Організація доставки співробітників додому після занять, організація занять у зручний робітнику час.
2		Наслідки підвищення кваліфікації оцінюються співробітниками негативно	Створення позитивних наслідків або їх роз'яснення, якщо вони вже створені.
3	Мотивація працівників отримати більше знань в своїй професійній сфері з подальшим просуванням вгору по кар'єрним сходинкам, достатня інформованість про позитивні наслідки	Рівень інформації про можливості підвищення кваліфікації низький, всі інші умови сприяють підвищенню кваліфікації.	Необхідно усунути дефіцит інформації в результаті цілеспрямованого інформування співробітників і відповідних консультацій. Часто це відбувається в рамках концепції розвитку персоналу.
4		Мотивація до підвищення кваліфікації незначна або взагалі відсутня. Це проявляється в тому, що називаються або лише деякі реалістичні цілі підвищення кваліфікації, або взагалі нереальні. Така позиція характерна для осіб з невисоким досвідом навчання.	Концепція «лернштатт», яка має на увазі формування навчальних груп з працюючих в одній і тій же області, при якому передача знань здійснюється при відмові від традиційного розподілу ролей «вчитель» - «учень» із запрошенням у разі потреби експертів зі сторони. При цьому навчання стикається з повсякденними робочими справами і досвідом працівників з тим, щоб полегшити їм шлях до підвищення кваліфікації [1].

При добровільному прийнятті рішення про участь у програмі підвищення кваліфікації особливо важливе значення мають наступні три аспекти (рис. 2):

1. Сприйняття проблеми, особливо визначення цілей підвищення кваліфікації.
2. Робота над проблемою, особливо пошук інформації та оцінка очікуваних наслідків.
3. Фактичне ставлення до проблеми підвищення кваліфікації.

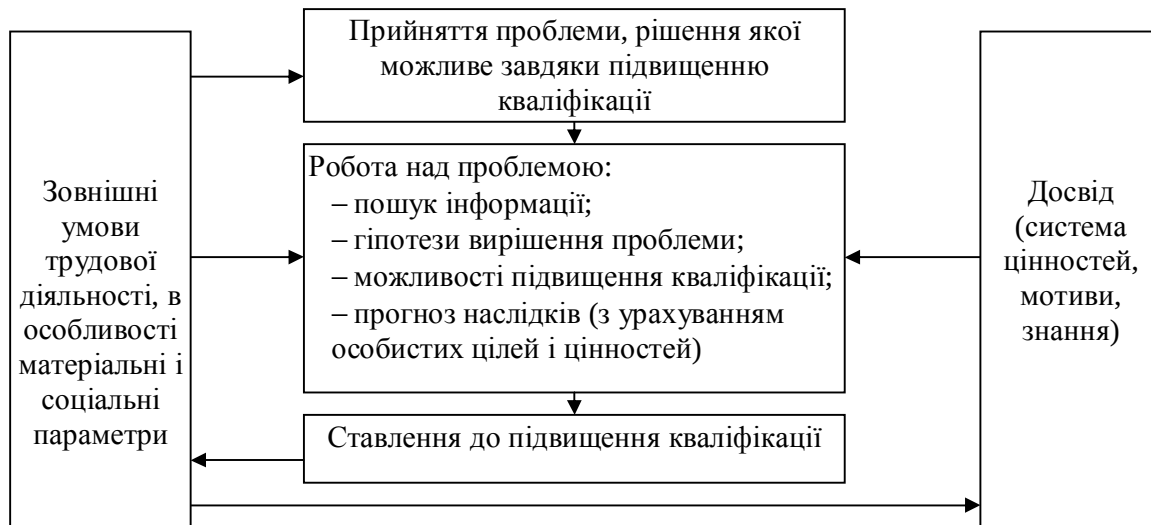


Рис. 2 – Модель аналізу рішень у сфері підвищення кваліфікації [3]

Висновок. Як висновок, треба зазначити, що підприємство, яке широко запроваджує систему тренінгів, отримує можливість підвищити ефективність і продуктивність своєї діяльності завдяки розширенню професійних знань, навичок, підвищення ступеня мотивації співробітників та їх трудової віддачі. Кожному окремому співробітнику тренінг дозволяє більш ретельно підготуватися до виконання нових завдань та вирішення нових проблем на робочому місці. Крім того, придбання більш високої кваліфікації в результаті участі в програмах тренінгу дозволяє співробітникам згодом претендувати на займання більш високої посади. Методично ефективна, орієнтована на вимоги ринку і гнучка по відношенню до змін цілей підприємства система тренінгу персоналу значно зміцнює його позицію в конкурентній боротьбі.

Список літератури: 1. Марр Р., Шмідт Г. Управление персоналом в условиях социальной рыночной экономики. – М.: МГУ, 1997 г., 480 с. 2. Шекина С.В. Управление персоналом современной организации – М.: Бизнес-школа «Интел-синтез», 2002 г., 355стр. 3. Сенченко И.Т. Повышение квалификации рабочих на производстве. – М.: Педагогика, 1992 г., 112стр. 4. І.В. Ковальчук Економіка підприємства Навч. посібник – К.:Знання, 2008 – 679 с. 5. Економіка підприємства: Підручник / За ред. А.В. Шегди – К.: Знання, 2006 – 614 с.

Подано до редакції 15.02.2011

В.О. ФРИДИНСЬКИЙ, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків

В.Г. ПЛОТНИКОВ, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

А.І. ДЕРЕВ'ЯНКО, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

ФІНАНСОВА САНАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА

У роботі розглянуто зміст фінансового оздоровлення підприємства, висвітлені різнобічні підходи до відновлення фінансової стійкості організації, а також конкретні інструменти антикризового фінансового управління у рамках цих підходів.

Having considered contents of financial recovery of the enterprise in the work, lit many-sided approaches to renewal financial stability of the organization, as well as concrete instruments antirecessionary financial management in frame these approach.

Ключові слова: фінансова санація, реструктуризація активів, рефінансування дебіторської заборгованості, реструктуризація пасивів, двоступінчаста санація, санаційний прибуток, санація балансу.

Вступ Завжди були актуальними питання забезпечення фінансової спроможності підприємства, а тим більше останнього часу, коли майже кожна організація зазнала вплив економічної кризи.

Банкрутство підприємства та його ліквідація означають не тільки збитки для акціонерів, кредиторів, виробничих партнерів, споживачів продукції, а й зменшення податкових надходжень у бюджет, а також збільшення безробіття, що теж може стати одним із факторів макроекономічної нестабільності.

Постановка завдання Метою даної роботи є визначення сутності фінансової санації, її складових, конкретних шляхів виведення підприємства із кризового стану.

З-поміж підприємств, справи про банкрутство яких розглядаються судом, значний відсоток таких, що тимчасово потрапили в скрутне становище. Вартість їхніх активів набагато вища за кредиторську заборгованість. За умови проведення санації (оздоровлення) чи реструктуризації такі підприємства можуть розрахуватися з боргами і продовжити діяльність. Проте, через недосконале законодавство, брак належного теоретико-методичного забезпечення санації, дефіцит кваліфікованого в цих питаннях фінансового менеджменту та інші суб'єктивні та об'єктивні причини, багато із потенційно життєздатних підприємств, у тому числі тих, що належать до пріоритетних галузей народного господарств України, стають потенційними банкрутами. У зв'язку з цим висвітлення питань щодо забезпечення фінансової стійкості підприємства стає надзвичайно важливим.

Методологія Теоретико-методологічну основу дослідження складають праці вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів, нормативно-правова база України.

Підходи та інструменти антикризового фінансового управління не є сталими, а знаходяться у постійному видозміні, розвитку та удосконаленні, що потребує безперестанного поглиблення знань з цього питання.

Результати дослідження Метою фінансової санації є покриття поточних збитків і ліквідація причин їх виникнення, відновлення чи збереження ліквідності і платоспроможності підприємств, скорочення всіх видів заборгованості, покращення структури оборотного капіталу і формування фондів фінансових ресурсів для проведення заходів виробничо-технічного і організаційного характеру.

У відповідності з класичною моделлю санації процес фінансового оздоровлення підприємств починається з виявлення і аналізу причин і факторів фінансової кризи. Окремим аналітичним блоком є формування стратегічних цілей і тактики.

Кінцева мета санаційної стратегії полягає в досягненні довгострокових конкурентних переваг, які забезпечили б компанії високий рівень рентабельності.

У відповідності з розробленою стратегією розробляється програма санації, яка виражає систему запрогнозованих взаємопов'язаних заходів, спрямованих на виведення підприємства з кризи. Важливим компонентом санаційного процесу є координація і контроль за якістю реалізації запланованих завдань.

Залежно від вибраної стратегії підприємство добирає той чи інший каталог внутрішньогосподарських санаційних заходів. Мобілізацію внутрішніх резервів фінансової стабілізації здійснюють за такими основними напрямками:

1. Реструктуризація активів.
2. Зменшення (заморожування) витрат.
3. Збільшення виручки від реалізації.

Першу групу санаційних заходів пов'язано зі зміною структури та складу активної сторони балансу. У рамках реструктуризації активів виділяють такі види санаційних заходів:

а) мобілізація прихованих резервів. Величина прихованих резервів у активній стороні балансу дорівнює різниці між балансовою вартістю окремих майнових об'єктів підприємства та їхньою реальною (вищою) вартістю;

б) використання зворотного лізингу (господарська операція, яка передбачає продаж основних фондів з одночасним зворотним отриманням таких основних фондів в оперативний або фінансовий лізинг);

в) лізинг основних фондів;

г) здача в оренду основних фондів, які не повною мірою використовуються у виробничому процесі;

д) оптимізація структури розміщення оборотного капіталу (зменшення частки низьколіквідних оборотних засобів, запасів сировини та матеріалів, незавершеного виробництва тощо);

е) продаж окремих, низькорентабельних структурних підрозділів (філій);

є) використання давальницької сировини;

і) рефінансування дебіторської заборгованості (переведення її в інші, ліквідні форми оборотних активів).

Блок санаційних заходів, що полягає у зменшенні витрат, здійснюється за двома напрямками:

1. Заморожування інвестиційних вкладень.
2. Зниження валових витрат.

У рамках фінансової санації може бути прийнято рішення про заморожування ризикових інвестиційних проєктів та інвестицій з довготривалим строком окупності.

Як свідчать вітчизняна практика та зарубіжний досвід, проведення фінансової санації підприємств обов'язково супроводжується радикальним зменшенням витрат на персонал.

У рамках мобілізації внутрішньовиробничих санаційних резервів аналізуються всі наявні можливості збільшення виручки від реалізації продукції. У цьому разі слід використати весь арсенал заходів для активізації збутової політики підприємства. Стимулювати збут можна як наданням знижок покупцям, так і помірним збільшенням цін; як масованою рекламою, так і її припиненням. Тип санаційних заходів у даній сфері залежатиме від конкретного підприємства та від вибраної ним стратегії маркетингу.

Розглянемо тепер комплекс заходів, спрямованих на реструктуризацію пасивів підприємства. Ці заходи пов'язані зі зміною розмірів та структури фінансових джерел формування активів.

Маючи збитки, підприємства, як правило, не заінтересовані показувати їх у своїй звітності, зокрема в балансі. За наявності балансових збитків суб'єктам господарювання дуже важко розраховувати на залучення фінансових ресурсів із зовнішніх джерел, оскільки як для кредиторів, так і для потенційних інвесторів збиткове підприємство є непривабливим об'єктом фінансування.

Відтак збиткові підприємства можуть вдатися до санації балансу.

Основні цілі та завдання зменшення статутного фонду підприємств:

- одержання санаційного прибутку, який спрямовується на покриття балансових збитків. Санаційний прибуток - це прибуток, який виникає внаслідок викупу підприємством власних корпоративних прав (акцій, паїв) за курсом, нижчим від номінальної вартості цих прав, або в результаті їх безкоштовної передачі для анулювання, зниження номінальної вартості або за одержання безповоротної фінансової допомоги від власників корпоративних прав, кредиторів та інших заінтересованих у санації підприємства осіб;
- урівноваження (або перевищення) номінальної вартості акцій (паїв) з їхньою ринковою ціною, оскільки в період фінансової кризи може скластися ситуація, коли біржова ціна буде суттєво меншою за номінальну вартість акцій;
- приведення у відповідність величини основних та оборотних засобів підприємства з розміром його власного капіталу, оскільки з метою підвищення платоспроможності підприємство може прийняти рішення про продаж частини свого майна, що й спричинятиметься до такої невідповідності;
- концентрування статутного капіталу в руках найбільш активних власників.

Найбільш заінтересованими в санації неспроможного підприємства особами є його власники (акціонери, пайовики тощо). Вони, як правило, несуть значний тягар фінансування санаційних заходів. Фінансування санації власниками може

здійснюватися через збільшення (зменшенням) статутного фонду, надання позик, надання цільових внесків на безповоротній основі.

У результаті санації балансу підприємство не мобілізує додаткових коштів, однак створює необхідні передумови для залучення зовнішніх фінансових джерел у майбутньому. На практиці в санаційних цілях досить часто слідом за зменшенням статутного капіталу здійснюється його збільшення. Ця операція має назву «двоступінчаста санація».

Фінансова участь кредиторів у санації боржників може здійснюватися шляхом пролонгації та реструктуризації наявної заборгованості; повної або часткової відмови від своїх вимог; надання додаткових кредитних ресурсів; надання кредитного забезпечення; трансформації боргу у власність.

Безперечно, активної участі кредиторів у фінансовому оздоровленні можна очікувати тільки тоді, коли внаслідок санації та збереження підприємства-боржника вони отримають повніше задоволення своїх вимог, ніж за його ліквідації.

Загроза банкрутства й зумовлені цим негативні економічні та соціальні наслідки змушують персонал, що працює на підприємстві, робити свій внесок у фінансування санації.

Фінансування санації персоналом може здійснюватися в таких формах: відстрочка або відмова від винагороди за виробничі результати; надання працівниками позик; купівля працівниками акцій даного підприємства.

Висновок В результаті проведенного дослідження були висвітлені різноманітні заходи, спрямовані на покращення фінансового стану підприємства.

Здійснення фінансової санації є особливо складним в умовах сучасної України через недорозвинутість ринкових інститутів, використання нецивілізованих підходів до ведення бізнесу багатьма суб'єктами господарювання, недосконалість законодавства, високий рівень корупції.

Для забезпечення ефективного антикризового фінансового управління дуже важливою є наявність на підприємстві кваліфікованого менеджменту, що має глибокі теоретичні і практичні знання, може узагальнити наявний досвід країн з розвинутою ринковою економікою, розробити якісний план дій щодо виходу організації із фінансової скрути.

Застосування комплексного підходу до фінансового оздоровлення підприємства являє собою запоруку його успіху.

Список літератури: 1. *И. А. Бланк. Стратегия и тактика управления финансами.* — К.: МП «ИТЕМ», 1996. — 534 с. 2. *Фінанси підприємств: Підручник / Керівник авт. кол. і наук. ред. проф. А. М. Поддєрьогін.* 3-тє вид., перероб. та доп. — К.: КНЕУ, 2001 — 460 с. 3. *Брігхем Е. Ф. Основи фінансового менеджменту.* — К., 1997 - 988с. 4. *Тітов М. І. Банкрутство: матеріально-правові та процесуальні аспекти / За наук. ред. В. М. Гайворонського.* — Харків: Консум, 1997 — 192 с. 5. Закон України «Про господарські товариства» від 19 вересня 1991 р. 6. *Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: 4-е изд., перераб. и доп.* - Минск: ООО "Новое знание", 2000. - 688 с.

Подано до редакції 16.02.2011

А.В. ЛАРКА, к.е.н., доц., ХЕПУ, Харків

Л.С. ЛАВРЕНТЬЄВА, к.е.н., доц., НТУ „ХПІ”, Харків

І.О. САЛІХОВА, магістрант, НТУ „ХПІ”, Харків

ГОСПОДАРСЬКІ РІШЕННЯ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ МАШИНОБУДУВАННЯ

Наведено види господарських рішень щодо управління витратами підприємства. Запропоновано альтернативні варіанти реалізації рішень та критерії для здійснення остаточного вибору.

The kinds of the economic decisions relatively expenses management of the enterprises is shown. The alternative variants of the decisions realize and evaluate criteria to make final choice are given.

Ключеві слова: витрати, господарське рішення, альтернатива, критерій оцінки.

Вступ Економічна діяльність підприємств машинобудівної галузі базується на комплексах господарських рішень. При ухваленні господарських рішень необхідно провести всебічний аналіз можливостей, погроз зовнішнього середовища та сильних, слабких сторін внутрішнього середовища підприємства. Сучасні ринкові умови надають такі можливості підприємствам, як зростання потреби в продукції металопереробки на зовнішніх ринках, поява нових технологій переробки металу, підтримка державою металургійної галузі, збільшення кількості потенційних інвесторів. Разом з тим доцільно приймати до уваги і загрози зовнішнього середовища: поява нових конкурентів, збільшення цін на газ та залізничні перевезення, введення протекціоністської політики країн-контрагентів, високі темпи інфляції.

Існуюча кон'юнктура на ринку вимагає від керівництва підприємств машинобудування підвищення обґрунтованості господарських рішень саме стосовно управління витратами, оскільки саме скорочення надлишкових витрат є основним джерелом підвищення ефективності діяльності підприємства. В науковій літературі досить повно розглянуті загальні аспекти обґрунтування господарських рішень [1, 2] та засади управління витратами підприємства [3, 4]. Разом з тим недостатньо повно досліджено такі аспекти, як концепція комплексу господарських рішень, що дозволяє мінімізувати рівень витрат підприємства. Саме тому, на нашу думку, актуальним є визначити види господарських рішень, які безпосередньо пов'язані з управлінням витратами, запропонувати альтернативні варіанти заходів згідно кожного виду та критерії їх оцінювання.

Постановка задачі Мета статті – запропонувати класифікацію господарських рішень за ступенем впливу на процес управління витратами, проаналізувати альтернативні шляхи реалізації таких рішень та навести критерії для остаточного вибору відповідного рішення.

Методологія Для класифікації господарських рішень застосовано метод аналізу, синтезу та групування, для формулювання альтернативних концепцій реалізації рішень – сценарний підхід.

Результати дослідження Управління витратами охоплює всі сфери діяльності підприємства, тому, на нашу думку, доцільно запропонувати наступну класифікацію господарських рішень щодо управління витратами: 1) господарські рішення щодо оптимізації витрат на виробництво; 2) господарські рішення щодо оптимізації витрат у фінансовій сфері; 3) господарські рішення щодо оптимізації витрат на маркетинг; 4) господарські рішення щодо оптимізації витрат на персонал; 5) господарські рішення щодо оптимізації витрат на інноваційну діяльність; 6) господарські рішення щодо оптимізації витрат на інформаційні технології.

В наведеній статті запропоновано альтернативні концепції реалізації господарських рішень щодо удосконалення використання запасів на підприємствах машинобудування (табл. 1), удосконалення використання грошових коштів (табл. 2), удосконалення систем планування (табл. 3), а також виявлення резервів зменшення собівартості продукції (табл. 4).

Оцінка окремих варіантів реалізації рішень за критерієм ефективності (співвідношення „прибуток / витрати”) надає можливість значно скоротити рівень витрат підприємства.

Таблиця 1 – Господарські рішення стосовно удосконалення використання запасів на підприємстві

Показник	Альтернатива 1	Альтернатива 2
Концепція комплексу господарських рішень	Перегляд виробничого процесу	Упровадження системи поставок just in time
Заходи, які необхідно здійснити для реалізації альтернативи	1. Аналіз існуючого виробничого процесу 2. Виявлення резервів скорочення використання виробничих запасів 3. Розробка планів удосконалення виробничого процесу 4. Здача в оренду звільнених складських приміщень	1. Аудит існуючих постачальників підприємства 2. Пошук альтернативних постачальників 3. Проведення переговорів з потенційними постачальниками 4. Моніторинг своєчасності поставок 5. Здача в оренду звільнених складських приміщень
Переваги комплексу господарських рішень	Форс-мажорні обставини не впливають на процес виробництва продукції	Скорочення витрат на утримання складського господарства
Недоліки комплексу господарських рішень	Значні витрати на утримання складського господарства	Підвищується залежність від постачальників сировини

Як видно з табл. 1, удосконалити використання запасів на підприємстві можна як використовуючи внутрішні резерви (оптимізація виробничого процесу), так і за допомогою зовнішніх джерел (заміна системи організації поставок).

Таблиця 2 – Господарські рішення стосовно удосконалення використання грошових коштів підприємства

Показник	Альтернатива 1	Альтернатива 2
Концепція комплексу рішень	Вільні грошові кошти спрямовуються на розвиток виробництва	Вільні грошові кошти спрямовуються на заходи зі стимулювання збуту
Заходи, які необхідно здійснити для реалізації альтернативи	1. Визначення основних напрямків розвитку виробництва 2. Визначення відповідальних осіб за розвиток виробництва 3. Складання графіків фінансування виробничих потреб 4. Проведення техніко-економічного обґрунтування розвитку окремих складових виробничого процесу	1. Визначення основних заходів зі стимулювання збуту. 2. Визначення відповідальних осіб за реалізацію заходів 3. Складання графіків фінансування заходів зі стимулювання збуту 4. Проведення прогнозування рівня збуту після реалізації заходів 5. Розробка відповідних сувенірів, дисконтних карток тощо.
	5. Розробка виробничих планів 6. Аналіз фактичних показників виробництва	6. Аналіз ефективності заходів зі стимулювання збуту
Переваги комплексу господарських рішень	Активізація ділової активності підприємства Більш повне задоволення потреб споживачів	Збільшення обсягів реалізації продукції Покращання іміджу підприємства
Недоліки комплексу господарських рішень	Недостатня увага приділяється розвитку системи мотивації персоналу Недостатнє фінансування маркетингових заходів	Недостатні темпи оновлення асортименту продукції, що може негативно вплинути на обсяги реалізації в перспективі

Вибір альтернативного варіанту рішення стосовно використання грошових коштів значною мірою залежатиме від стратегічних цілей підприємства.

Таблиця 3 – Господарські рішення стосовно удосконалення системи планування на підприємстві

Показник	Альтернатива 1	Альтернатива 2
Концепція комплексу господарських рішень	Система удосконалюється власними силами	Система удосконалюється за допомогою сторонніх спеціалістів
Заходи, які необхідно здійснити для реалізації альтернативи	1. Дослідження сильних та слабких сторін існуючої системи планування 2. Визначення очікуваних результатів роботи системи 3. Визначення бюджету для удосконалення системи 4. Визначення відповідальних осіб за удосконалення системи 5. Формулювання основних варіантів удосконалення системи планування 7. Остаточний вибір варіанту системи планування 8. Коригування системи планування після апробації	1. Дослідження сильних та слабких сторін існуючої системи планування 2. Визначення очікуваних результатів роботи системи 3. Визначення бюджету для удосконалення системи 4. Пошук спеціалістів для удосконалення системи планування 5. Проведення переговорів 6. Підготовка документації 7. Укладання договорів 8. Тестування готової системи планування

Закінчення табл. 3

1	2	3
Переваги комплексу господарських рішень	При удосконаленні системи враховуються всі сильні та слабкі сторони підприємства Низький рівень витрат	Об'єктивність Застосування сучасних методичних підходів до планування
Недоліки комплексу господарських рішень	Можливі деякі помилки в системі через брак знань стосовно методичних підходів до планування, суб'єктивність	Високий рівень витрат Необхідність розкриття внутрішньої інформації підприємства стороннім особам

Оскільки ефективна система планування – запорука довгострокового успіху підприємства, до вибору альтернативи стосовно її удосконалення необхідно залучити керівників всіх рівнів управління на підприємстві.

Таблиця 4 – Господарські рішення стосовно резервів зменшення собівартості продукції підприємства

Показник	Альтернатива 1	Альтернатива 2
Концепція комплексу господарських рішень	Зміна технології виробництва продукції	Зменшення транспортно-заготівельних витрат
Заходи, які необхідно здійснити для реалізації альтернативи	1. Аналіз існуючої технології виробництва 2. Визначення бюджету, термінів та відповідальних осіб 3. Проведення техніко-економічного обґрунтування ефективності використання кожної з альтернативних технологій та її вибір 4. Впровадження нової технології у виробництво	1. Аналіз наявного рівня транспортно-заготівельних витрат 2. Визначення термінів та відповідальних осіб 3. Визначення стратегічних постачальників підприємства, доставку сировини від яких неможливо змінити 5. Аналіз шляхів та видів доставки сировини, оптимізація маршрутів
Переваги комплексу господарських рішень	Можливість заміни матеріалів на більш дешеві Можливість скорочення видів робіт для виробництва продукції	Відносно швидкі зміни Легкість реалізації
Недоліки комплексу господарських рішень	Потребує тривалих досліджень для відбору оптимальної технології	Розмір економії може бути не достатнім

Слід зазначити, що зменшення собівартості продукції – найпоширеніший інструмент управління витратами на підприємствах машинобудування.

Висновки Ефективне управління витратами в сучасних ринкових умовах забезпечує підприємству безперечні конкурентні переваги, тому дослідження альтернативних варіантів реалізації комплексу господарських рішень повинно бути обґрунтованим. Для цього доцільно застосовувати порівняльний аналіз альтернатив.

Список літератури: 1. Кривонос Ю. Г. Аналіз і синтез ситуацій в системах прийняття рішень / Ю. Г. Кривонос, М.Ф. Кириченко, Ю.В. Крак та ін. – К. :Наукова думка, 2009. – 334 с. 2. Шиян А.А. Теоретико-ігровий аналіз раціональної поведінки людини та прийняття рішень в управлінні соціально-економічними системами: монографія / А. А. Шиян. – Вінниця: Універсум-Вінниця, 2009. – 403 с. 3. Мицкевич А.А. Управление затратами и прибылью / А. А. Мицкевич. – М. : Олма-Пресс, 2003. – 192 с. 4. Турило А.М. Управление витратами підприємства / А.М. Турило, Ю.Б. Кравчук, А.А. Турило. – К. : Центр навчальної літератури, 2006. – 120 с.

Подано до редакції 16.02.2011

А.Д. МАТРОСОВ, к.э.н., проф., НТУ «ХПИ», Харьков

ТЕХНОЛОГИЯ ВЛИЯНИЯ НА ОКРУЖАЮЩИХ

В работе рассмотрена технология влияния на людей, источники силы влияния, а также ресурсы силы менеджера. Особое внимание уделено исследованию видов стратегий влияния и реализующих эти стратегии управленческих технологий.

The technology of influencing on people, sources of influencing and resources of force of manager are considered in the article. The main stress is made on researching the types of strategies of influencing and technologies of realization of these strategies.

Ключевые слова: влияние; компетентность; имидж; согласие; стратегия; убеждение; управление.

Введение. Влияние – это процесс воздействия на сознание и поведение субъектов по взаимодействию в целях их изменения, от незначительного до координального. Как только два человека или более вступили во взаимодействие, происходит изменение их созидания. Степень изменения определяется силой влияния взаимодействующих субъектов друг на друга.

Постановка задачи. Влияние – это инструмент, который менеджеры используют для достижения организационных целей и укрепления имеющегося своего потенциала и организации в целом. Успех влияния определяется силой менеджера, источниками силы менеджера могут быть:

- обладание организационными ресурсами (материальные, технические, финансовые и др.);
- способность достигать согласия, компромиссов в условиях отличающихся интересов;
- создание и использование ситуации собственной уникальности, незаменимости;
- способность воздействовать на процесс принятия решений;
- способность приобретать дополнительную силу и формировать недостающие ресурсы;
- сила мотивации менеджера, чем сильнее мотивация, тем эффективнее воздействие на окружающих.

Сила влияния менеджера определяется его ресурсами, т.е. это то, что используется или может быть использовано как средство воздействия. К ресурсам силы менеджера можно отнести :

- Физические ресурсы.
- Экономические ресурсы.
- Компетентность как ресурс (профессиональные и управленческие знания, навыки, опыт).

- Нормы как ресурс (правовые и моральные правила, традиции, принципы).
- Имидж и репутация менеджера.

Сила влияния менеджера выражается в следующих действиях:

- активное и сознательное изменение поведения партнера, несмотря на противодействие последнего;
- предотвращение нежелательных для себя действий объекта влияния;
- активное и сознательное изменение мотивации, а следовательно и поведение партнера.

Методология. Предмет исследования – комплекс проблем воздействия на подчиненных как фактор повышения эффективности управления.

Успех влияния определяется: умением привлекать и удерживать внимание к себе, моделировать мотивацию и поведение окружающих, использовать преимущества ситуации, создавать атмосферу доверия и открытости, проявлять настойчивость и решительность в нужный момент.

Ответная реакция на влияние может быть : положительная (рациональное согласие, изменение поведения, добровольное подчинение), отрицательная (отрицательные эмоции, сопротивление) и нейтральная (равнодушие, расчет).

Ответственная реакция на управленческое влияние во многом зависит от оценки ее законности со стороны объекта влияния :

- оценка влияния как законного ведет к добровольному подчинению ;
- восприятие влияния как имеющего сомнительную законность ведет либо к сознательному подчинению, либо к подчинению по принуждению;
- оценка силы как незаконной ведет либо к подчинению по принуждению, либо к сопротивлению.

Источниками правового и других возможностей влияния менеджера являются:

- право – совокупность юридических норм, использующих менеджером;
- нормы, традиции, ценности и идеология организации;
- использование экономических ресурсов посредством обеспечения ими объекта влияния;
- использования физической силы как ресурса или угроз физического воздействия;
- использование компетентности, имиджа и репутации как ресурса силы.

В целях извлечения максимальной выгоды от имеющейся у менеджера силы, они используют целый ряд типичных тактик влияния. Успешная стратегия менеджера предполагает использование не единственной тактики, а их совокупности. Обычно, опытный менеджер располагает достаточным количеством приемов, использование которых обеспечивает ему позитивное влияние на людей.

Результаты исследования. Подходы к управлению персоналом реализуются посредством определенных стратегий влияния. Выделяют следующие виды стратегий:

- *Стратегия использования формальных полномочий.* При этом необходимо, чтобы подчиненные признавали за менеджерами право применять соответствующие процедуры, а менеджеры имели средства для усиления их действия в виде санкций.

- *Стратегия подталкивания* посредством наказаний и угроз. Она обеспечивает вынужденное подчинение.

- *Стратегия убеждения* проявляется в призыве к разуму. Ее эффект зависит от весомости аргументов, взаимоотношений в коллективе, личных качеств членов коллектива.

- *Стратегия приманивания* предполагает использование вознаграждения на основе материальных и моральных стимулов.

- *Подготовительная стратегия* состоит в создании условий для будущих попыток оказания влияния на сотрудников и предупреждение тех или иных их действий.

Стратегии осуществляются через совокупность методов управления персоналом, как организационно-распорядительные, экономические и социально-психологические.

Кроме видов управления в мировой практике введено понятие *управленческие технологии*, различающиеся факторами, являющимися ориентиром для принятия решений. Таких факторов четыре: ситуация, результаты, цели, отклонения.

- *Технология управления по ситуации* предполагает, что менеджер принимает решения, касающиеся персонала, на основе сложившейся ситуации.

- *Технология управления по результатам* заключается в том, что координация деятельности персонала осуществляется в зависимости от выполнения запланированных показателей.

- *Технология управления по целям* предусматривает анализ того, что сделано на данный момент, определения желаемого результата, какие корректирующие действия и в какое время необходимо выполнить, чтобы достичь ранее поставленных целей.

- *Технология управления по отклонениям* исходит из того, что не все отклонения требуют корректировки. Частично их устранение возможно силами самих исполнителей и только при значительной их величине необходимо вмешательство и помощь руководителя.

Первые два вида технологий относятся к традиционным, вторые появились сравнительно недавно и считаются современными.

Выводы. Используя различные виды тактик влияния, а также умело используя различные виды силы своих ресурсов, менеджер может существенно влиять на эффективность деятельности коллектива.

Список литературы: 1.Красовский Ю.Д. Управление поведением в фирме. – М.: Инфра – М,1997. 2.Ладанов И.Д. Психология управления рыночными структурами. Преобразующее лидерство. – М.: Наука,1997. 3.Яхонтова Е.С. Эффективные технологии управления персоналом. – М.: “Питер”,2003.

Подано до редакції 16.02.2011

С.О. КОВАЛЕНКО к.е.н., ХІФ УДУФМТ, Харків

ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ МЕТОДІВ РОЗПОДІЛУ ДОХОДІВ БЮДЖЕТУ ВІД ОПЕРАЦІЙ З КАПІТАЛОМ МІЖ ЛАНКАМИ БЮДЖЕТНОЇ СИСТЕМИ

В статті розглядаються проблеми розподілу доходів від операцій з капіталом між ланками бюджетної системи, визначені фактори, від яких залежить розподіл доходів від операцій з капіталом та розроблені принципи розподілу.

The problems of sharing the revenue from the operations with capital between budget system chains are examined; factors which influence revenue sharing from the operations with capital and developed principles of sharing are specified.

Ключові слова: доходи бюджету, розподіл доходів, бюджетна система, доходи від операцій з капіталом, міжбюджетні відносини

Вступ. Проблема розподілу ресурсів відноситься до розряду дуже давніх та серйозних. Завжди існувала потреба в розподілі фінансових ресурсів на різні потреби постійно і на всіх рівнях: від сімейного бюджету до бюджету всієї країни. Завдання розподілу широко досліджувалися, однак стрімкий розвиток економіки країн та науково – технічний прогрес змушують постійно удосконалювати цей процес, знаходити нові підходи та методи вирішення проблеми.

З проблемою розподілу доходів між ланками бюджетної системи в тій чи іншій мірі стикаються всі країни. Об'єктивна необхідність розподілу доходів між ланками бюджетної системи зумовлена наявністю різних фіскальних дисбалансів, спричинених дією природно – кліматичних, історичних, географічних, соціально – демографічних, економічних та багатьох інших факторів, а також різними потребами у соціальних послугах, що надаються державою. Конфігурація механізмів розподілу доходів від операцій з капіталом визначається особливостями територіальної організації влади, бюджетно – податкової системи, ступенем її централізації.

Постановка проблеми. В кожній країні формується своя система доходів центральних та місцевих бюджетів, яка враховує світову практику і національні можливості. Існування бюджетів різних рівнів, з одного боку, та значна нерівномірність фінансового стану різних регіонів України та верств населення – з іншого, об'єктивно зумовлюють перерозподільні процеси фінансових ресурсів [1].

Кожна ланка бюджетної системи є відносно обособленим фондом фінансових ресурсів, який формується і використовується на підставі окремо затвердженого плану [2].

Питання формування і розподілу доходів бюджетів, зміцнення дохідної бази місцевих бюджетів усіх рівнів є сьогодні одною з найбільш актуальних проблем. Дані питання потребують врегулювання на законодавчому рівні. Тільки закони можуть визначати зміст, склад та основи формування доходів кожного виду

бюджету. Так, доходи державного бюджету в цілому та за конкретними джерелами щорічно затверджуються законом України про державний бюджет, а система забезпечення фінансовими ресурсами бюджетів на місцях характеризується значною залежністю місцевих бюджетів від нормативів відрахувань, які встановлюються законом про державний бюджет на відповідний рік. Отже, створення механізму ефективного розподілу доходів між ланками бюджетної системи є досить серйозним питанням, однак це лише частина загальнодержавної проблеми самостійності органів влади відповідного рівня.

Методологія. Вивченням проблем розподілу доходів бюджету між ланками бюджетної системи присвячені праці багатьох вчених, таких як О.П.Орлюк, В. М. Федосов та інших. Однак питання розподілу доходів бюджету від операцій з капіталом залишаються сьогодні поза увагою фахівців.

Метою статті є визначення методів та принципів розподілу доходів бюджету від операцій з капіталом між ланками бюджетної системи.

Варто відмітити, що основним завданням при розподілі доходів бюджетів є наділення кожного з державних органів таким об'ємом коштів, який міг би забезпечити виконання його завдань і функцій, передбачених Конституцією, законами України та програмами економічного і соціального розвитку. При цьому повинні бути забезпечені збалансованість всіх бюджетів, зацікавленість місцевих органів у збільшенні бюджетних надходжень, запобігання касових розривів, бездефіцитність бюджетів. Доходи кожного бюджету повинні бути найбільшою мірою пов'язані з підвідомчим господарством і соціальною сферою та надходити рівномірно протягом бюджетного року. Розподіл доходів бюджету має в своїй основі такі принципи: забезпечення надійної фінансової бази для фінансування видатків; встановлення залежності між зусиллями органів влади й управління та формуванням доходів відповідних бюджетів; встановлення зацікавленості місцевих органів влади у пошуку і мобілізації фінансових ресурсів і недопущення адміністративного вилучення доходів до бюджетів вищого рівня.

Результати дослідження. На сьогоднішній день збалансування державних та місцевих інтересів повинно бути головною метою реформування всього комплексу міжбюджетних відносин та бюджетної системи в цілому.

В процесі розподілу фінансових ресурсів та реформування міжбюджетних відносин в Україні, на наш погляд, необхідно враховувати специфіку регіонів, зусилля місцевих органів влади щодо мобілізації доходів в бюджет, активізацію участі регіонів в реалізації державних програм на своїй території. Реалізація державних програм передбачає створення умов і можливостей удосконалення механізмів управління надходженнями від операцій з капіталом та вирішення проблем упорядкування міжбюджетних відносин.

Під розподілом доходів між ланками бюджетної системи, на нашу думку, слід розуміти взаємовідносини між органами влади і управління різних рівнів з приводу розподілу надходжень з метою створення умов для збалансування бюджетів

органами влади на кожному рівні з урахуванням законодавчо закріплених за ними завдань і функцій. Міжбюджетні відносини з приводу розподілу доходів бюджету включають: розподіл і правове закріплення між державним і місцевими рівнями відповідальності за виконання певних соціальних та економічних функцій; визначення розміру видатків, які забезпечують виконання повноважень кожним рівнем бюджетної системи; визначення та правове закріплення джерел доходів бюджетів всіх рівнів, а також різні форми підтримки регіонів.

Варто відмітити, що процес розподілу доходів від операцій з капіталом між ланками бюджетної системи є сукупністю дій різних органів управління з метою впорядкування структури системи, забезпечення збалансованості між окремими її елементами, досягнення відповідності до принципів побудови бюджетної системи. Для вирішення проблеми розподілу доходів від операцій з капіталом необхідно оцінити реальні та потенційні можливості місцевих бюджетів. Доходи бюджету від операцій з капіталом в цілому мають тенденцію до збільшення, однак їх залежність від різних факторів призводить до певних коливань. В останні роки розподіл надходжень від операцій з капіталом в більшій мірі зміщений в бік місцевих бюджетів. Так фактичний розподіл загальних надходжень в цілому проходив на користь міських бюджетів – до них за 2003-2009рр. надходило близько 50,7% загальної суми доходів від операцій з капіталом, частка ж даних доходів у державному бюджеті має стійку тенденцію до зниження, так з 2003 по 2009р. надходження знизилися з 42,7% до 17,2%. В розрізі за видами надходжень пропорції розподілу дещо інші: доходи від продажу основного капіталу у 2003р. розподілялися переважно між обласними (30,4%) та міськими бюджетами (41,6%), тоді як у 2009р. 75% даного виду надходжень спрямовувалася тільки до міських бюджетів.

На нашу думку, факторами, від яких залежить розподіл доходів від операцій з капіталом є:

а) внутрішня економічна політика держави, яка ґрунтується на досягненні поставлених державою цілей, виконанні державних програм і передбачає збільшення доходів державного бюджету. Рівень розвитку місцевої економіки та її спеціалізація визначають спрямованість та швидкість обороту грошових потоків, що дають можливість акумулювати додаткові кошти в бюджет.

б) чисельність, віковий склад та рівень доходів населення - впливає на можливість місцевих органів отримати додаткові грошові кошти від продажу основного капіталу, землі та державних запасів товарів до бюджету даного регіону. Чим більше матеріальне забезпечення та соціальний захист населення регіону, тим більше коштів вони готові витратити на додаткові блага, якими в даному випадку є земля та дорожчості.

в) розвиток підприємництва в регіоні - характеризує активність процесу купівлі – продажу земельних ділянок, участі у продовольчих, земельних та інших аукціонах, сприятиме збільшенню як доходів від операцій з капіталом, так і податкових надходжень до бюджету. Сприяння розвитку бізнесу та захист інтересів підприємців

підвищить стабільність їх роботи та прибутковість, що збільшить зацікавленість у додаткових трудових та матеріальних ресурсах, нових технологіях і матеріальних благах.

г) природно – кліматичні та екологічні умови наявності шляхів сполучення, розташування населеного пункту зумовлюють інтенсивність вкладання коштів в земельні ресурси, що також є джерелом доходів місцевих бюджетів.

Висновки. Механізм розподілу бюджетних коштів між ланками бюджетної системи є об'єктом централізованого державного регулювання і багато в чому визначається системою оподаткування, грошовою політикою, макроекономічними факторами, які перебувають у безперервному русі та розвитку. Специфіка розподілу доходів визначає особливості динаміки витрат та рівня нагромадження капіталу [1].

Ефективна система розподілу доходів бюджету повинна сприяти: макроекономічній стабілізації, створенню умов для конкуренції між регіонами, підвищенню політичної відповідальності, економічної ефективності та відкритості управлінських рішень, результативності функціонування державних інститутів та розвитку стабільної фінансової інфраструктури.

Отже, основна проблема в контексті відносин різних ланок бюджетної системи пов'язана з визначенням на законодавчому рівні принципів розподілу надходжень від операцій з капіталом.

Виходячи з того, що на законодавчому рівні існує певна невизначеність напрямів спрямування надходжень від операцій з капіталом, і підходи до розподілу цих надходжень постійно змінюються, що призводить до незацікавленості органів місцевого самоврядування у збиранні таких доходів, ми розробили конкретні принципи розподілу доходів від операцій з капіталом між видами бюджетів:

1. Наукова обґрунтованість – розуміє під собою, що розподіл надходжень від операцій з капіталом повинен проводитися тільки на підставі всебічного аналізу економічної ситуації в країні та регіонах з метою виваженого встановлення пропорцій розподілу зазначених доходів між бюджетами.

2. Об'єктивність розподілу – зумовлює необхідність прозорого і публічного розподілу надходжень залежно від потреби регіонів у фінансових ресурсах. Важливість цього принципу полягає в тому, що ринкова економіка не спроможна успішно функціонувати без втручання держави, яке здійснюється насамперед через бюджет.

3. Стабільність розподілу доходів – передбачає розподіл надходжень між ланками бюджетної системи на основі єдиних принципів і підходів, які забезпечують зацікавленість органів влади, місцевого самоврядування та суб'єктів у формуванні сприятливих умов для економічного розвитку відповідної території.

4. Цільове використання надходжень – доходи від операцій з капіталом є спеціальними, тобто призначені на конкретну мету.

5. Відповідальність учасників – полягає в тому, що кожен з учасників несе відповідальність за дотримання вимог законодавства, суть цього принципу

розкривається у посиленні контролю, спрямованого на попередження і виявлення зловживань учасників процесу формування та розподілу доходів від операцій з капіталом, а також недопущення адміністративного вилучення доходів для бюджетів вищого рівня.

Список літератури: 1. *О. П. Орлюк* Фінансове право: Навч. посібник/- К.: Юрінком Інтер, 2003. – 528 с. 2. *В. М. Федосов* Бюджетний менеджмент: підручник/ В. Федосов, В. Опарін, Л. Сафонова. – К.: КНЕУ, 2004. – 864 с.

Подано до редакції 16.02.2011

УДК 330.322.3(477)

А.А. ТАЛАЛАЕВА, студентка, НТУ «ХПИ», Харків
Т.А. ДЯЧЕНКО, асистент, НТУ «ХПИ», Харків

ПРОБЛЕМА ЭФФЕКТИВНОГО ИНВЕСТИРОВАНИЯ В УКРАИНЕ В КОНТЕКСТЕ МИРОВОГО ОПЫТА

У даній роботі проаналізовано значення інвестицій для розвитку економіки з теоретичної точки зору, наведено історичний приклад використання провідними країнами інвестицій як ефективного інструменту для виходу з критичного становища, проаналізовано сучасний інвестиційний клімат в Україні. Розглянуто статистичні дані по залученню та розміщенню інвестицій. Запропоновано ряд рекомендацій щодо залучення та ефективного використання інвестицій в Україні.

In this work value of investments for development of economy has been analyzed with the theoretical points of view, has been given a historical example of how the leading countries use capital investments as effective instrument for the way out of the critical situation, also the current investment climate in Ukraine has been analyzed. The statistical data on attraction and application of investments was considered. A number of recommendations are offered on attraction and an effective use of investments in Ukraine.

Ключевые слова: инвестиции, эффективность инвестирования, экономический рост, стратегическое планирование.

Введение. В современных условиях, в вихре мировой интеграции, научного прогресса, стремления стран достичь лидирующих позиций, инвестиции прочно занимают позицию востребованного и мощного инструмента воздействия на экономику. Это – и зеркало экономического климата государства, и источник приобретения промышленными предприятиями новых прогрессивных технологий, и метод стимулирования, «оживления» производственной базы государства, как следствие – роста национального дохода. В то же время, решение многогранной проблемы инвестирования удастся не всем государствам. Правительство часто первоначальной задачей видит вопрос об источниках привлечения финансирования, тогда как не менее важной задачей является решение проблемы эффективного

использования инвестиций, прежде всего — определение объекта, сферы вложения, обеспечение условий для стабильного поддержания притока инвестиций.

Проблема инвестирования является объектом исследования многих мировых и отечественных экономистов: Дж. Кейнс, Э. Хансен, Е. Домар, Дж. Робинсон, Н. Калдор, Д. Джоргенсон, У.Ф. Шарп, Г.Дж. Александер, Дж.В. Бэйли, К.А. Хассет, А.И. Дедиков, Д. Куприянов, С.А. Гуткевич, А.Н.Алимова, П.Ф. Жердецкий, В.П.Красовской и др. Большинство современников изучают значение инвестиций, источники их привлечения, делая акцент на нерезидентов и изучая небольшой промежуток времени. Неисследованными аспектами остаются конкретизация объектов и сфер инвестирования, их классификация по приоритетности, обоснование необходимости первоочередного задействования отечественных инвесторов в Украине, что и будет рассмотрено в работе.

Постановка задачи. Цель данной научной работы — анализ инвестиционной деятельности в Украине на современном этапе с учетом исторического мирового опыта применения инвестиций. В ходе работы для реализации поставленной цели последовательно решаются следующие задачи: обобщение теоретического подхода к роли инвестиций; анализ практических примеров эффективного использования средств на примере ведущих государств США, Германии; обзор ситуации в Украине; предложения по развитию.

Методология. Теоретико-методологическую основу данного исследования составляют достижения ученых-экономистов в инвестиционной сфере, для достижения поставленных задач использовались следующие методы: анализ и синтез, сравнение, обобщение, единство исторического и логического.

Результаты исследования. Исторический опыт — бесценный помощник в решении проблем современности. Так, глобальное значение инвестиций впервые по достоинству было оценено одним из выдающихся экономистов с мировым именем — Джоном Мейнардом Кейнсом. Являясь основателем макроэкономической теории, он доказал необходимость государственного регулирования экономики с помощью создания эффективного спроса, как основного фактора, способного вывести экономику из кризиса [10]. По мнению Кейнса, уровень производства (или национального дохода) зависит от эффективности совокупного спроса, т.е. от реальных затрат на приобретение товаров и услуг — в первую очередь, потребительского и инвестиционного спроса [4].

В своей модели достижения равновесия главную роль ученый отвел инвестициям. С ростом дохода растет и потребление, но с меньшими темпами, поскольку увеличиваются сбережения — «утечки» из потребления [4]. Согласно Кейнсу, такая ситуация не страшна, если сбережения переходят в инвестиции, увеличение которых может ликвидировать разрыв между уровнем дохода и потребления. Но это возможно лишь при равенстве инвестиций и сбережений. Также стимулирование инвестиций за счет государственных расходов позволяет достичь равновесия, приблизив экономику к состоянию полной занятости.

Не менее весомое свойство инвестиций описано Кейнсом в эффекте мультипликатора, который отражает взаимосвязь между приростом инвестиций и приростом национального дохода. Потраченные дополнительные инвестиции создают доход у тех, кто продал инвесторам факторы производства, и увеличивают занятость. Полученные доходы будут потрачены на приобретение определенных товаров и услуг, тем самым создавая доходы следующих субъектов хозяйствования. Таким образом, исходные инвестиции приведут к увеличению совокупного спроса, занятости и дохода. Бесконечность этого процесса возможна при условии полного расходования доходов, т. е. отсутствия сбережений [8]. Таким образом, важнейший способ обеспечения эффективного спроса (достижения экономического равновесия) – сознательное стимулирование инвестиционной активности.

Конечно, теория Кейнса неидеальна и имеет ряд недочетов, в первую очередь – ее ориентация на краткосрочный период. Корректировку недостатков и прибавление теории динамичности осуществили ряд ученых, которые сформировали такое направление экономической мысли как неокейнсианство. Так, английский экономист Рой Харрод и американский экономист Евсей Домар, установили, что инвестиционные потребности в долгосрочном периоде будут совпадать с возможностями сбережений лишь при достижении определенного оптимального темпа экономического роста. Элвин Хансен рассматривал неравномерность инвестиционных процессов и их связь с временными лагами и дополнил мультипликатор Кейнса концепцией акселератора, который связал рост инвестиций с ростом национального дохода. Шагом вперед стала модель Хикса-Хансена, которая отражает одновременное установление равновесия на товарном и денежном рынке при определенном сочетании уровня дохода и процентной ставки [8].

Представители посткейнсианства, английская школа (Джоан Робинсон, Пьеро Сраффа, Николас Калдор), решали новые проблемы экономики (стагфляция) путем анализа влияния на процесс производства такого фактора, как распределение доходов. Ключевыми категориями вновь выступают инвестиции и сбережения [8].

Таким образом, было доказано, что причина цикличности, кризисов и безработицы – это колебания динамики инвестиций, следовательно, существует объективная необходимость применения данного инструмента государством для обеспечения устойчивого экономического роста.

В то же время, как доказывает мировая практика, сам по себе приток иностранного капитала не является гарантом стабильно высокого темпа экономического роста. Например, опыт таких крупных стран, как Бразилия, Мексика и Аргентина показывает, что на протяжении 1990-2000-х гг. они были одними из основных получателей прямых иностранных инвестиций в развивающемся мире и, вместе с тем, их экономическое развитие оставалось нестабильным. Количество сокращений объемов ВВП за период с 1980 по 2004 г. у Мексики насчитывается 5 раз, Бразилии – 5 раз, а у Аргентины - 9 раз [5]. Между тем, Китай и Малайзия демонстрируют обратное. Централизованное стратегическое планирование, основанное на пятилетних планах и подкрепленное

иностранными инвестициями, позволило данным странам превратиться в современное индустриальное государство с динамично развивающейся экономикой. Первоначально они модернизировали сельское хозяйство, пищевую промышленность, сектор потребительских товаров, далее машиностроение, химическую промышленность и перешли к высоким технологиям. Так, в тот же период с 1980 по 2004 г. экономика Аргентины выросла на 36%, Бразилии - на 79%, Мексики - на 96%, а экономика Малайзии выросла в 4,5 раза, Южной Кореи - 4,8, Китая - 9,5 раза [5]. Таким образом, важен не объем капитала, а способ его применения.

Образцовым примером является грамотная инвестиционная политика США в критический период времени – после мировых войн. Приток американского капитала в немецкую экономику, в соответствии с планом Дауэса, и стратегическое вложение средств именно в промышленные объекты, а не в социальные выплаты, позволили возобновить выплату репараций, которые и вернулись в США от европейских государств в виде погашений военных долгов. Сама же Германия смогла через 4 года на 13% превысить довоенный объем промышленного производства и занять на то время второе после США место в мире по уровню развития [6].

Аналогичным успехом завершилось действие плана Маршала после Второй мировой войны, согласно с которым 15 стран Западной Европы и Япония в течении 1948-1951 гг. получали финансовую помощь от США. Так, использование капиталовложений для обновления основного капитала на новой технической основе (железная дорога, воздушный транспорт, машиностроение), подкрепленное низкими налогами, свободными ценами, льготами для частного инвестирования, активной поддержкой науки и развития передовых технологий, позволило совершить Германии и Японии «экономическое чудо» [7]. План Маршала оказал положительное воздействие на восстановление экономического потенциала и рыночного хозяйства в странах Западной Европы. Уже в начале 50-х годов ими был достигнут довоенный уровень производства на новой технической основе [6]. Такой шаг стал фундаментом для экономического роста и сегодня Великобритания, Франция, Германия, Италия входят в семерку ведущих государств мира.

Современная ситуация в Украине спорная. Согласно данным Государственного агентства Украины по инвестициям и развитию, на начало 2010 года инвестиции поступили из 125 стран и составили 40 026,8 млрд. долл. США. Как видно из рисунка 1, в десятку основных стран-инвесторов вошли: Кипр, Германия, Нидерланды, Российская Федерация, Австрия, Великобритания, Франция, Соединенные Штаты Америки, Виргинские Острова, Швеция [9].

Наиболее привлекательными для инвесторов являются традиционные отрасли экономики. Это, прежде всего, металлургия, машиностроение, химическая промышленность, пищевая промышленность. Так, 23,0% общего объема прямых инвестиций в Украину сосредоточены в предприятиях промышленности, в т.ч. перерабатывающей – 19,7%. Среди отраслей перерабатывающей промышленности по объемам инвестиций лидируют производство пищевых продуктов, напитков и

табачных изделий, металлургическое производство и производство готовых металлических изделий, химическая и нефтехимическая промышленность, машиностроение. Также 21,0% объема прямых инвестиций сосредоточен в финансовых учреждениях, еще 10,6% – в предприятиях торговли, ремонта автомобилей, бытовых изделий и предметов личного потребления [9].

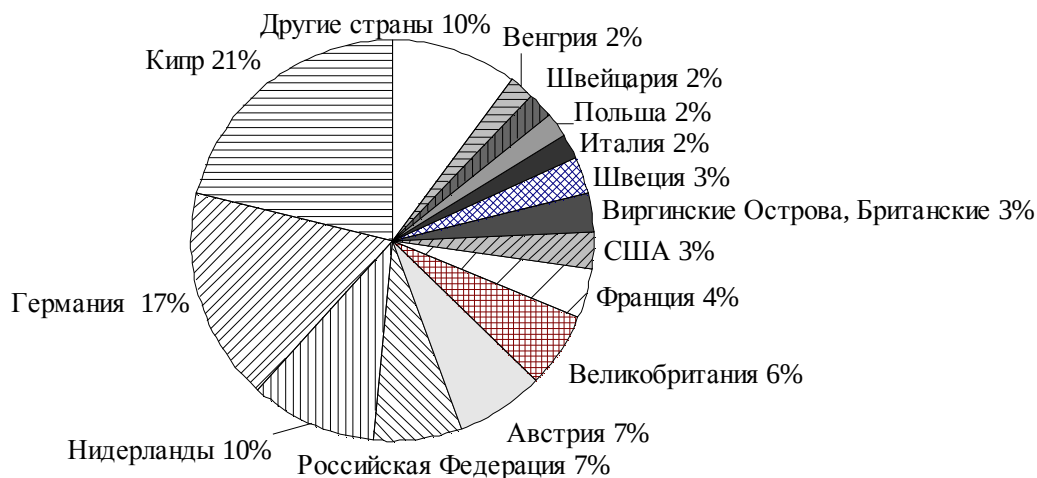


Рис. 1 – Структура прямых иностранных инвестиций в Украину по состоянию на 01.10.2010 [9]

Эксперты агентства отмечают тенденцию увеличения интереса инвесторов к таким отраслям, как автомобильная промышленность, потребительская электроника, высокие технологии, ветроэнергетика, солнечная энергетика, производство биотоплива, телекоммуникации, логистика и некоторые другие. Всемирный банк оценивает потребности Украины в инвестициях более чем 100 млрд. долл. США [9].

В минувшем году правительством были заложены масштабные нацпроекты, направленные на улучшение уровня жизни населения, которые планируют финансировать не из Госбюджета, а, в основном, за счет привлеченных инвестиций. Среди проектов: введение в эксплуатацию железнодорожной линии Киев-Борисполь, строительство терминала сжиженного газа, современных комплексов по переработке твердых бытовых отходов, ветровых и солнечных электростанций, малых гидроэлектростанций, создание национальной образовательной коммуникационной сети, туристической и спортивной инфраструктуры и т.д. [3].

В то же время, согласно официальным данным исследования Colliers International, в ноябре 2010 Украина стала одной из трех наиболее привлекательных стран для инвестирования в области недвижимости [3]. Среди экономистов существует мнение, что улучшение ситуации связано со снижением политического противостояния в Украине, повышением кредитных рейтингов компаний страны, общей стабилизацией национальной валюты [3].

Создается впечатление об удовлетворительной картине, но на самом деле мы

неэффективно используем свои возможности. Основная проблема – отсутствие жесткого контроля и четкого плана. Если в азиатских странах правительство берет на себя всю ответственность по проведению реформ, то Украина, подобно странам Латинской Америки, добившись значительного притока иностранного капитала, пускает их использование на самотек. На данном этапе мы берем новый кредит у МВФ в сумме 1,5 млрд. долл., хотя наш долг уже составляет около 110 млн. долл. [3]. Полученные средства направляются в развитие сырьевых и устаревших отраслей, хотя будущее за наукоемкими, сложными и прогрессивными технологиями. Предпочтения инвесторов объясняются сверхвысоким уровнем доходности за относительно короткий срок инвестирования при низком уровне риска.

Помимо того, решающую роль в инновационных процессах играет предпринимательский сектор, для развития которого в Украине до сих пор не созданы благоприятные условия. Кроме того, долг «ограничивает свободу действий» правительства в управлении экономикой, заставляя его учитывать интересы владельцев иностранного капитала. Усугубляет ситуацию сохранение многолетних проблем инвестиционного климата Украины: несовершенство законодательной базы, высокий уровень коррупции, теневой сектор, высокие процентные ставки для кредитования в сельском хозяйстве, недвижимости.

Вывод. Таким образом, по результатам работы следует отметить, что только инвестирование в развитие передовых технологий, осуществляемое под контролем государства, позволяет странам вырваться вперед в мировом соперничестве. Факт притока капитала экономический рост не гарантирует.

Украине, как государству, обладающему обширным экономическим потенциалом, научной базой, и стремящемуся войти в двадчатку лидеров, следует направить приток иностранного капитала в развитие научно-технического потенциала (космические проекты, атомные технологии, авиастроение, кораблестроение, оборонные технологии, исследования в области High-tech, программного обеспечения и т. д.). Предметом дальнейших научных исследований может быть определение наиболее благоприятных регионов и объектов инвестирования; пути активизации отечественных инвесторов; способы применения достижений техники в приоритетных отраслях экономики Украины (сельском хозяйстве, транспорте).

Список литературы: 1. Гуткевич С.А. Условия привлечения иностранных инвестиций в экономику Украины // Актуальні проблеми економіки.–2002.–№5-6.–С. 55-59. 2. Инвестиционный имидж и климат Украины / Денис Богуш – Блог «Украинская правда», 2010 3. Информационный портал ЛИГА.net [Электронный ресурс: <http://smi.liga.net>] 4. История экономических учений: Учеб. Пособ. / Под ред. Двинских В.Н., Решетняк Н.Б., Шибаевой Н.В. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2003 5. Куприянов Д. Влияние иностранных инвестиций на экономический рост // Экономист.–2005.–№9.–С.82-85 6. Курс экономической истории: Учеб. Пособие/ Под ред. С.И. Архиреева, Н.Б. Решетняк. – Х.: 2005, с 147-179 7. Нольфо Э. История международных отношений / Библиотека Гумер [Электронный ресурс: <http://www.gumer.info>] 8. Лисовицкий В.Н. История экономических учений. – Харьков, ООО «Р.И.Ф.», 2002. – 320 с. 9. Официальный сайт Государственного Агенства Украины по инвестициям и развитию [Электронный ресурс: <http://www.in.gov.ua/>] 10. Ядгаров Я.С. История экономических учений: Учебник – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2004 – 480 с.

Подано до редакції 18.02.2011

С.Ю. ГОНЧАРОВА к.е.н., ХНЕУ, Харків

Ю.В. ОСАДЧА аспірант, ХНЕУ, Харків

ВИЗНАЧЕННЯ ПЛИННОСТІ КАДРІВ ЯК СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ КАТЕГОРІЇ

В статті запропоновані два підходи до розуміння сутності плинності кадрів, дається визначення плинності кадрів як соціально-економічної категорії та розглядається класифікація видів плинності за різними класифікаційними ознаками.

In article two approaches to understanding of essence of turnover of staff are offered, definition of turnover of staff as social and economic category is made and classification of kinds of turnover by various classification signs is considered.

Вступ. Світова економічна криза спровокувала загострення багатьох проблем, які стоять сьогодні перед українськими підприємствами, значне місце серед них займає рівень плинності кадрів. Наслідками цього процесу для підприємств стають зменшення фінансових показників, погіршення морально-психологічного клімату в колективі, зниження продуктивності праці робітників, а також збільшення витрат, пов'язаних з відбором, адаптацією та навчанням нових працівників.

На сьогодні доводиться констатувати той факт, що більшість підприємств не займається регулюванням процесу вивільнення працівників, що призводить до значних показників відтоку найманих працівників в різних галузях економіки. Для того, щоб запобігти цьому явищу, а також негативному впливу від нього на діяльність підприємств, необхідно послідовно управляти цим процесом, починаючи з ранніх стадій. Необхідність дослідження питань плинності кадрів робить постановку проблеми даного дослідження актуальною.

Метою роботи є уточнення сутності поняття плинності кадрів та дослідження різновидів плинності кадрів.

1. Визначення плинності кадрів як соціально-економічної категорії. Аналіз вітчизняної та закордонної літератури дозволив зробити висновок про те, що існує два основних підходи до розуміння плинності. Прихильники першого (широкого) підходу - Подоров Г.М., Лисак У. - розглядають плинність як рух робочої сили, який відбувається у всіх галузях економіки та не обмежують це явище рамками одного підприємства. Прихильники другого (вузького) підходу - Скавітін А.В., Бенетт Р., Щокін Г.В. - розглядають процес плинності кадрів виключно на базі окремих підприємств [1,2,3,4,5].

На підставі проведеного аналізу автор вважає, що під плинністю кадрів доцільно розуміти складний, багатовимірний процес, що входить до складу загального руху трудових ресурсів в народному господарстві, частиною якого є індивідуальні неорганізовані переміщення працівників і який потребує розгляду з економічної, управлінської та психологічної точок зору.

2. Класифікація видів плинності кадрів. Існують різні види плинності кадрів за різними класифікаційними ознаками. Основні з них представлені на рис. 1.



Рис. 1 - Види плинності кадрів

За спрямованістю розрізняють внутрішньоорганізаційну та зовнішню плинність. Внутрішньоорганізаційна плинність пов'язана з трудовими переміщеннями всередині організації, зовнішня - з переміщеннями між організаціями, галузями і сферами економіки.

За причиною звільнення можна виділити активну та пасивну плинність. Активна плинність - рух робочої сили, що обумовлений незадоволеністю працівника робочим місцем (умови праці, розмір компенсаційного винагородження, зміст праці). Пасивна плинність – плинність, що виникає внаслідок незадоволеності організації працівником (недотримання трудової дисципліни, незадовільні результати діяльності) [6].

Залежно від кількості співробітників, що залишають організацію, плинність поділяється на природну і зайву.

Природна плинність (3-5% на рік) сприяє своєчасному оновленню колективу і не вимагає особливих заходів з боку керівництва та кадрової служби.

Також в залежності від ступеня прогнозованості виділяють фактичну і потенційну плинність. Фактична плинність – розмір плинності кадрів, що відбувається в теперішній час, а потенційна плинність – розмір плинності, розрахований на наступний період.

Аналіз літератури дозволив виявити, що в деяких випадках під плинністю кадрів розуміється явище, що спричиняє збитки народному господарству через

стихийний, неорганізований рух робочої сили. Підставою для цього є істотна принципова відмінність між організованим і неорганізованим рухом працівників: якщо перший відбувається в організованому порядку, безпосередньо контролюється суспільством, яке визначає терміни і характер зміни трудової діяльності, то інший в значній мірі відбувається стихійно. Виходячи з цього буде доцільним доповнити існуючу класифікацію плинності кадрів за рахунок виділення класифікаційної ознаки «за ступенем організованості» та додавання таких її видів як організована та неорганізована.

До організованої плинності належить рух робочої сили, який контролюється державою через виконавчі органи, законодавство та державну службу зайнятості.

До неорганізованої плинності належить рух робочої сили, який відбувається без державного врегулювання, стихійно. Характеристикою неорганізованої плинності може бути рівень прихованого безробіття.

Висновки. Науковими результатами даного дослідження є уточнення сутності дефініції плинності кадрів за рахунок виділення особливості індивідуальних неорганізованих переміщень працівників в загальному русі трудових ресурсів, а також доповнення класифікації видів плинності кадрів за рахунок введення класифікаційної ознаки «за ступенем організованості».

Список літератури: 1. Подоров Г.М. Текучесть кадров и борьба с ней. – Горький: Волго-Вят-ки изд-во, 1983. – 307 с. 2. Скавитин А.В. Методические подходы к управлению текучестью кадров. – М.: ИНФРА-М, 2005. – 223 с. 3. Лисак У. Плинність кадрів: причини, наслідки і як з нею впоратися // Довідник кадровика. – 2010. – №2. 4. Беннетт, Р. [Коэффициенты расчета текучести кадров](http://www.elitarium.ru/2009/07/13) [Электронный ресурс] - <http://www.elitarium.ru/2009/07/13> 5. Щёкин Г.В. Основы кадрового менеджмента. – МАУП, 2004. – 280 с. 6. Свистунов В. Современные подходы к оценке текучести персонала / В. Свистунов, М. Тюленева // Кадровик. Кадровый менеджмент. – 2009. – №6.

Подано до редакції 18.02.2011

УДК 330.42;658.51

А.В. СЕРИКОВ, к.ф.-м.н., проф., ХГТУСА, Харьков
О.И. ОЛЬХОВСКАЯ, ассистент, НТУ "ХПИ", Харьков

ЭФФЕКТИВНОСТЬ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТАМИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ИЗМЕРЕНИЕ, СИНЕРГИЗМ

Статья посвящена отработке концептуальных моментов при определении содержания понятия "эффективность управления проектами", ее измерений, а также установлению принципиальной возможности синергетического управления эффективностью. В основу положен системный подход и известная теория синергетического управления, положительно зарекомендовавшие себя при создании сложных технических систем.

The article is devoted to the conceptual moments' working off in the determination of concepts maintenance "Efficiency of management projects" and its measurings, and also to the establishment of the principle possibility of synergetics management efficiency. The base consists of systems

approach and well-known theory of synergetics management, which have positively proved itself in creation of the difficult technical systems.

Ключевые слова: эффективность, управление проектами, бизнес-процесс, синергетическое управление, фазовый портрет.

Формулирование проблемы. В условиях рыночной экономики хозяйствующим субъектам, исповедующим инновационный путь своего развития, все чаще приходится обращаться к так называемой проектной форме организации своей деятельности [0, С.21]. Для проекта наиболее общими признаками являются [0, С.27]: (1) направленность на достижение конкретных целей или определенных результатов, (2) координированное выполнение многочисленных и взаимосвязанных действий, (3) ограниченная протяженность во времени, с определенным началом и концом, а также ограниченность средств и ресурсов, привлекаемых для реализации замыслов. Многообразие проектов, возникающих в процессе инновационной хозяйственной деятельности, достаточно велико. Оно определяется и сферой приложения, и составом предметной области, и масштабом, и длительностью, и степенью сложности, и влиянием результатов, и т.д. и т.п. Однако по поводу любого проекта обязательно возникает вопрос о его эффективности. По меткому замечанию известного американского экономиста Пола Хейне, эффективность - это "... достоинство, наиболее последовательно возвеличенное экономистами", которое "... неминуемо является оценочной категорией и всегда связано с отношением ценности результата к ценности расходов" [0, С.169-170]. Наибольшую известность в экономике получила концепция эффективности В. Парето, в соответствии с которой невозможно улучшить благосостояние одних хозяйствующих субъектов без нанесения ущерба другим [0, С.61]. Данный подход несет с собой конфликтное начало для проектной формы организации и управления хозяйственной деятельностью, в рамках которой могут сталкиваться интересы множества хозяйствующих субъектов. Нет четкого и однозначного ответа на вопрос об эффективности и в специальной литературе по управлению проектами (см., например, [0, С.397]). Поэтому проблемы определения, измерения и совершенствования эффективности управления проектами остаются до сих пор актуальными.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди опубликованных в последнее время исследований по вопросам эффективности хозяйственной деятельности особого внимания заслуживает обстоятельная монография О.С. Сухарева "Теория эффективности экономики" [0]. Автор был нацелен на разработку нового единого взгляда на проблему эффективности экономических систем различного уровня и формирование общей теории эффективности. Он предложил различать два основных вида эффективности [0, С.32]: (1) алокативную, которая описывает насколько производительно распределяются те или другие ресурсы, а также насколько экономно они используются; (2) адаптивную, характеризующую успешность (результативность) в приспособлении разных подсистем к внешнему окружению, риски хозяйственной деятельности, склонность к инновациям

потребность в разных видах экономической деятельности и т.д. Каждый из указанных видов эффективности включает несколько подвидов эффективности и при этом каждый из них наполнен собственным содержанием (см. рисунок 1).

Так, коммерческая эффективность в сущности означает финансовую окупаемость проекта или программы (может измеряться рентабельностью проекта и сроком окупаемости). Бюджетная - выражается превышением доходов бюджета над расходами, связанными с необходимостью достижения поставленной цели.

Вместе с тем, О.С. Сухарев признает, что до сих пор нет универсальной модели для определения эффективности. Нет ясности в процедуре органичной интеграции указанных типов эффективности.

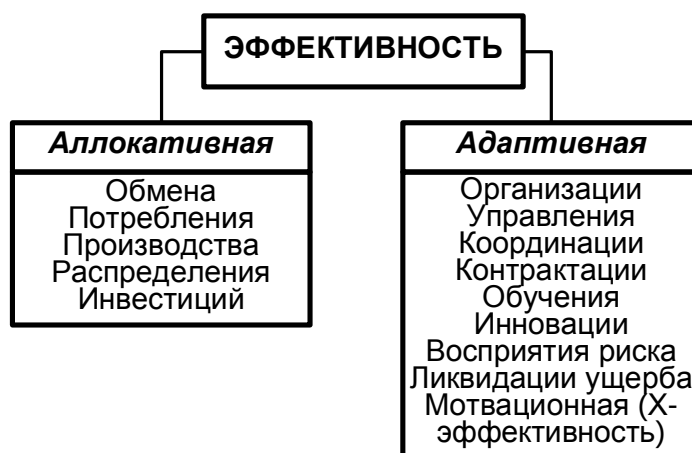


Рис. 1 - Виды эффективности (по О.С. Сухареву)

Такая ситуация сложилась, вероятно, из-за того, что выявленные проблемы не нашли своего разрешения с единых системных позиций, исключаящих все отмеченные в работе [0] внутренние противоречия.

Цель данной статьи - предложить концептуальные подходы к определению содержания понятия "эффективность управления проектами", ее измерению и совершенствованию, базирующиеся на системном анализе и синтезе.

Изложение основного материала. В современной трактовке проект - это мероприятие (совокупность действий), направленное на достижение чего-либо. Однако проект - это также и всесторонний план, модель действий, направленных на достижение оригинальной цели, имеющей, как правило, все признаки новшества. Разработка и реализация проекта и составляет укрупненное содержание управления проектом, представляющее собою особый вид управленческой деятельности, базирующийся на предварительной разработке модели действий по достижению поставленной цели и направленный на реализацию этой модели.

В международной практике приняты следующие определения: (1) проект - это ограниченное во времени целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству результатов, возможными рамками расхода средств и ресурсов и специфической организацией [0, С.8]; (2) управление проектом

(УП) или *Project Management (PM)* - это методология (говорят также, что искусство) организации, планирования, руководства, координации трудовых, финансовых и материально-технических ресурсов на протяжении жизненного цикла проекта путем применения современных методов и техники управления для достижения определенных в проекте результатов по составу и объему работ, стоимости, времени, качеству и удовлетворению участников проекта [0, С.20; 0, С.32].

Учитывая вышеизложенные толкования, представляется целесообразным определять эффективность управления проектами на основе концепции, используемой при оценке эффективности создания сложных технических систем [0, С.10-41], что обеспечит холистический (целостный) подход к исследованию заявленной выше проблемы. При этом в толковании понятия "система" резонно следовать известному советскому физиологу П.К. Анохину, который предлагал *системой называть "...только такой комплекс избирательно привлеченных компонентов, в которых взаимодействия и взаимоотношения принимают характер взаимосодействия компонентов на получение фокусированного полезного результата"*. При этом *"...конкретным механизмом взаимодействия компонентов является освобождение их от избыточных степеней свободы, не нужных для получения данного конкретного результата"*¹, и, наоборот, сохранение всех тех степеней свободы, которые способствуют получению результата. В свою очередь результат через характерные для него параметры и благодаря обратной афферентации² имеет возможность реорганизовать систему, создавая такую форму взаимосодействия между ее компонентами, которая является наиболее благоприятной для получения именно запрограммированного результата." [0, С. 35].

Говоря об эффективности управления проектом, необходимо вначале размежевать понятия "эффект" и "эффективность". Эффект следует воспринимать как результат, следствие определенного действия, а эффективность - как свойство действия давать эффект [0, С.1569]. Как правило, эффект не связывают с усилиями, с помощью которых он достигнут. По отношению к цели данного действия эффект может нести как позитивную, так и негативную направленность.

Основой достижения запланированной цели (результата) является целенаправленная деятельность, представляющая собой систему действий, объединенных общим замыслом и единой целью и преобразующих некоторые ресурсы в требуемый результат, соответствующий поставленной цели. Такая деятельность в теории эффективности сложных технических систем получила название операции [0, С.11]. Понятие операции включает по меньшей мере три определяющих момента: (1) управляющую деятельность человека (органа

¹ Выделено нами

² П.К. Анохин под обратной афферентацией подразумевал процесс коррекции поведения на основе получаемой мозгом информации извне о результатах осуществляющейся деятельности. В управлении проектами этим термином мы будем обозначать процесс коррекции всего проекта либо отдельных его частей на основе мониторинга его текущих результатов.

управления), организующего операцию на основе выбора рационального способа использования активных средств для достижения цели операции; (2) активные средства (технические системы, ресурсы), находящиеся в распоряжении управляющего органа и используемые в операции в соответствии с выбранным способом (стратегией) управления; (3) другие средства (системы), непосредственно взаимодействующие с активными средствами, к которым обычно относят объекты воздействия активных средств, средства, находящиеся в распоряжении других распорядителей в операции (их активные средства).

Описанные здесь представления достаточно хорошо согласовываются с понятийным аппаратом процессного подхода в управлении проектами [0, С.820-822], соответствующего требованиям стандарта ИСО 9001:2000 [0, С. 5]. Под процессом (или бизнес-процессом) понимается устойчивая, целенаправленная совокупность взаимосвязанных видов деятельности, которая по определенной технологии преобразует входы в выходы, представляющие ценность для потребителя [0, С. 17]. Вход бизнес-процесса - это продукт, который в ходе выполнения процесса преобразуется в выход. Выход (продукт) - материальный или информационный объект или услуга, являющийся результатом выполнения процесса и потребляемый внешними по отношению к процессу клиентами [0, С. 19]. У каждого бизнес-процесса есть свой владелец - должностное лицо или коллегиальный орган управления, имеющий в своем распоряжении ресурсы, необходимые для выполнения процесса, и несущий ответственность за результат процесса [0, С. 18]. В качестве ресурса бизнес-процесса может выступать материальный или информационный объект, постоянно используемый для выполнения процесса, но не являющийся входом процесса [0, С. 19]. Принято различать внутрифункциональные и межфункциональные (сквозные) процессы. Первые реализуются в рамках одного подразделения организации, вторые - в рамках нескольких структурных подразделений организации, имеющих различную функциональную и административную подчиненность [0, С. 26]. Процессная модель проекта в стандарте IDEF0 [0], представлена на рисунке 2.

В формализованном виде цель (ожидаемый результат) процесса определяется набором некоторых требуемых параметров Y^E (например, показатели удовлетворенности потребителей, время достижения этих параметров, их сохраняемость и пр.). Следует заметить, что не всегда цель может быть описана адекватными параметрами, поскольку ее "внутреннее состояние" или сущность выражается через внешние признаки или проявления (например, повышенная температура тела человека является проявлением его болезни).

Реальный результат Y бизнес-процесса может не совпадать с желаемым Y^E . Степень соответствия между реальным результатом бизнес-процесса Y и его

желаемым результатом Y^E назовем эффективностью бизнес-процесса (см. [0, С.12]), которая является важнейшей категорией системного анализа³.

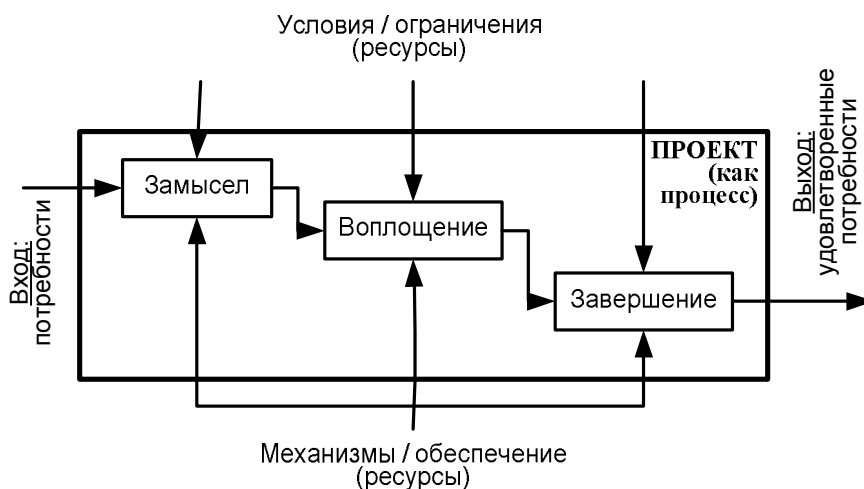


Рис. 2 - Процессная модель проекта

При оценке качества результатов бизнес-процесса практически всегда будет идти речь о позитивном (по содержанию, а не по величине) эффекте, который имеет определенную полезность. Полезность эффекта будет проявляться через изменение желаемых свойств объекта деятельности (удовлетворенность потребителя) в нужную сторону, которые предусмотрены целью бизнес-процесса - наиболее полное и стойкое удовлетворение потребителя благами, производимыми в данном бизнес-процессе.

Необходимо различать два вида полезного эффекта от выполненного процесса: (1) функциональный и (2) экономический. Функциональный эффект можно называть прямым (основным), потому что он проявляется при выполнении процессом своего прямого назначения. Экономический же эффект - непрямым, побочным, поскольку он имеет место исключительно, когда проявляет себя основной эффект. Так, например, эффективность бизнес-процесса "Производство эксклюзивного вида благ и удовлетворение ими потребителей" - это не просто его способность удовлетворять уникальные запросы потребителя, а действенность такой способности, то есть результативность, соотнесенная с ресурсными расходами.

Обычно результат Y операции зависит от: (1) полезного эффекта q , (2) потраченных на это ресурсов C и (3) времени на достижение стойкого эффекта. Перечисленные факторы, в свою очередь, зависят от избранной стратегии (путей запросов потребителей) u [0, С.13]. Таким образом, функция в общем случае должна быть векторной.

$$Y(u) = Y(q(u), C(u), T(u)) \quad (1)$$

³ В системном анализе используется понятие "операция", а в данной работе - "бизнес-процесс", что фактически одно и то же, поэтому здесь предпринята попытка адаптировать результаты теории эффективности и надежности сложных технических систем [0].

При таких условиях эффективность - это комплексный показатель бизнес-процесса, который характеризуется такими свойствами, как:

- результативность (способность процесса давать нужный результат);
- ресурсоемкость (затрата ресурсов);
- оперативность (затрата времени).

Перечисленные свойства хорошо известны в теории и практике управления проектами, но как самостоятельные показатели, а не составляющие некоего интегрированного показателя.

Эффективность бизнес-процесса должна определяться показателем $W(u)$, который является мерой степени соответствия реального результата процесса желаемому (модельному) результату.

Для описания степени соответствия реального результата проекта Y , как специфической деятельности, желаемому Y^e формально можно ввести числовую функцию на численном множестве результатов такой деятельности

$$\rho = \rho\{Y(u), Y^e\}, \quad (2)$$

которую назовем функцией соответствия и которая в некоторой шкале показывает степень достижения цели деятельности [0, С.30].

Разнообразная и малопрогнозируемая человеческая природа обеспечивает случайный характер функции (2), потому показатель эффективности можно определять как математическое ожидание этой функции, а именно:

$$W(u) = M[\rho\{Y(u), Y^e\}], \quad (3)$$

где $M[\dots]$ - знак математического ожидания [0, С.446].

Числовая функция (3), которая определяется на множестве стратегий U , может рассматриваться как показатель эффективности, если удовлетворяет требованиям [0, С.30]: (1) соответствия цели деятельности (2) содержательности; (3) интерпретируемости; (4) измеримости; (5) соответствия системе предпочтений лица, которое принимает решение (ЛПР).

Последнее из этих требований означает, что показатель эффективности должен учитывать психологические особенности ЛПР, которые отображают его отношение к разным ситуациям в условиях неопределенности (например, склонность, не склонность или безразличие к риску). Такой учет нуждается в введении в рассмотрение специальной оценочной функции $f^{\theta_N}(\rho)$, процедуры построения которой описаны в работе [0].

С учетом отмеченного показатель эффективности имеет такой общий вид:

$$W(u) = M\left[f^{\theta_N}(\rho\{Y(u), Y^e\})\right]. \quad (4)$$

Показатели, которые построены по правилу (3), называют "объективными", а по правилу (4) - "субъективными" [0, С.31].

Понятно, что результат и собственно проекта, и управления проектом имеет многомерный характер. Поэтому возникает необходимость введения векторного показателя эффективности, в котором найдут свое место как функциональные (или адаптивные), так и экономические (алокативные) показатели эффективности (см. рисунок 3). Он будет иметь вид

$$\mathbf{r} = \|W_1(u), W_2(u), \dots, W_m(u)\|^T, \quad (5)$$

где

$$W_i(u) = M[f^{\theta_c}(\rho_i\{y_i(u), o_i^a\})] \quad (i \in [1, m]). \quad (6)$$

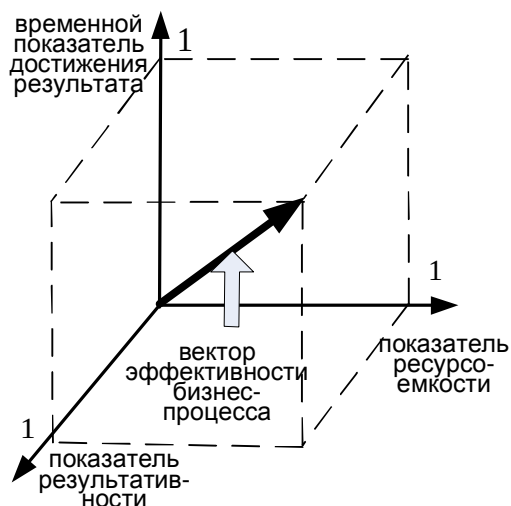


Рис. 3 - Модель вектора эффективности проекта и управления им

Использование векторного показателя эффективности деятельности (процесса) диктует дополнительные требования минимальности числа частичных показателей и их полноты.

Показатель эффективности деятельности зависит, как уже отмечалось, от стратегии u или пути достижения результатов. То есть $W(u)$ определяется на численном множестве допустимых стратегий, которое будет иметь конкретный характер на численном множестве альтернативных бизнес-процессов.

Ясно, что проблема улучшения эффективности деятельности (бизнес-процесса) будет сталкиваться с проблемой оптимизации векторного показателя эффективности. Вместе с тем, человек легче оперирует со скалярными величинами. Поэтому векторный показатель эффективности целесообразно представить в полярной системе координат в виде так называемой круговой диаграммы направленности (см. рисунок 4) [0, С.30]. Если она будет иметь нормированный характер, то отношение площади, занимаемой конкретной диаграммой, к площади, занимаемой эталонной диаграммой, будет свидетельствовать об эффективности конкретного бизнес-процесса (или деятельности).

Содержимое рисунка 4 говорит само за себя, потому специалистам в области управления проектами должно быть абсолютно ясно как построить систему управления эффективностью проекта и управления им.

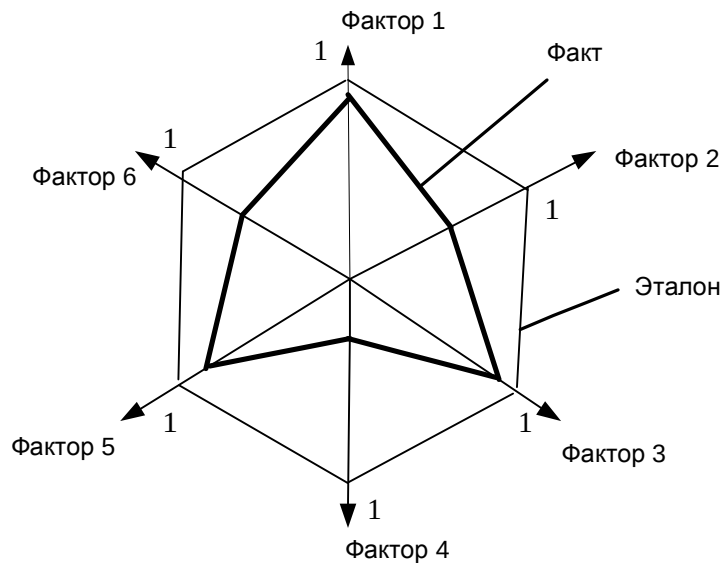


Рис. 4 - Модель скалярного представления вектора эффективности проекта и управления им

Итак, чтобы достичь цели проекта, нужно ответить на вопросы: кто действует? как действует? чем действует? на что действует? и т.д.

Отрабатывая все поставленные вопросы можно прийти к модели бизнес-процессов в рамках соответствующих бизнес-систем (см., например, [0, С. 182 - 189]), которая представлена на рисунке 5.

Бизнес-процесс "Создание и реализация проекта" реализуется в рамках S_0 -системы. "Инициатор" А1 - это участник проекта, являющийся носителем основной идеи проекта и инициативы по его реализации. "Заказчик" А 2 - это участник проекта, заинтересованный в достижении основной цели, результатов проекта. "Инвесторы" А 3 - это участники проекта, осуществляющие финансирование проекта и заинтересованные в достижении финансовых результатов проекта. "Хозяйствующий субъект, выполняющий все работы по проекту" А 4 - это участник проекта, который выполняет основные работы по проекту и управлению им. Руководителю проекта (проект-менеджеру) делегируются полномочия по управлению деятельностью, направленной на достижение целей проекта. Команда проекта - совокупность действующих как единое целое участников проекта - обеспечивает под руководством проект-менеджера достижение целей проекта. "Подрядчики и субподрядчики" А 5 - хозяйствующие субъекты, выполняющие отдельные виды работ по проекту. "Поставщики ресурсов" А 6 входят в так называемую обеспечивающую подсистему проекта. "Хозяйствующие субъекты-конкуренты" А 7 - могут являться своеобразной альтернативой каждому из перечисленных участников проекта.

Следует подчеркнуть, что цель любого бизнес-процесса является системообразующим фактором для любого участника проекта.

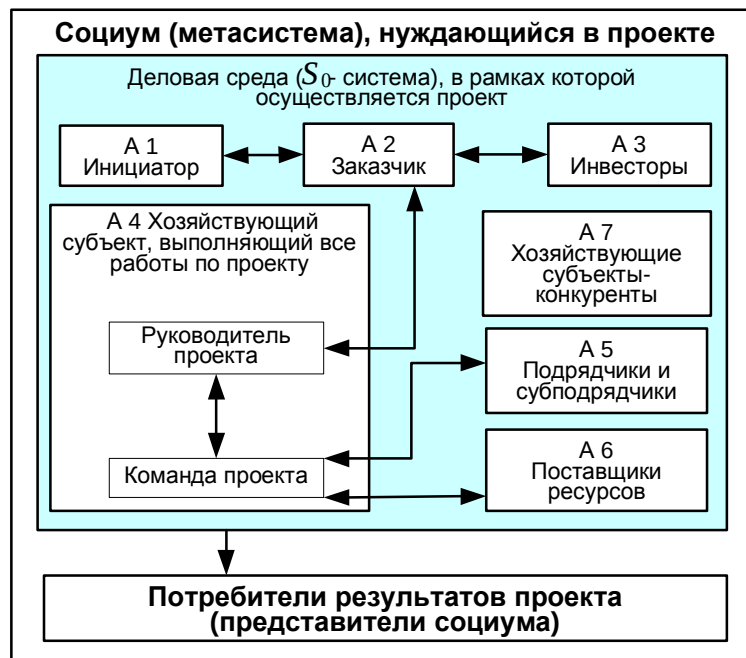


Рис. 5 - Окружение и участники проекта

Сам проект, как бизнес-процесс, реализуемый в рамках S_0 -системы, должен обязательно рассматриваться как составная часть более крупного процесса, реализуемого метасистемой, в качестве которой выступает социум, проявляющий интерес и озабоченность уровнем и качеством жизнедеятельности всех своих членов. Таким образом, возникает необходимость рассматривать иерархию бизнес-процессов, сопряженных между собою адекватной иерархией целей. В этом случае возникает возможность создания внутренне непротиворечивой иерархии систем, улучшение эффективности жизнедеятельности каждой из которых не будет происходить за счет ухудшения эффективности жизнедеятельности остальных.

В таких условиях представляется целесообразным остановиться на управлении, которое получило название синергетического [0].

Синергетика (от греческого *synergeia* - сотрудничество, совместное действие, соучастие) - это интенсивно формирующаяся наука о коллективном, когерентном поведении нелинейных динамических систем разного происхождения [0], для которых свойственна так называемая самоорганизация - процесс, приводящий к возникновению внутренних пространственных и пространственно-временных структур [0].

При всех сложностях анализа нелинейных явлений и сред (или систем), где они наблюдаются, выявилось их очень простое поведение за счет самоорганизации, условием возникновения которой является неравновесность всех процессов в среде [0]. Благодаря самоорганизации выделяется относительно небольшое количество переменных или характеристик среды, которые определяют всю его динамику и поэтому названы "параметрами порядка" [0, С.9]. При таких условиях все составляющие среды (системы) подстраиваются под эти параметры порядка и

принимают такой режим существования и развития, который можно назвать взаимодействием или когерентностью (от лат. *cohaerere* - быть связанными). Если подходить к данному результату с позиций системного анализа, можно понять, что он возможен, благодаря такому свойству систем, как эмерджентность (от англ. *emergent* - возникать) [0, С.14]. Свойства системы, которые присущи только ей и не происходят из свойств ее составляющих, возникают и существуют, пока существует порождающая их система, а точнее системообразующие факторы. Если ценность эмерджентных свойств системы отнести к ценности системообразующих факторов, появляется принципиальная возможность определить синергическую эффективность системы или бизнес-процессов, которые она обеспечивает.

Поставим теперь задачу о целевой самоорганизации системы, то есть о синергетическом управлении ее поведением, а значит, и эффективностью. Для этого исследуем совместную динамику спроса и предложения на инновационные проекты, определяющих особенности бизнес-процесса "Выполнение проекта", поддерживаемого системой А 4 (см. рис. 5).

Объемы спроса, предложения и возможную "емкость" рынка востребованных "Заказчиком" А 2 инновационных проектов (в денежных единицах) обозначим соответственно через, N_x , N_y и K . Модель динамики спроса и предложения может быть представлена системой нелинейных дифференциальных уравнений вида [0]

$$\left. \begin{aligned} \frac{dx}{dt} &= ax - xy - b x^2, \\ \frac{dy}{dt} &= -hy + xy, \end{aligned} \right\} \quad (7)$$

где $x = N_x/K$, $y = N_y/K$, a - отражает скорость изменения спроса в относительных единицах (при $a > 0$ спрос растет, при $a < 0$ - убывает), b - "весовой" множитель - показатель процесса конкуренции, вызванного спросом на подобные проекты, h - характеризует скорость изменения предложения проектов.

Исследовать систему (7) можно с помощью метода фазовой плоскости [0, С.17] из качественной теории дифференциальных уравнений [0, 0]. Каждому состоянию динамической системы "спрос/предложение", описываемому уравнениями (7), отвечает пара значений (x,y) и наоборот. Декартова система координат, в которой находят отображение все состояния (или фазы) динамической системы (7), называется фазовой плоскостью. Точка $M(x,y)$ в ней - изображающей. Совокупность точек $M(x(t), y(t))$ на фазовой плоскости, положение которых отвечает всем возможным состояниям системы "спрос/предложение" со временем, называют фазовой траекторией. Совокупность последних - фазовым портретом системы [0, С.19].

Одним из центральных вопросов качественного исследования нелинейной динамической системы есть исследование так называемых особых, стационарных точек или точек равновесия [0, С.13]. В этих точках одновременно стремятся к нулю производные по времени от переменных x и y . Можно показать, что на фазовом

портрете исследуемой системы (7) должно быть три точки с координатами $O(0; 0)$, $A(h; \alpha - bh)$ и $B(\alpha/b; 0)$ [0].

Фазовый портрет системы (7), построенный с помощью известного пакета "Mathematica 7" при $a = 0,25$, $b = 0,25$ и $h = 0,4$, изображен на рис. 6,а.

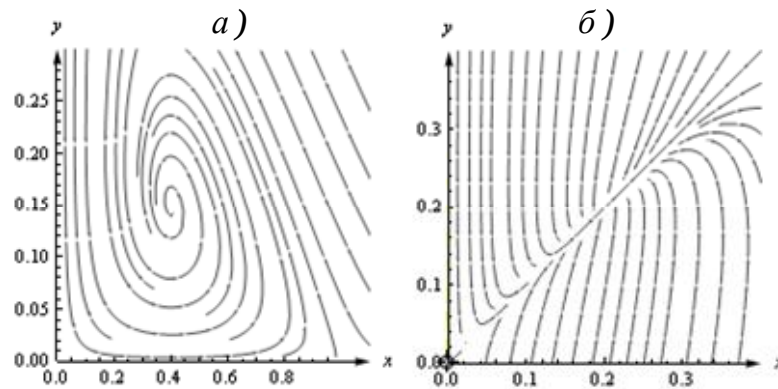


Рис. 6 - Фазовые портреты системы "спрос/предложение", свободной от любого вмешательства (а), и при синергетическом управлении (б)

Видно, что у системы три стационарных состояния в точках с координатами $(0; 0)$, $(1; 0)$ и $(0,4; 0,15)$. В первых двух, относящихся к типу "седло", система испытывает неустойчивое равновесие. Последнее - "устойчивый фокус" - характеризуется балансом спроса на определенный проект с предложением на него при условии конкуренции со спросом на родственные проекты (поэтому предложение, равное $y = 0,15$, оказывается меньше спроса $x = 0,4$), но этот баланс достигается не вдруг, а за определенный промежуток времени.

Исследуем теперь вопрос о синергетическом управлении системой "спрос/предложение" на инновационные проекты, за счет которого прогнозируемый баланс будет достигнут непременно и за короткий промежуток времени. Для этого "подключим" соответствующее управление, в результате чего математическая модель системы "спрос/предложение" переформируется к виду

$$\left. \begin{aligned} \frac{dx}{dt} &= a \cdot x - x \cdot y - b \cdot x^2; \\ \frac{dy}{dt} &= -h \cdot y + x \cdot y + u(x, y); \end{aligned} \right\}, \quad (8)$$

где $u(x, y)$ - закон управления, который дальше будет синтезирован с помощью процедур аналитического конструирования нелинейных агрегированных регуляторов (АКАР) по заданным инвариантным многообразиям [0, С.102], за счет чего в фазовом пространстве возникнет когерентное коллективное движение или направленная самоорганизация.

Для синтеза $u(x, y)$ введем макропеременную [0, С.119-123]

$$y(x, y) = w \cdot y - m \cdot x \quad (9)$$

и будем требовать, чтобы $y(x, y)$ удовлетворяла дифференциальному уравнению

$$T \frac{dy}{dt}(t) + y = 0, \quad (10)$$

где T - время, в течение которого в исследуемой системе должны состояться все переходные процессы, которые будут запущены благодаря организационно-экономическим усилиям хозяйствующего субъекта А 4 на рис.5.

Подставляя (9) в (10) и учитывая (7), получим

$$u(x, y) = \frac{m}{w} \left(\frac{1}{T} + a - y - b \cdot x \right) \cdot x - \left(\frac{1}{T} - h + x \right) \cdot y. \quad (11)$$

Данный закон управления переводит изображающую точку системы (8) в окрестность многообразия $y = 0$ (9), движение вдоль которого описывается дифференциальным уравнением

$$\frac{dX_y}{dt} = X_y \left[a - \left(b + \frac{m}{w} \right) X_y \right], \quad (12)$$

из которого легко определить желаемый хозяйствующим субъектом А 4 уровень спроса

$$x_y = \frac{a \cdot w}{b \cdot w + m}, \quad (13)$$

и соответствующий ему уровень предложения

$$y_y = \frac{a \cdot m}{b \cdot w + m}. \quad (14)$$

При указанных условиях математическая модель (8) системы "спрос/предложение" преобразуется к виду

$$\left. \begin{aligned} \frac{dx}{dt} &= a \cdot x - x \cdot y - b \cdot x^2; \\ \frac{dy}{dt} &= \frac{m}{w} \left[\left(a + \frac{1}{T} \right) x - xy - b \cdot x^2 \right] - \frac{1}{T} y \end{aligned} \right\}. \quad (15)$$

Фазовый портрет системы (15), который построен при условии, что $a = 0,25$, $b = 0,25$, $m = 0,1$, $w = 0,1$ и $T = 1$, приведен на рисунке 6,б. Как видно из него, фазовые траектории "организованно" стремятся к многообразию $y = 0$, на котором содержится точка равновесия спроса с предложением $(0,2; 0,2)$, координаты которой легко определяются с помощью расчетов по формулам (13) и (14). В этой самоорганизации и проявляется синергический эффект от предложенного управления. Из любого состояния система "спрос/предложение" непременно придет на многообразие $y = 0$, по которому "скатится" к точке равновесия. Указанное многообразие является притягивающим (или аттрактором), на котором реализуется процесс редукции избыточных степеней свободы исходной системы "спрос/предложение", что является основной задачей синергического управления сложными системами любого происхождения [0, С.90]. При этом надо помнить, что редукция избыточных степеней свободы улучшает результативность хозяйственной деятельности субъекта А 4, снижает издержки на нее и уменьшает время на

достижение запланированного результата. Ясно, что все перечисленное повлечет улучшение показателя эффективности хозяйственной деятельности субъекта А 4.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Резюмируя, подчеркнем, что в работе впервые поставлена задача определения категории "эффективность управления проектами" с позиций системного анализа и показано, что искомая эффективность есть вектор в пространстве функциональных, экономических и временных показателей этой деятельности. Кроме того, в работе впервые сформулирована и решена задача синергетического управления проектами. В дальнейшем необходима более подробная разработка показателей эффективности для различных видов инновационных проектов, а также более детальное исследование необходимых и достаточных условий для реализации принципов синергетического управления эффективностью управления проектами в различных отраслях экономики.

Список литературы: 1. Акимов А.А. Системологические основы инноватики / А.А. Акимов, Г.С. Гамидов, В.Г. Колосов.- СПб.: Политехника, 2002.- 596 с. 2. Анохин П.К. Принципиальные вопросы общей теории функциональных систем / П.К. Анохин // Принципы системной организации функций, М., "Наука", 1973.- С.5-61. 3. Баранцев Р.Г. Имманентные проблемы синергетики / Р.Г. Баранцев // Новое в синергетике: Взгляд в третье тысячелетие.- М.: Наука, 2002.- С.460-477. 4. Баутин Н.Н. Методы и приемы качественного исследования динамических систем на плоскости.- 2-ое изд., доп. / Н.Н. Баутин, Е.А. Леонтович.- М.: Наука, 1990.- 488 с. 5. Бронштейн И.Н. Справочник по математике для инженеров и учащихся втузов / И.Н. Бронштейн, К.А. Семендяев.- М.: Наука, Гл.ред. физ.-мат. лит., 1986.- 544 с. 6. Бурков В.Н. Как управлять проектами: Научно-практическое издание. // В.Н. Бурков, Д.А. Новиков.- М.: СИНТЕГ-ГЕО, 1997.- 188 с. 7. Елиферов В.Г. Бизнес-процессы: Регламентация и управление: Учебник / В.Г. Елиферов, В.В. Репин.- М.: ИНФРА-М, 2004.- 319 с. 8. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия / Г.Б. Клейнер.- М.: Изд-во "Дело" АНХ, 2008.- 568 с. 9. Колесников А.А. Прикладная синергетика: основы системного синтеза.- Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2007.- 384 с. 10. Мазур И.И. Управление проектами. / И.И. Мазур, В.Д. Шапиро и др. Справочное пособие / Под ред. И.И. Мазура, В.Д. Шапиро.- М.: Высшая школа, 2001.- 875 с. 11. Малинецкий Г.Г. Современные проблемы нелинейной динамики / Г.Г. Малинецкий, А.Б. Потапов; изд. 2-ое, испр. и доп.- М.: Едиториал УРСС, 2002.- 360 с. 12. Серіков А.В. Маркетинг як необхідна умова синергетичного управління господарською діяльністю / А.В. Серіков, О.О. Зубова // Актуальні проблеми економіки, 2010.- № 5.- С.276-283. 13. Советский энциклопедический словарь / Гл. ред. А.М. Прохоров.- 4-е изд.-М.: Сов. энциклопедия, 1986.- 1600 с. 14. Сухарев О.С. Теория эффективности экономики / О.С. Сухарев.- М.: Финансы и статистика, 2009.- 368 с. 15. Флейшман Б.С. Основы системологии / Б.С. Флейшман.- М.: Радио и связь, 1982.- 368 с. 16. Хакен Г. Синергетика / Г. Хакен; Пер. с англ.- М.: Мир, 1980.- 406 с. 17. Хейне П. Экономический образ мышления, изд. 2-е, стереотип. / П. Хейне; пер. с англ.-М.: Изд-во "Дело" при участии Изд-ва "Catallaxy", 1993.- 704 с. 18. Черемных С.В. Структурный анализ систем: IDEF-технологии / С.В. Черемных, И.О. Семенов, В.С. Ручкин.- М.: Финансы и статистика, 2001.- 208 с. 19. Эрроусмит Д. Обыкновенные дифференциальные уравнения. Качественная теория с приложениями / Д. Эрроусмит, К. Плейс; Пер. с англ.- М.: Мир, 1986.- 243 с. 20. Эффективность технических систем / Под общ. ред. В.Ф. Уткина, Ю.В. Крючкова // Надежность и эффективность в технике: Справочник: В 10 т. / Ред. совет: В.С. Авдеевский (пред.) и др.- Том 3.- М.: Машиностроение, 1988.- 328 с.

Подано до редакції 21.02.2011

А.І. ЯКОВЛЄВ, д.е.н., проф., НТУ «ХПІ», Харків
О.О. ЛІТКЕВИЧ, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

РОЛЬ АМОРТИЗАЦІЇ В ПРОЦЕСІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

Розглянуто амортизацію як фактор, що впливає на фінансовий результат підприємства і як одне з найважливіших джерел фінансування оновлення основних засобів в умовах дії нового податкового законодавства України.

A depreciation as a factor affecting the financial results and as one of the major sources of financing of new capital assets in the conditions of new tax legislation of Ukraine.

Ключові слова: амортизація, амортизаційні відрахування, метод нарахування амортизації, Податковий кодекс України.

Вступ. Державні підприємства й організації, а також засновані на колективній формі власності забезпечують капітальні вкладення власними, залученими і позиковими джерелами фінансових ресурсів. При цьому власні джерела фінансування капітальних вкладень підприємств складаються з внесків засновників (при створенні колективних підприємств), прибутку амортизаційних відрахувань й інших джерел. Амортизаційні відрахування є основним власним джерелом фінансування простого відтворення основних фондів підприємств [1, с. 240].

Постановка задачі. Метою роботи є оцінка впливу амортизації на фінансовий результат підприємства, дослідження амортизації як важливого інструменту регулювання інвестиційної діяльності; аналіз змін у Податковому кодексі України (що набув чинність 1 січня 2011 року) і визначення їх впливу на загальні тенденції амортизаційної політики вітчизняних підприємств.

Методологія. Амортизація являє собою складний економічний механізм, який забезпечує поступове перенесення вартості основних засобів на створювану продукцію у відповідності з рівнем зносу з метою нагромадження коштів для їх відтворення.

Прийнята на підприємстві амортизаційна політика істотно впливає на фінансовий результат діяльності підприємства. У зв'язку з тим, що основні засоби беруть участь у діяльності підприємства, їх амортизація позначається на результатах цієї діяльності. Нархована амортизація через ряд бухгалтерських записів відноситься на зменшення фінансового результату. Таким чином, вибір методу амортизації позначається не тільки на щорічній величині амортизаційних відрахувань, а й впливає на величину фінансового результату (тим сильніше, чим вище частка амортизації в загальній масі витрат) [2].

При нарахуванні амортизації основних фондів можна застосовувати 5 методів: прямолінійний; зменшення залишкової вартості; прискореного зменшення

залишкової вартості; кумулятивний; виробничий. Метод амортизації обирається підприємством самостійно з урахуванням очікуваного способу отримання економічних вигод від його використання [3, п. 28].

Вибрані методи нарахування амортизаційних відрахувань повинні:

- сприяти реалізації економічної та науково-технічної стратегії підприємства;
- мінімізувати базу оподаткування з податку на прибуток, податку на майно підприємства;
- бути простими, а витрати на облік мінімальними.

Необхідність оновлення основних виробничих засобів за ринкових відносин визначається передовсім конкуренцією товаровиробників. Саме конкуренція спонукує підприємства здійснювати прискорене списання основних виробничих засобів з метою нагромадження фінансових ресурсів для наступного вкладання коштів у придбання більш прогресивного устаткування, впровадження нових технологій та іншого поліпшення основних виробничих засобів [4, с. 257]. Таким чином, здійснюється інтенсивне відтворення. Внаслідок чого, амортизація набуває власних форм існування та руху і перестає бути виявленням фізичного зносу основного капіталу, відбувається розмежування між амортизаційним фондом та чистим доходом, фондами відшкодування та нагромадження. Таким чином, розширюється і стає більш стійкою фінансова база інвестування. Амортизація перетворюється у важливий інструмент регулювання інвестиційної діяльності підприємств. Тому лібералізація амортизаційної політики набуває суттєвого значення в активізації інвестиційної діяльності в оновлення основних засобів.

З 1 січня 2011 р. в Україні діють стимули для поліпшення інноваційно-інвестиційного розвитку, зокрема Податковим кодексом передбачається зменшення ставок основних податків, прискорена амортизація направлення частини прибутку на енергозбереження та модернізацію інноваційних процесів. Про це на засіданні Кабінету міністрів України повідомив прем'єр-міністр Микола Азаров [5].

У новому Податковому кодексі повністю змінився підхід до методики нарахування амортизації, виходячи з мінімально допустимих термінів амортизації основних фондів і інших необоротних активів (наведено класифікацію по 16 групам). Термін використання основних фондів затверджується наказом по підприємству, проте не може бути менше мінімально встановлених термінів. Нархування амортизації призупиняється на період виводу об'єкта з експлуатації (для реконструкції, модернізації, добудови, дообладнання, консервації та інших причин на підставі документів, які свідчать про виведення таких основних засобів з експлуатації) [6].

Результати дослідження. Результатом аналізу нового Податкового кодексу України в контексті сучасних тенденцій амортизаційної політики підприємств є структуризація окремих статей з метою наочного відображення зв'язку між групами основних засобів і методами нарахування амортизації. В табл. 1 перераховано групи основних засобів і відповідні до них методи нарахування амортизації.

Таблиця 1 – Групи основних засобів і методи нарахування амортизації

Групи	Мінімально допустимі строки корисного використання, рік	Метод нарахування амортизації
група 1 – земельні ділянки	–	(Не нараховується)
група 2 – капітальні витрати на поліпшення земель, не пов’язані з будівництвом	15	[Прямолінійний]
група 3 – будівлі,	20	[Прямолінійний]
споруди,	15	
передавальні пристрої	10	
група 4 – машини та обладнання	5	(Прискореного зменшення залишкової вартості)
з них: електронно-обчислювальні машини, інші машини для автоматичного оброблення інформації, пов’язані з ними засоби зчитування або друку інформації, пов’язані з ними комп’ютерні програми (крім програм, витрати на придбання яких визнаються роялті, та/або програм, які визнаються нематеріальним активом), інші інформаційні системи, комутатори, маршрутизатори, модулі, модеми, джерела безперебійного живлення та засоби їх підключення до телекомунікаційних мереж, телефони (в тому числі стільникові), мікрофони і рації, вартість яких перевищує 2500 гривень	2	
група 5 – транспортні засоби	5	(Прискореного зменшення залишкової вартості)
група 6 – інструменти, прилади, інвентар (меблі)	4	[Прямолінійний], [Кумулятивний]
група 7 – тварини	6	[Виробничий]
група 8 – багаторічні насадження	10	[Зменшення залишкової вартості], [Кумулятивний]
група 9 – інші основні засоби	12	(Прямолінійний), (виробничий)
група 10 – бібліотечні фонди	–	(*)
група 11 – малоцінні необоротні матеріальні активи	–	(*)
група 12 – тимчасові (нетитульні) споруди	5	(Прямолінійний), (виробничий)
група 13 – природні ресурси	–	(Не нараховується)
група 14 – інвентарна тара	6	(Прямолінійний), (виробничий)
група 15 – предмети прокату	5	(Прямолінійний), (Виробничий)
група 16 – довгострокові біологічні активи	7	[Виробничий]
(...) – згідно Податкового кодексу [...] – рекомендовано (*) – амортизація може нараховуватися за рішенням платника податків у першому місяці використання об’єкта в розмірі 50 відсотків його вартості, яка амортизується, та решта 50 відсотків вартості, яка амортизується, у місяці їх вилучення з активів (списання з балансу) внаслідок невідповідності критеріям визнання активом або в першому місяці використання об’єкта в розмірі 100 відсотків його вартості.		

Висновки. Амортизація – це стаття витрат при розрахунку податкового прибутку, за якою практично в усьому світі формуються податкові різниці. У відповідності до Податкового кодексу суб’єктам дозволено обирати будь-який з п’яти методів нарахування амортизації, три з яких є прискореними. Перевага прискорених методів амортизації в тому, що вони, з одного боку, сприяють

інноваційному процесу на підприємстві, тобто отриманню можливості швидше оновлювати основні засоби, а з іншого, – дають можливість зниження суми податку на прибуток, що сплачується підприємством на основі зменшення розміру прибутку від звичайної діяльності до її оподаткування. Таким чином, зміни податкового законодавства України в сфері нарахування амортизації направлені на поглиблення інноваційної діяльності підприємств, що є необхідною умовою для подальшої інтеграції України в європейське середовище. У той же час, на сьогодні, коли у зв'язку з нестачею коштів, амортизаційні накопичення суб'єкти підприємництва переважно використовують на поточні потреби, впровадження прискореної амортизації в економіці України є передчасним.

Список літератури: 1. *Філімоненков О.С.* Фінанси підприємств: Навч. посіб. / О.С. Філімоненков – 2-ге вид., переробл. і допов. – К.: МАУП, 2004. – 328с. 2. *Педан Ю.М.* Влияние амортизации на финансовые результаты предприятия. [Электронный ресурс] Режим доступа – http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nvfbi/2009_2/Magazine_02_09_st35_pp65-67.pdf 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби». Затверджено Наказом Міністерства фінансів України 27.04.2000 р. №92. 4. *Поддєрьогін А.М.* Фінанси підприємств: Підручник. /А.М. Поддєрьогін. – 3-тє вид., перероб. та доп. – К.: КНЕУ, 2001. – 460 с. 5. <http://www.radioera.com.ua/eranews/?idArticle=28095> 6. Податковий кодекс України від 23.12.2010.

Подано до редакції 21.02.2011

УДК 657.421.32

В.М. КОБЕЛЄВ, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків
Ю.А. ГАЛИЧ, магістр, НТУ «ХПІ», Харків

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Здійснено узагальнення, систематизацію існуючих підходів до оцінки економічного потенціалу підприємства та виділення її напрямків за такими основними елементами: об'єкт оцінки, критерій, показник (система), одиниці (шкала) вимірювання, цілі та сама оцінка.

An generalization, systematization of existing approaches to assessing the economic potential of enterprises and allocating its directions in the following main elements: the object of evaluation criteria, rate (system) unit (scale) of measurement purposes and the same score.

Ключові слова: ефективність, економічний потенціал, систематизація підходів.

Вступ Економічний потенціал є інтегрованою та повною характеристикою розвитку підприємства, бо саме він є основою прийняття стратегічних рішень, визначає напрямки розвитку підприємства залежно від ринкових умов, обумовлює формування конкретної програми дій на перспективу, є базовим критерієм управління сучасним підприємством. І тому, управління підприємством, формування ефективних, адаптованих до сучасних умов розвитку виробничих відносин механізмів управління передбачає розробку та впровадження інтегрованої системи

управління, основою якої виступає система оцінки потенціалу, процесів його змінення. Оціночна система економічного потенціалу підприємства базується на спостереженнях, аналізі та оцінці потенціалу, служить цілям функціонування та розвитку підприємства, є інструментом обробки інформації, засобом обґрунтування стратегічних рішень та визначається потребами управління. Оцінка потенціалу є необхідною на всіх стадіях підготовки та прийняття рішення, особливо на етапах формулювання цілі, розробки рішення, відбору кращого з варіантів та під час обговорення результатів реалізації рішення.

Постановка проблеми Проблема вимірювання величини потенціалу підприємства є важливою як в теоретичному, так і практичному плані. Знання потенціалу підприємства дозволяє визначити сумарний потенціал галузі та економіки в цілому, створює основу для розробки, вибору та обґрунтування довгострокових цілей їх розвитку. Співвідношення величини потенціалу з кінцевими результатами функціонування підприємства дозволяє отримати комплексне уявлення про ефективність його функціонування, тобто ступінь реалізації потенціалу. Це дає можливість визначити напрямки реструктуризації потенціалу з метою оптимізації його структури.

Оцінка потенціалу підприємства та окремих його елементів надає можливість ліквідувати протиріччя за умов різноприскореного та різноспрямованого руху його складових, певною мірою управляти характеристиками потенціалу. Таким чином, оціночна система потенціалу за суттю є вимірювальною системою управління цим потенціалом і розвитком підприємства.

Мета та завдання статті Метою даної статті є узагальнення, систематизація існуючих підходів до оцінки економічного потенціалу та виділення її напрямків за цілями і завданнями.

Результати досліджень Під оцінкою у загальному вигляді розуміють результат визначення та аналізу якісних і кількісних характеристик об'єкта, яким управляють, а також самого процесу управління [1]. Деякі автори сутність оцінки зводять до процесу визначення вартості (ринкової вартості) певного об'єкту на основі економічних методів, що на наш погляд, звужує її тільки до оцінки еквіваленту цінності з орієнтацією на минулий та поточний стан без урахування можливостей розвитку [2]. Але в подальших дослідженнях М. А. Федотова та А.Г. Грязнова трактують оцінку як упорядкований, цілеспрямований процес визначення у грошовому вимірі вартості об'єкта з урахуванням потенційного та реального доходу, що отримується їм в певний момент часу за умов конкретного ринку [4]. Тим самим автори підкреслюють значення вартості під час оцінки діяльності підприємства та акцентують увагу на врахуванні таких чинників її формування, як час та ринкова кон'юнктура.

Відповідно до зазначених підходів та в їх розвиток сформувались і підходи до визначення оцінки економічного потенціалу. Так, О.Ф. Балацький під оцінкою економічного потенціалу підприємства розуміє процес визначення його величини в

натуральному, вартісному або будь-якому іншому вираженні [1]. Аналогічної думки дотримуються Є.В. Лапін та К.В. Давискіба, які пропонують під оцінкою економічного потенціалу розуміти визначення його величини тільки у вартісному вираженні в розрізі складових елементів [6]. Дані твердження, зводять зміст оцінки потенціалу тільки до визначення його кількісних характеристик у статистиці. В подальших дослідженнях ці науковці розширюють і уточнюють суть та зміст оцінки потенціалу. На думку О.Ф. Балацького та його співавторів [1], оцінка економічного потенціалу є процесом визначення та аналізу якісних та кількісних характеристик об'єкта, що оцінюється, в якості якого у даному випадку виступає саме економічний потенціал. Таке трактування базується на його ж визначенні оцінки та співпадає з підходами О.В. Ареф'євої та О.В. Коренкова [7], але має досить загальний характер, хоча і спрямовує дослідників на оцінку не тільки величини, а й рівня використання потенціалу.

Слід звернути увагу на те, що найчастіше в наукових працях оцінка економічного потенціалу зводиться до його ресурсної складової. При цьому кількісною мірою його визначення є витрати на ресурси підприємства.

Недоліком оцінки економічного потенціалу на основі ресурсно-витратного підходу є те, що вона відображає тільки один з аспектів потенціалу. До того ж результати такої оцінки не містять якісних характеристик, які відображали б потенційну спроможність ресурсів задовольняти економічні потреби.

Таким чином, можна констатувати, що єдина теорія оцінки економічного потенціалу знаходиться в стадії формування. Створені концептуальні підходи, які базуються на різних критеріях, різняться за цілями та призначаються для вирішення конкретних завдань.

У наукових працях з проблем формування та реалізації потенціалу підприємства недостатньо розробленими залишаються питання виміру його величини та рівня ефективності використання. Існує безліч підходів стосовно кількості та характеру показників, які пропонуються для оцінки. Деякі економісти вважають, що існує єдиний синтетичний (інтегральний) показник [2]. Поділяючи таку думку в цілому, багато хто з учених припускає, що наявність окремих показників не суперечить існуванню загального. При цьому обов'язковою умовою повинно бути зведення окремих показників до загального [4]. Але існують інші погляди, які вказують на недоліки інтегральних показників і неефективність їх практичного застосування [1]. Їх прихильники вважають, що сконструйований на базі будь-яких принципів загальний синтетичний показник оцінки економічного потенціалу та його елементів не може врахувати всі умови та сторони функціонування підприємства. Зведення різноспрямованих показників у синтетичні, інтегральні та інші може призвести до суперечності або несумісності окремих елементів такого показника. Для оцінки потенціалу, на їх думку, необхідна всеосяжна система показників.

Оцінка економічного потенціалу ґрунтується на визначенні потенційної доданої

вартості продукції. При оцінці економічного потенціалу підприємства враховується загальна величина економічних ресурсів, якими володіє і розпоряджається підприємство, та економічні результати від їх раціонального використання.

Висновки Вивчення підходів до оцінки економічного потенціалу підприємства виявило відсутність єдиної думки з цього приводу та дозволило виділити такі її напрями, як оцінка наявності та оцінка його реалізації, що є науковою новизною даного дослідження. Запропоноване розмежування оцінки пов'язано з різними її цілями і завданнями і відображає саме її суть і зміст, бо оцінка є завжди функцією мети. Розглянуто та систематизовано основні відмінності зазначених напрямів оцінки за елементами її процесу.

Проведене дослідження може стати основою більш обґрунтованого підходу до вибору об'єктів, показників, виміру та самого процесу оцінки економічного потенціалу підприємства.

Список літератури: 1. Балацкий О.Ф., Лапин Е.В., Акуленко В.Л. Экономический потенциал административных и производственных систем: Монография / Под общ. ред. О.Ф. Балацкого. - Сумы : Университетская книга, 2006. - 972 с. 2. Григорьев В.В., Федотова М.А. Оценка предприятия: теория и практика / Под ред. В.В. Григорьева. - М.: ИНФРА-М, 1997. - 320 с. 3. Оценка стоимости предприятия (бизнеса): Учеб. пособие / Под ред. Н.А. Абдуллаева. - М.: ЭКМОС, 2000. - 352 с. 4. Оценка бизнеса: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, М.А. Федотовой. - М.: Финансы и статистика, 1999. 5. Лапин Е.В. Экономический потенциал предприятия: Монография. - Сумы: Университетская книга, 2002. - 310 с. 6. Давискіба К.В. Економічний потенціал регіону та його ефективне використання в умовах ринкової трансформації: Автореф. дис... канд. екон. наук: 08.10.01 / Харк. Нац. акад. міського господарства. - Харків, 2005. - 18 с.

Подано до редакції 21.02.2011

УДК 330.354

С.П. МОСТОВИЙ, к.ф.-м. наук, НТУ «ХПІ», Харків
Е.П. ЧЕКАЛІНА, к.е.н., НТУ «ХПІ», Харків
Н.Г. СІКЕТІНА, асистент, НТУ «ХПІ», Харків

ОБГРУНТУВАННЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА В РИНКОВИХ УМОВАХ

Планування у ринкових умовах не втрачає своєї актуальності. Дана стаття присвячена питанням планування виробничої потужності та виробничої програми підприємства.

Planning in market condition does not lose its urgency. Given article is dedicated to questions of the planning to production power and production program of the enterprise.

Ключеві слова: ринок, виробнича програма, виробнича потужність підприємства, ємкість ринку.

Постановка проблеми. Вітчизняні підприємства за ринкових відносин змушені приймати участь у конкурентній боротьбі та відповідно займати свою ринкову „нішу”. Для прийняття рішень щодо діяльності в умовах конкуренції та досягнення

певної її ефективності, необхідно випускати продукцію, яка буде потрібна споживачам для задоволення їхніх потреб та реалізована у повному обсязі. За рахунок цього має досягатися певний рівень прибутку від реалізації продукції та ефективніше використовувати обігові засоби.

У такому разі актуальності набуває процес планування на підприємстві, і, зокрема, планування його виробничої потужності з урахуванням ємності ринку та конкурентного середовища. Планування виробничої потужності також дає відповідь на питання можливого скорочення надлишкових виробничих потужностей, що знайде відображення у результатах діяльності підприємства. Планування виробничої потужності та програми відноситься до поточного планування.

Аналіз досліджень та публікації. У економічній літературі проводяться дослідження ємності ринку та окремо відпопередстваних – планування та обґрунтування виробничої потужності підприємства відносно типопредставників. На сьогоднішній день **недостатньо розробленими** залишається питання розрахунку виробничої програми у відповідності до потреб ринку [1 – 4].

Метою статті є планування та обґрунтування виробничої програми підприємств, що діють у ринкових умовах.

Методологія. Планування діяльності підприємства починається з визначення номенклатури, асортименту продукції та обсягу виробництва. Але перед тим, як планувати перелічені показники, необхідно з'ясувати вплив на них як зовнішній, так і внутрішніх факторів. Зовнішні фактори проявляються у ємності ринку товарів, а внутрішні сконцентровані у виробничій потужності підприємства.

Розрахуємо ємність ринку товару з метою виявлення впливу зовнішнього середовища на підприємство за допомогою балансового методу на прикладі даних таблиці 1:

$$E_p = O_{\text{в}} + Z_{\text{нв}} + I + I_{\text{н}} - E - E_{\text{н}} - Z_{\text{кн}},$$

де $O_{\text{в}}$ - сумарний об'єм випуску аналогічної продукції підприємствами по галузі (об'єм виробництва); $Z_{\text{нв}}$ - запаси на початок періоду; I - імпорт; $I_{\text{н}}$ - непрямий імпорт; E - експорт; $E_{\text{н}}$ - непрямий експорт; $Z_{\text{кн}}$ - запаси на кінець періоду.
 $E_p = 67800 + 998 - 2818 - 980 = 65000$ (шт.)

Оскільки підприємство займає 100% ємностей ринку, воно є монополістом в своїй галузі, частка ринку по аналогічній продукції конкурентів – імпортерів дорівнює нулю. Частка випуску на внутрішньому ринку дорівнює 65 тис. шт. Після розрахунку виробничої потужності необхідно привести у відповідність до неї виробничу програму підприємства.

Таблиця 1 – Показники для розрахунку ємності ринку

C_1 шт.	C_2 шт.	C_3 шт.	F_d , станко/годин	T_1 н/год	T_2 н/год	T_3 н/год	$K_{ВНВ}$	Об'єм виробництва, шт.	Експорт, шт.	Імпорт, шт.
5	62	12	4000	0,3	4	0,8	1,13	67800	2818	0

Розрахуємо виробничу потужність підприємства:

$$ВП_j = \frac{F_d \cdot C_j \cdot K_{ВНВ}}{\sum T_{\text{типопредставника}}},$$

де F_d – дійсний фонд часу роботи устаткування; C_j – кількість одиниць устаткування; T_j – трудомісткість типопредставника за j – м видом обладнання; $K_{внв}$ – коефіцієнт виконання норм виробітку.

Відповідно $ВП_1 = 75,33$ (тис.шт.); $ВП_2 = 70,1$ (тис.шт.);

$ВП_1 = 67,8$ (тис.шт.). Пропускна спроможність групи устаткування, що має мінімальне значення, обмежує потужність цеху і відповідно потужність підприємства. Беремо у якості потужності цеху та підприємства пропускну спроможність групи обладнання з мінімальним значенням $ВП_3 = 67,8$ тис.шт., що відповідає третій групі устаткування. Виробнича програма (II) має бути менше або рівна потужності, і не повинна перевищувати частку ємності ринку, що припадає на досліджуване підприємство. Далі зіставляємо долю ринку товару з виробничою потужністю нашого підприємства і приходимо до висновку, що виробнича потужність перевищує долю ринку підприємства. Тому у якості виробничої програми за даним товаром приймаємо величину долі ємності ринку – 65 тис. шт.

Таким чином, використавши наведену нами методику, можна планувати та випускати потрібну ринку кількість продукції, що забезпечить ефективне використання обігових засобів підприємства. Після планування виробничої потужності та обґрунтування виробничої програми можна прогнозувати виручку від реалізації товару на ринку.

Висновок. Застосування запропонованої методики зменшує ризик втрати прибутку підприємства.

Список використаних джерел: 1. *Гаркавенко С.С.* Маркетинг. Підручник. – 4-е вид. доп. / С.С. Гаркавенко – К.: Лібра, 2006. – 720 с. 2. *Перерва П.Г.* Управління маркетингом на машинобудівних підприємствах / П.Г. Перерва – Харків: „Основа”, 1993. – 285 с. 3. *Економіка підприємства/ За ред. А.В.Шегди.* – К.: Знання – Прем, 2001. – 335 с. 4. *Басовский Л.Е.* Прогнозирование и планирование в условиях рынка: Учеб. пособие / Л.Е. Басовский – М.: ИНФРА – М, 2003. – 260 с. 5. *Пацута М. Т.* Прогнозування та програмування економічного і соціального розвитку: Навч. посібник. — К.: Центр навч. літ., 2005.

Подано до редакції 22.02.2011

Н.Н. ГУБАНОВА, к.э.н. НТУ «ХПИ», Харьков

РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В МИНИМИЗАЦИИ ТРАНСАКЦИОННЫХ ИЗДЕРЖЕК В ИНФОРМАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ

В данной статье рассматривается влияние государственной политики на минимизацию транзакционных издержек, а также использование информационных технологий государственными структурами для повышения уровня информационной прозрачности.

The impact of public policy on transaction costs minimization is considered in the article. The author examines the use of information technologies by the state institutions for the purpose of improving information transparency level.

Ключевые слова: информационная экономика, транзакционные издержки, интернет-технологии.

Введение Очевидно, что Интернет - одна из наиболее бурно развивающихся информационных технологий, внедрение которой в практику бизнеса значительно активизирует поиск новых форм управления. Однако, наряду с несомненными преимуществами, развитие информационных технологий одновременно дало толчок совершенно иным, негативным и дестабилизирующим явлениям в обществе и экономике.

Во-первых, технические возможности практически мгновенной связи вызывают значительное расширение спекулятивных игр на биржах и создают дополнительные возможности получения денег из "воздуха", благодаря развитию электронных валютных и фондовых бирж. Масштабы спекулятивных сделок резко возросли в связи с распространением Интернет-технологий. Валютные операции, оцениваемые в сотни млрд. долл., ежедневно совершаются в Лондоне, Нью-Йорке и Токио, причем из них только 5% связано с реальной торговлей, остальные 95 – имеют спекулятивный характер. Их масштабы растут, прежде всего, благодаря новым техническим возможностям ИТ. Благодаря, например, системе "Forex", на валютной бирже может играть любой человек, имеющий ПК, а количество людей и средств, вовлеченных в спекуляции, выросло в сотни раз. Аналогично с котировками на фондовых биржах, где размеры спекуляции акциями не сравнимы с предыдущими десятилетиями.

Во-вторых, система электронных расчетов позволяет гораздо более успешно скрывать в оффшорных зонах огромные средства, избегая уплаты налогов и лишая социальных благ миллионы граждан различных стран мира. Понятно, что появление всемирной "электронной рулетки", когда реальные инвестиции подменяются спекуляцией, когда человеческие ресурсы отвлекаются на биржевые игры, не может способствовать развитию мировой экономики.

В-третьих, ИТ непосредственно влияют на современную экономику. Благодаря развитию техники уровень потребления существенно возрос. За последние 40 лет

личные расходы в мире выросли более чем в четыре раза. Правда, в основном в развитых странах, так как 12% населения планеты потребляют более 60% всех производимых товаров. Так, в Западной Европе, США и Канаде фундаментальные потребности людей в настоящее время в основном решены. Поэтому конкурирующие производители сознательно придумывают новые, во многом, искусственные потребности. Это доказывают недавние исследования, показавшие, что потребители бытовой техники используют заложенные в нее возможности лишь на 20%.

Следовательно, предпочтения покупателей уже не зависят от их настоящих, фундаментальных потребностей. Сотни видов мобильных телефонов, стиральных машин, их различные функциональные характеристики все больше выдвигают на первый план не реальные свойства товаров, а престижный бренд. Современные же ИКТ, реклама в СМИ и в Интернете создают для этого огромные возможности, требуя взамен значительных издержек [5], накладываемых на цену товара и увеличивающих ее.

В-четвертых, немаловажной проблемой является отсутствие в мире единых юридических рамок для бурно развивающейся электронной торговли. Среди возникающих вопросов – защита интеллектуальной собственности и прав на торговые марки, проблемы налогов и тарифов в этой области, вопросы конфиденциальности и безопасности информации, особенно в кредитно-финансовой сфере [6, с.88-89].

Постановка задачи Указанные проблемы обуславливают необходимость разработки комплексных наднациональных программ и стандартов, которые бы могли если не преодолеть, то хотя бы ослабить действие названных тенденций. В этой связи встает вопрос о целесообразности и формах государственного вмешательства в происходящий процесс информатизации экономики.

Методология Методологическая база исследования основывается на общих положениях теории познания, философских положениях о взаимосвязи и взаимообусловленности явления и процессов, законах формальной логики.

Результаты исследования Наряду с большими возможностями существует ряд факторов, сдерживающих полномасштабное внедрение Интернет-технологий в Украине. Масштабы его распространения ограничиваются в основном большими промышленно развитыми городами. Это создает серьезные трудности включения в Сеть информационных систем предприятий, удаленных от центров. На украинских предприятиях еще слабо развита сетевая инфраструктура, а большинство локальных сетей не поддерживают базовый протокол Интернет.

Качество украинского информационного пространства в Интернете пока еще низкое, как и информативность большинства внешних Web-серверов. На Западе и в США первый шаг к решению проблемы малоинформативности внешних компьютерных серверов совершили университеты, профессиональные ассоциации и государственные организации, которые спонсировались коммерческими компаниями. В Украине насыщенность информации еще не достигла того уровня, когда можно извлекать экономию за счет использования внешних информационных ресурсов

Интернет. Языковой барьер ограничивает доступ для большинства украинских пользователей использование богатых возможностей мировых англоязычных ресурсов Интернета.

Многие компании, внедрившие у себя Интернет-технологии и не изменившие старых форм управления, не ощущают качественного эффекта, поскольку электронная почта используются лишь как продолжение телефона, а Web-сервер дополнил доску объявлений. Новые ИТ зачастую неэффективны при сохранении старых форм управления. Интернет служит тому свидетельством [2, с. 120].

Основная трудность эффективного применения этой технологии состоит в необходимости отхода от старых управленческих стереотипов. Интернет может предоставить огромные преимущества тем компаниям, которые ведут бизнес в постоянно меняющихся условиях, делают ставку на квалификацию и самостоятельность сотрудников, а также пытаются развивать формы своего взаимодействия с партнерами и клиентами.

Величина ТИ в современной экономике, имеет явную тенденцию к росту, в связи с чем возникает необходимость регулирования ТИ с целью их снижения [3, С. 59]. Снижение ТИ позволяет рассчитывать на значительное конкурентное преимущество. В современных конкурентоспособных экономиках невысокие ТИ и новейшие средства коммуникации являются основными средствами обеспечения конкурентоспособности продукции.

Основной целью государственной политики Украины в сфере информатизации и является содействие построению современной рыночной экономики в государстве, обеспечение повышения ее конкурентоспособности путем внедрения современных и перспективных информационно-коммуникационных технологий во все сферы жизнедеятельности украинского общества, с учетом реального состояния его развития, а также готовности граждан к внедрению этих технологий.

Государственная политика в сфере информатизации реализуется Государственным департаментом по вопросам связи и информатизации. В Украине разработана и реализуется Национальная программа информатизации. Различные мероприятия по информатизации также предусмотрены Законом Украины “Об основных мерах развития информационного общества в Украине на 2007-2015 годы” [1] и Распоряжением Кабинета Министров № 552-р от 08.11.2006 “Об утверждении перечня задач (проектов) Национальной программы информатизации на 2006 год, их государственных заказчиков и объемов финансирования” [4].

В этих документах декларируется стремление построить открытое для всех и направленное на развитие информационное общество, в котором каждый мог бы создавать и накапливать информацию и знание, иметь к ним свободный доступ, пользоваться и обмениваться ними.

Украина имеет собственную историю развития базовых основ информационного общества: деятельность всемирно известной школы кибернетики; формирование в начале 90-х годов прошлого века концепции и программы информатизации; создание

разнообразных ИКТ и общегосударственных информационно-аналитических систем разного уровня и назначения. За это время сформированы определенные правовые основы построения информационного общества: принят ряд нормативно-правовых актов, которые, в частности, регулируют общественные отношения относительно создания информационных электронных ресурсов, защиты прав интеллектуальной собственности на эти ресурсы, внедрения электронного документооборота, защиты информации.

Украина готовит и имеет значительное количество высококвалифицированных специалистов ИКТ, математики, кибернетики; в стране постоянно растет и обновляется парк компьютерной техники, современных систем и средств телекоммуникации, связи. Следует отметить высокую степень информатизации банковской сферы.

Эти и другие предпосылки дают основания считать, что отечественный рынок ИКТ находится в состоянии активного становления и при определенных условиях может стать фундаментом развития информационного общества в Украине.

Вместе с тем уровень построения информационного общества в Украине по сравнению с мировыми тенденциями является недостаточным и не отвечает потенциалу и возможностям Украины, поскольку:

- отсутствует координация усилий государственного и частного секторов экономики с целью эффективного использования имеющихся ресурсов;
- уровень информатизации отдельных отраслей экономики, некоторых регионов государства является низким;
- недостаточно развитие нормативно-правовой базы информационной сферы;
- создание инфраструктуры для предоставления органами государственной власти и местного самоуправления юридическим и физическим лицам информационных услуг с использованием сети Интернет происходит медленно;
- уровень компьютерной и информационной грамотности населения является недостаточным, внедрение новых методов обучения с применением современных ИКТ - медленным;
- уровень информационной представленности Украины в Интернет-пространстве является низким, а присутствие украиноязычных информационных ресурсов - недостаточным;
- уровень государственной поддержки производства средств информатизации, программных средств и внедрения ИКТ не обеспечивает всех потребностей экономики;
- наблюдаются неравномерность обеспечения возможности доступа населения к компьютерным и телекоммуникационным средствам, углубление "информационного неравенства" между отдельными регионами, отраслями экономики и разными слоями населения;

– не решаются в полном объеме вопроса защиты авторских прав на компьютерные программы;

– отсутствуют системные государственные решения, направленные на создание национальных инновационных структур (центров, технополисов и технопарков) по разработке конкурентоспособного программного обеспечения.

При этом основными проблемами являются неспособность специфицировать и защитить права собственности и избыточное вмешательство в регулирование рыночной активности, не всегда приводящее к оптимальной структуре издержек и деформирующее действие рыночных сил (прежде всего, создание искусственных барьеров для входа и выхода на рынки). Необходимость государственной поддержки развития ИТ в настоящее время очевидна, и средства этой поддержки должны быть многообразны, включая особый механизм ценообразования на продукцию, специфический режим кредитования предприятий этой отрасли, приемлемый налоговый режим. Очень важным для снижения издержек оппортунистического поведения является повышение эффективности работы правоохранительной системы: арбитражных судов, нотариата, прокуратуры, органов внутренних дел. Под повышением эффективности мы понимаем, в первую очередь, искоренение коррупции чиновников, а также ускорение принятия решений, улучшение координации правоохранительных органов различных уровней и подчиненности, формирование механизмов апелляции. Государственное регулирование ТИ должно быть направлено на развитие рыночной инфраструктуры, способствующей укреплению конкурентных позиций производителей в их отношениях с торговыми посредниками. Формирование государственных и частных институтов (предприятий-посредников, торговых представительств, маркетинговых предприятий, бирж, ярмарок, выставок и др.) даст производителям продукции возможность равного доступа к каналам распределения в условиях снижения асимметрии информации и ТИ. Создание информационно-консультационных служб и независимых организаций по определению качества продукции также будет способствовать снижению ТИ. Государство должно создать благоприятную среду для предпринимателей в сфере информационных технологий, способную дать импульс крупным инновациям и создать в Украине новые рабочие места в отраслях, связанных с информационными технологиями. Необходимость внедрения макроэкономических мер снижения транзакционных издержек в трансформационной экономике не вызывает сомнений.

Вывод Можно предложить следующие основные меры со стороны государства по минимизации ТИ в ИЭ:

- совершенствование законодательства, регулирующего транзакционные процессы и контрактную ответственность экономических агентов и усиление контроля за его соблюдением;
- стандартизация методов измерения, учета и отчетности;

- создание информационной инфраструктуры для ускорения процессов экономического взаимодействия и сокращения цепочек посредников;
- использование информационных технологий государственными структурами для повышения уровня информационной прозрачности.

Следует отметить, что функции государства и функции фирмы по минимизации ТИ в ИЭ во многом пересекаются и нуждаются во взаимной поддержке. Например, это касается снижения уровня коррупции и взяточничества. Государство должно бороться, и борется с этими явлениями, однако хозяйствующие субъекты со своей стороны не должны «баловать» чиновников своими подношениями и провоцировать тем самым их противоправные действия.

Список литературы: 1. Закон Украины “Об основных мерах развития информационного общества в Украине на 2007-2015 годы” // Відомості Верховної Ради України. – 2007. - № 12. - С. 102. 2. *Винарик Л.* Информационная экономика: становление, развитие, проблемы / Винарик Л. Щедрин А., Васильева Н. – Донецк.: Институт экономики промышленности. – 2002. – 312 с. 3. *Губанова Н. Укіс Ю.* Трансакційні витрати в інформаційній економіці /Н.Н. Губанова, Ю.О. Укіс // Вісник економіки транспорту і промисловості (збірник науково-практичних статей).-№ 26. – Харків: 2009.- С. 57-61. 4. Официальный веб-сайт Государственного департамента по вопросам связи и информатизации Министерства транспорта и связи Украины [Электронный ресурс] – Режим доступа: 5. *Полозков С.* От "информационного общества" - к "экономике знаний" [Электронный ресурс] / Полозков С. // Еженедельное независимое аналитическое обозрение. - 2005. - Режим доступа: 6. *Чернов А.* Становление глобального информационного общества. Проблемы и перспективы. – М.: Дашков и К, 2003. – 232 с.

Подано до редакції 23.02.2011

УДК 504: 621.311

Л.С. ПОПАЗОВ, к.э.н, доц. , НТУ «ХПИ», Харьков
Н.А. ВДОВИНА, ст., НТУ «ХПИ», Харьков

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВЫРАБОТКИ ЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ ЭНЕРГИИ

В работе рассматриваются экологические проблемы при развитии промышленного производства и в частности энергетической отрасли, общеэкономические мероприятия направленные на то, чтобы целенаправленно влиять на состояние природы и окружающей среды, но они могут повлиять на нее, как в лучшую, так и в худшую сторону.

The paper deals with environmental issues in the development of industrial production and in particular the energy sector, economy-wide measures aimed at to purposefully influence the state of nature and the environment, but they can influence it, as in the best, and for the worse.

Ключевые слова: эффективность, экономический рост, прибыль, топливо, ресурсы, проблема.

Введение Производство электроэнергии в мире ведется на тепловых станциях, использующих традиционные виды топлива (уголь, газ, сланцы, мазут), гидроэлектростанциях, а также на АЭС. Оно растёт быстрее других секторов

топливно-энергетического хозяйства, т.е. электроэнергетика – является ведущей отраслью энергетики.

Современный период развития человечества иногда характеризуют через три «Э»: энергетика, экономика, экология. Энергетика в этом ряду занимает особое место. Она является определяющей и для экономики, и для экологии. От нее в решающей мере зависит экономический потенциал государств и благосостояние людей. Она же оказывает наиболее сильное воздействие на окружающую среду, экосистемы и биосферу в целом. Самые острые экологические проблемы (изменение климата, кислотные осадки, всеобщее загрязнение среды и другие) прямо или косвенно связаны с производством, либо с использованием энергии. Энергетике принадлежит первенство не только в химическом, но и в других видах загрязнения: тепловом, аэрозольном, электромагнитном, радиоактивном. Нет основания ожидать, что темпы производства и потребления энергии в ближайшей перспективе существенно изменятся (некоторое замедление их в промышленно развитых странах компенсируется ростом энерговооруженности стран третьего мира).

Постановка задачи В настоящее время энергетические потребности обеспечиваются в основном за счет трех видов энергоресурсов: органического топлива, воды и атомного ядра. Энергия воды и атомная энергия используются человеком после превращения ее в электрическую энергию. В то же время значительное количество энергии, заключенной в органическом топливе, используется в виде тепловой и только часть ее превращается в электрическую. Однако и в том и в другом случае высвобождение энергии из органического топлива связано с его сжиганием, а, следовательно, и с поступлением продуктов горения в окружающую среду. Познакомимся с основными экологическими последствиями современных способов получения и использования энергии.

Развитие эколого-ориентированного бизнеса может позволить существенно изменить экологическую ситуацию в стране, улучшить охрану окружающей среды и использование природных ресурсов. Очевидно, что нельзя решить экологические проблемы, выйти на устойчивый тип развития без общего улучшения экономического положения страны, эффективной макроэкономической политики.

Сейчас самым важным является создание государством посредством эффективных, косвенных и прямых, экономических инструментов и регуляторов благоприятного климата для развития эколого- бизнеса.

К сожалению, в структурах законодательной и исполнительной власти нет полного и четкого осознания экологической опасности. Это во многом связано со сложившимся менталитетом этих структур. Игнорирование экологического фактора было свойственно социальному и экономическому развитию страны последних десятилетий. Провозглашался приоритет экономических целей, развитие оборонного, топливно-энергетического, аграрного комплексов. Социальные и экологические проблемы отодвигались при этом на второй план.

Таким образом, важнейшая причина ухудшения экологической ситуации в стране – неэффективная, природоёмкая структура экономики.

В связи с этим чрезвычайно важно создать более благоприятные - по сравнению с природоэксплуатирующей деятельностью — условия по развитию бизнеса в ресурсосберегающих отраслях, связанных с развитием обрабатывающей и перерабатывающей промышленности, инфраструктуры, сферы распределения. Самые скромные оценки показывают, что структурно-технологическая рационализация экономики может позволить высвободить 20-30% неэффективно используемых природных ресурсов при увеличении конечных результатов. В стране наблюдается гигантское структурное перепотребление природных ресурсов, что создает мнимые дефициты в энергетике, сельском и лесном хозяйствах и т. д.

Важнейшее значение для развития эколого-ориентированного бизнеса имеет радикальное изменение инвестиционной политики в направлении природоохранных приоритетов. В этой направленности капитальных вложений можно выделить два аспекта.

Во-первых, отсутствие в настоящее время сколь-нибудь хорошо проработанной концепции долгосрочного развития экономики страны. Надежды на то, что рынок сам создаст эффективную структуру экономики, несостоятельны в силу отмеченных выше причин. В результате происходит довольно хаотическое распределение капитальных вложений, закрепляющее природоёмкий тип развития.

Во-вторых, недооцениваются эффекты от перехода на устойчивое ресурсосберегающее развитие. В многие миллионы долларов можно оценить ежегодные потери деградировавшей земли, леса, водных ресурсов. При адекватном экономическом учете экологического фактора эффективность ресурсосбережения оказывается значительно выше наращивания природоёмкости экономики, что подтверждается успехами развитых стран в последние два десятилетия.

В рамках всей экономики можно выделить механизмы приватизации, реформу прав собственности, демонополизацию, создание эколого-непротиворечивых систем налогов, кредитов, субсидий, торговых тарифов и пошлин и пр. Все эти механизмы и реформы неизбежно в той или иной степени сказываются на экологической ситуации.

Для экологизации экономики и поддержания бизнеса на этом направлении в существенных изменениях нуждается внешнеторговая политика, вся система тарифов, пошлин и других торговых барьеров. При неразвитости отрасли экологического машиностроения в стране многие экологические программы, в том числе и международные экологические проекты, нуждаются в импорте природоохранного оборудования. Между тем, сейчас система пошлин на ввозимое оборудование чрезвычайно затрудняет реализацию природоохранных программ. Накладываются огромные налоги на ввоз из-за рубежа оборудования экологического назначения. В том случае, если экологический проект нуждается в импортном оборудовании, от четверти до трети затрат может уйти на пошлины и другие налоги.

Тем самым ставится барьер на пути инвестиций в охрану окружающей среды. В условиях перехода к рыночной экономике в число более специальных механизмов и инструментов, ориентированных прежде всего на природоэксплуатирующие отрасли, первичный сектор экономики, а также на регулирование природоохранной стороны деятельности в других отраслях, входит довольно широкий круг потенциально эффективных эколого-экономических регуляторов. Здесь и платность природопользования, создание системы льгот, субсидий, кредитов для природоохранной деятельности, продажа прав (разрешений) на загрязнение, штрафование деятельности, наносящей ущерб окружающей среде, создание рынка экологических услуг и многое другое. Многие из этих экономических механизмов чрезвычайно важны для развития бизнеса. Сейчас в развитых странах мира существует более 80 экономических инструментов в использовании природных ресурсов и охране окружающей среды.

С позиции экологизации экономики нуждаются в своей корректировке и традиционные показатели экономического развития и прогресса — такие как доход на душу населения, валовой национальный продукт и пр. В этом плане представляют интерес следующие показатели: индекс гуманитарного развития (Human Development Index), предложенный ООН, и индекс устойчивого экономического благосостояния (Index of Sustainable Economic Welfare), предложенный Г. Дали и Дж. Коббом (Herman E. Daly and Jonn B. Cobb)[1]. Первый представляет собой агрегатный показатель, рассчитываемый на основе характеристик продолжительности жизни, уровня знаний и уровня овладения ресурсами, необходимыми для нормальной жизни. Второй является достаточно комплексным показателем, учитывающим издержки экологического характера, связанные с нерациональным хозяйствованием.[1]

Экологические фонды — инструмент дополнительного финансирования природоохранных мероприятий. К настоящему времени направленность и масштабы природоохранной деятельности в энергетике страны практически установились. Они определяются требованиями, сформулированными при утверждении нормативов на выброс загрязняющих веществ в атмосферу (ПДВ), сброс загрязнителей в водные объекты (ПДС), введением лимитов на складирование отходов и комплексом мероприятий по достижению этих пределов. Преодолев организационные и методические трудности, практически все электростанции отрасли получили разрешение на выброс (сброс) в окружающую среду загрязняющих веществ в ограниченных размерах, заключили договора с природоохранными органами власти.

С 1991 г. Электростанции активно вовлечены в формирование системы экологических фондов путем отчисления в них средств за загрязнение окружающей среды. Если принять во внимание материалы Международной конференции по практике функционирования экологических фондов в условиях экономики переходного периода (г. Санкт-Петербург, 1994 г.) и расчетные показатели отрасли,

то отчисления энергетиков составляют 20-25% общей по стране суммы платежей за выбросы (сбросы) загрязняющих веществ и размещение отходов.

В соответствии с действующими нормативными документами платежи за выбросы (сбросы) загрязняющих веществ в допустимых (лимитируемых) пределах включаются в себестоимость энергии. По данным статистической отчетности это 70-80% начисленных платежей. Сумма взносов за превышение допустимых выбросов (сбросов) составляет приблизительно 20-30% и изымается из прибыли предприятия. Иными словами все отчисления предприятия в экологические фонды включаются в тариф на энергию и в конечном счете оплачиваются потребителем. [3]

При этом в промышленно развитых странах нефть и нефтепродукты используются в основном для обеспечения нужд транспорта. Например, в США (данные на 1995 г.) нефть в общем энергобалансе страны составляла 44%, а в получении электроэнергии - только 3%. Для угля характерна противоположная закономерность: при 22% в общем энергобалансе он является основным в получении электроэнергии (52%). В Китае доля угля в получении электроэнергии близка к 75%, в то же время в России преобладающим источником получения электроэнергии является природный газ (около 40%), а на долю угля приходится только 18% получаемой энергии, доля нефти не превышает 10%.

Тепловые электростанции в наибольшей степени «ответственны» за усиливающийся парниковый эффект и выпадение кислотных осадков. Они, вместе с транспортом, поставляют в атмосферу основную долю техногенного углерода (в основном в виде CO), около 50% двуокиси серы, 35% - окислов азота и около 35% пыли. Имеются данные, что тепловые электростанции в 2-4 раза сильнее загрязняют среду радиоактивными веществами, чем АЭС такой же мощности. [2]

Можно считать, что тепловая энергетика оказывает отрицательное влияние практически на все элементы среды, а также на человека, другие организмы и их сообщества. Хотя в настоящее время значительная доля электроэнергии производится за счет относительно чистых видов топлива (газ, нефть), однако закономерной является тенденция уменьшения их доли. По имеющимся прогнозам, эти энергоносители потеряют свое ведущее значение уже в первой четверти XXI столетия. Здесь уместно вспомнить высказывание Д. И. Менделеева о недопустимости использования нефти как топлива: «нефть не топливо - топить можно и ассигнациями». Не исключена вероятность существенного увеличения в мировом энергобалансе использования угля. По имеющимся расчетам, запасы углей таковы, что они могут обеспечивать мировые потребности в энергии в течение 200-300 лет. Возможная добыча углей, с учетом разведанных и прогнозных запасов, оценивается более чем в 7 триллионов тонн. При этом более 1/3 мировых запасов углей находится на территории России. Поэтому закономерно ожидать увеличения доли углей или продуктов их переработки (например, газа) в получении энергии, а следовательно, и в загрязнении среды. Угли содержат от 0,2 до десятков процентов серы в основном в виде пирита, сульфата закисного железа и гипса. Имеющиеся

способы улавливания серы при сжигании топлива далеко не всегда используются из-за сложности и дороговизны. Поэтому значительное количество ее поступает и, по-видимому, будет поступать в ближайшей перспективе в окружающую среду. Серьезные экологические проблемы связаны с твердыми отходами ТЭС - золой и шлаками. Хотя зола в основной массе улавливается различными фильтрами, все же в атмосферу в виде выбросов ТЭС ежегодно поступает около 250 млн. т. мелкодисперсных аэрозолей. Последние способны заметно изменять баланс солнечной радиации у земной поверхности. Они же являются ядрами конденсации для паров воды и формирования осадков, а попадая в органы дыхания человека и других организмов, вызывают различные респираторные заболевания.

Серьезную проблему вблизи ТЭС представляет складирование золы и шлаков. Для этого требуются значительные территории, которые долгое время не используются, а также являются очагами накопления тяжелых металлов и повышенной радиоактивности.

Имеются данные, что если бы вся сегодняшняя энергетика базировалась на угле, то выбросы СО составляли бы 20 млрд. тонн в год (сейчас они близки к 6 млрд. т/год). Это тот предел, за которым прогнозируются такие изменения климата, которые обусловят катастрофические последствия для биосферы.

ТЭС - существенный источник подогретых вод, которые используются здесь как охлаждающий агент. Эти воды нередко попадают в реки и другие водоемы, обуславливая их тепловое загрязнение и сопутствующее ему цепные природные реакции (размножение водорослей, потерю кислорода, гибель гидробионтов, превращение типично водных экосистем в болотные и т. п.).

Основную часть выброса занимает углекислый газ – порядка 1 млн.т в пересчете на углерод 1 Мт. Со сточными водами тепловой электростанции ежегодно удаляется 66 т органики, 82 т серной кислоты, 26 т хлоридов, 41 т фосфатов и почти 500 т взвешенных частиц. Зола электростанций часто содержит повышенные концентрации тяжелых, редко земельных и радиоактивных веществ. Для электростанции, работающей на угле, требуется 3,6 млн.т угля, 150 м³ воды и около 30 млрд. м³ воздуха ежегодно. В приведенных цифрах не учтены нарушения окружающей среды, связанные с добычей и транспортировкой угля. [5]

Выводы В ближайшей перспективе тепловая энергетика будет оставаться преобладающей в энергетическом балансе мира и отдельных стран. Велика вероятность увеличения доли углей и других видов менее чистого топлива в получении энергии. Существенно уменьшать отрицательное воздействие на среду возможно на основе совершенствования технологий подготовки топлива и улавливания вредных отходов, в том числе :

1. Использования и совершенствования очистных устройств. В настоящее время на многих ТЭС улавливаются в основном твердые выбросы с помощью различного вида фильтров. Наиболее агрессивный загрязнитель - сернистый ангидрид на многих ТЭС не улавливается или улавливается в ограниченном количестве. В то же время

имеются ТЭС (США, Япония), на которых производится практически полная очистка от данного загрязнителя, а также от окислов азота и других вредных поллютантов.

2. Уменьшения поступления соединений серы в атмосферу посредством предварительного обессеривания (десульфурации) углей и других видов топлива (нефть, газ, горючие сланцы) химическими или физическими методами. Этими методами удастся извлечь из топлива от 50 до 70% серы до момента его сжигания.

3. Большие и реальные возможности уменьшения или стабилизации поступления загрязнений в среду связаны с энергосбережением при переходе на наукоемкие технологии

Список литературы 1. В.И. Кормилицын, М.С. Цицкишвили, Ю.И. Яламов «Основы экологии», изд-во – Интерстиль, Москва 1997. 2. Н.А. Воронков «Экология - общая, социальная, прикладная», изд-во – Агар, Москва 1999. 3. В.М. Гарин, И.А. Клёнова, В.И. Колесникова «Экология для технических ВУЗов», изд-во – Феникс, Ростов-на-Дону 2001. 4. Журнал "Энергетик" №3 – №8, 1998. 5. Стадницкий Г.В. Экология: учебник для ВУЗов. - СПб: Химиздат, 2001. 6. Интернет-газета OPEN.BY.

Подано до редакції 23.02.2011

УДК 330.322: 330.142.211.4

В.А. ФРЫДЫНСКИЙ, к. э. н., доц., НТУ «ХПИ», Харьков

В.Ю. ВЕРЮТИНА, ст. преп., НТУ «ХПИ», Харьков

Т.Г. СТАТЕЙКО, ст. преп., НТУ «ХПИ», Харьков

ПРИБРЕТЕНИЕ И СМЕНА ОБОРУДОВАНИЯ, КАК ИСТОЧНИК ФИНАНСИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены условия создания рациональной системы замены оборудования, основу которых составляет амортизация, способы и методы ее расчета. Рассмотрены пути получения экономии, а также предложена оценка наиболее употребительных критериев эффективности капитальных вложений.

In the article the terms of creation of the rational system are considered replacements of equipment, basis of which is made by depreciation, methods and methods of its calculation. Ways are considered receipt of economy, and also the estimation of the most widely-used criteria of efficiency of capital investments is offered.

Ключевые слова: амортизация, оборудование, инвестиции, способы, методы, расчет, экономия, прибыль.

Введение. Решение проблемы роста прибыли и уровня конкурентоспособности реально за счет привлечения инвестиций, основными источниками образования которых на предприятии, является прибыль и амортизационные отчисления.

Постановка задачи. В условиях рынка, конкурентоспособность и уровень прибыли становятся определяющими в оценке эффективности деятельности

производственной структуры. Вместе с тем анализ подтверждает, что несвоевременная смена оборудования заставляет предприятие как бы платить за новое оборудование не получая его. Они платят за него недополученной продукцией, высокими издержками производства и организационно техническими простоями.

Основными поводами для принятия решения об установке нового оборудования является необходимость: увеличения объемов продукции, улучшения качества, снижение уровня издержек, обеспечения диверсификации производства.

В системе финансового обеспечения инвестиций в основные средства базовыми методами являются самофинансирование, кредитный, бюджетный, а также комбинированный методы.

Практика подтверждает, что в настоящий момент метод самофинансирования является приоритетным, особенно для коммерческих предприятий. Самофинансирование обеспечивается за счет собственного капитала предприятия-уставного фонда, а также потока средств, формируемого в процессе деятельности предприятия.

Важнейшими собственными источниками финансирования инвестиций на этих предприятиях, являются прибыль и амортизационные отчисления.

Методология. Механизм реализации причинных условий необходимо поставить в зависимость от ряда требований предъявляемых к оборудованию. Например, от уровня и масштаба проводимого капитально-восстановительного ремонта механизмов, формирования политики замены оборудования, экономическими соображениями и др.

Рациональная система замен оборудования зависит от обоснованности методов оценки предложений о замене оборудования. Каждый метод должен отвечать на вопросы сугубо финансового порядка. Будет ли новое оборудование ежегодно служить целям экономии? Сколько времени потребуется, чтобы оборудование окупил себя? Насколько оно будет рентабельным? Во что обойдется его содержание в течение всего срока его службы? Сократит ли оно длительность производственного процесса ?

Результаты исследования. Определяя регулируемую экономию путем сопоставления, например, издержек производства, при действующем и приобретаемом оборудовании необходимо руководствоваться условием тождественности количества и качества продукции, ограничивая масштабы исследования, за счет сопоставления лишь отличных друг от друга показателей издержек.

Одним из элементов стоимости, который должен участвовать в процедуре сопоставления, является амортизация. Амортизация, или снижение стоимости оборудования – это во что обходится ведение дела. Она влияет на размер прибыли предприятия, от которого в свою очередь зависит величина налоговых отчислений.

Существует несколько способов расчета величины амортизации – прямолинейный и суммарный методы, и способ уменьшающегося балансового остатка.

Как показывает практика, наиболее широко применяется прямолинейный метод, при котором стоимость основных фондов, за вычетом остаточной стоимости, погашается равными годовыми отчислениями в течение всего срока службы оборудования.

Есть и другие способы подсчета амортизации старого оборудования.

Для сопоставления размеров амортизации имеющегося и приобретаемого оборудования, амортизацию старого оборудования рассчитывают либо, исходя из его балансовой оценки, либо исходя из его текущей рыночной стоимости.

При замене оборудования критерий рыночной стоимости является лучшей основой для установления амортизационных отчислений, поскольку оборудование может быть продано и вырученные деньги обращены на покупку нового оборудования. Критерий балансовой стоимости незаменим для учетных целей, но не может изменить положение дел при замене оборудования.

Амортизация старого оборудования интересует нас лишь в той мере, в которой она позволяет найти способ сравнения ее с амортизацией нового оборудования. В результате мы исчисляем амортизацию старого оборудования с момента сравнения, а не со времени, когда оно было приобретено. Конечно, если срок службы оборудования истек, никаких амортизационных отчислений не производится.

Такие расчеты позволяют подтвердить возможность получения потенциальной начальной экономии издержек по сравнению с эксплуатацией старого оборудования. Если новое оборудование существенным образом влияет на качество и количество выпускаемой продукции, эта экономия может считаться достаточно высокой, чтобы оправдать его приобретение.

Рассмотренный нами метод определения годовой экономии издержек позволяет перейти к оценке наиболее применяемых критериев эффективности капитальных вложений.

Прежде всего это период окупаемости. Он позволяет сравнивать инвестированный капитал с суммой годовой экономии издержек. Разделив сумму инвестированного капитала на сумму годовой экономии, устанавливают приблизительную продолжительность периода, в течение которого произведенные затраты окупятся. Он позволяет приблизительно оценить вероятную продолжительность периода окупаемости индекса доходности (дисконта затрат или эквивалентный метод) оценивает предполагаемые капиталовложения на оборудование путем сравнения величины будущего дохода (годовая экономия на издержках от этих капиталовложений) с расходами, связанными с финансированием этой закупки.

Для применения этого метода необходимы пять показателей: 1. Общая сумма капитальных затрат и календарный график их использования; 2. Сумма годовой

экономии на издержках; 3.Срок службы оборудования; 4.Вероятный размер амортизации; 5.Ожидаемую величину налогообложения прибыли.

Метод средней за весь срок службы, можно рекомендовать в случае, если на предприятии не считают показатель годовой экономии достаточно надежным фактором в политике замены оборудования, а определяют среднюю годовую сумму всех совокупности эксплуатационных издержек за весь срок службы данного оборудования и делят полученную величину на число лет. Сравнивая средние годовые суммы издержек имеющей и приобретаемой техники, можно определить какая из них обходится дешевле при равенстве всех прочих факторов.

Метод экономии производственных издержек основан на том же принципе, что и метод окупаемости, с той лишь разницей, что данные о производственной экономии и экономии машинного времени получаются более точными. Чтобы применять данный метод необходимы ряд данных: продолжительность периода использования оборудования, экономия времени на операцию и сумма эксплуатационных расходов.

На основе этих данных метод может быть использован для определения периода, в течение которого новая машина окупит себя с учетом ее повышенной производительности и меньших эксплуатационных издержек.

Выводы. Следует отметить, что при использовании метода налоги и амортизация в расчет не принимаются. Метод применим в тех случаях, когда необходимо рассмотреть только действительную производственную экономию приобретаемой единицы оборудования, как отдачу капитала, потребного на ее закупку.

В совокупности предлагаемых методов целесообразно обратить внимание на метод определения выгодности немедленной замены оборудования. Он основан на том положении, что наиболее существенным вопросам управленческой практики в деле приобретения оборудования является следующий - существует ли такой период времени- не суть важно, столь короткий, в течение которого было бы лучше всего обходиться без оборудования?

Путем определение размера дохода от предполагаемого капиталовложения (за вычетом налога) и остаточной стоимости амортизационного актива к концу годового года службы метод дает возможность выявить влияние вкладываемого в оборудование капитала на доходность предприятия в следующем году.

Список литературы: 1. Волков О.И., Скляренко В.К. Экономика предприятия. -М.: ИНФРА-М, 2007. -280 с. 2. Бойчик І.М. Економіка підприємства: Навч.посібник. –Вид. 2-ге, доповн. і переробл. –К.: Атіка, 2007. -528с. 3. Економіка підприємства: теорія і практикум (За редакцією Міценко Н.Г., Яценко О.І.):Навч. посібник. -Львів: «Магнолія 2006», 2008. -688с.

Подано до редакції 23.02.2011

В.А.САДОВСКИЙ, к.э.н., проф. НТУ «ХПИ», Харьков

Ю.В. СОРОКОЛАТ, к.м.н., директор Департамента охраны здоровья,
Харьков

Г.В. СЕМЕНЧЕНКО, к.э.н., доц. НТУ «ХПИ», Харьков

ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ РЕШЕНИЙ МЕНЕДЖЕРА ЗДРАВООХРАНЕНИЯ НА КАЧЕСТВО МЕДИЦИНСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

У статті розглядаються роль і вплив різних рівнів управління охороною здоров'я на рівень якості медичної допомоги населенню, заходи щодо стимулювання діяльності керівників медичних закладів.

In article are considered role and influence of the miscellaneous level public health management on level quality medical help to population, actions on stimulation of activity of the leaders of the hospital.

Ключевые слова: Менеджер здравоохранения, качество медицинской помощи, критерии оценки деятельности руководителя медицинским учреждением.

Введение. Актуальными проблемами современности остаются: увеличение продолжительности жизни человека, преодоление пандемических и эпидемических всплесков, ограничение воздействия ухудшения экологической ситуации на здоровье человека, охрана здоровья населения [1].

В связи с происходящими в Украине политическими и экономическими преобразованиями, изменяется организационная структура отрасли охраны здоровья [4]. Наряду с государственными, коммунальными и ведомственными учреждениями здравоохранения появилась сеть социально-направленных частных организаций, оказывающих медицинскую помощь населению.

Сложившаяся в течение прошедшего столетия система здравоохранения Украины имеет особенности, основывающиеся на территориальном принципе обслуживания, иерархической структуре управления и приоритетах специализированных видов медицинской помощи населению (см. рис.1).

В каждом учреждении здравоохранения существует административно-управленческий аппарат, от работы которого, в значительной мере, зависит как работа учреждения в целом, так и уровень оказания медицинской помощи непосредственно пациенту.

От качества медицинской помощи существенно зависят показатели здоровья нации. Надстройка управления представляет собой систему менеджмента медицины, чиновничий аппарат системы охраны здоровья [5-7]. Как эта надстройка влияет на результаты работы медицинского учреждения и качество медицинской помощи? Этому вопросу посвящена данная статья.

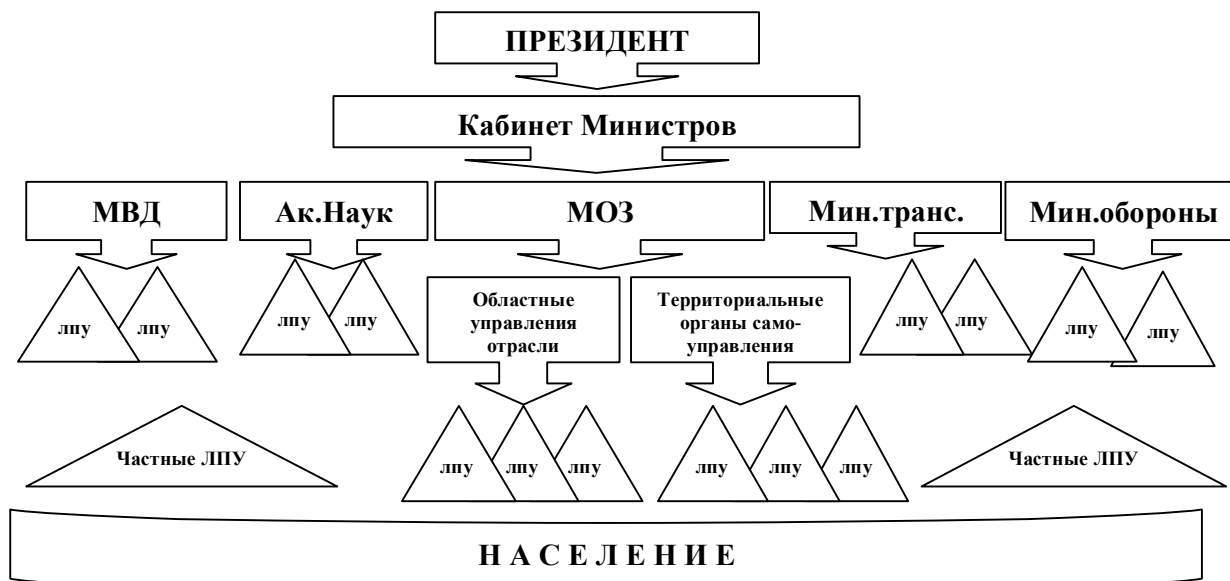


Рис.1 - Схема структуры управления отраслью охраны здоровья Украины

Постановка задачи. Социально-медицинская категория «Качество медицинской помощи» чрезвычайно сложная дифиниция. Однозначно определить ее содержание сложно. Она касается треугольника: пациент –лечащий врач – менеджер. Для больного пациента качество лечения – это продление срока его жизни, восстановление функциональных способностей организма, снижение болевого порога и страданий при длительных и неизлечимых заболеваниях; для лечащего врача – это соблюдение установленных стандартов по диагностике и лечению больного, адекватная затратам труда заработная плата; для руководителя медицинского учреждения – стабильное законодательное поле, эффективная работа учреждения, отсутствие обоснованных жалоб пациентов, развитие и внедрение новых методов диагностики и лечения, сбалансированная и рентабельная финансово-хозяйственная деятельность.

Руководитель государственного, муниципального или частного медицинского учреждения – это, прежде всего, наёмный работник-управленец, организатор работы медицинского учреждения, гарант обеспечения лечебного процесса. Основная его задача: обеспечить законное право каждого гражданина получить квалифицированную, своевременную, качественную медицинскую помощь и высокое качество функционирования медицинского учреждения. Имея базовое медицинское образование, менеджер охраны здоровья должен не только формировать продуктивный климата в коллективе, но и организовывать снабжение учреждения медикаментами, продуктами питания, медицинским оборудованием, своевременно проводить строительные и ремонтные работы и т.п.

Качество медицинской помощи – многофакторная социально-медицинская категория. На качество медицинской помощи оказывает влияние:

1. На уровне медицинского работника:

- Квалификация врача и обслуживающего медицинского персонала;
- Наличие современного диагностического и лечебного медицинского оборудования;
- Медикаментозное обеспечение;
- Уровень медицинской помощи, соответствующий уровню развития науки, современным технологиям лечения, установленным санитарным требованиям и стандартам;
- Оплата труда медицинского персонала, адекватная трудозатратам;
- Экономическое стимулирование качества обслуживания пациента;
- Независимая медицинская экспертиза результатов лечения;
- Нормативно-правовая защита медицинского работника и пациента.

2. На уровне менеджера медицинского учреждения:

- Уровень организации медицинской помощи в соответствии с современным развитием науки;
- Организация медицинской помощи согласно утвержденным стандартам лечения;
- Оплата труда медицинского работника согласно объемам и качеству оказываемых медицинских услуг;
- Система научно-обоснованного экономического стимулирования медицинского персонала с учетом объема, сложности, эффективности и качества выполняемой работы;
- Соблюдение стандартных карт движения больных при поликлиническом и стационарном лечении;
- Организация системы объективной реакции на жалобы и предложения пациентов;
- Организация постоянного повышения квалификации медицинского персонала;
- Рациональное использование финансовых, материальных, технических, энергетических, информационных и трудовых ресурсов медицинского учреждения;
- Уровень оснащенности учреждения современным наукоемким медицинским оборудованием;
- Уровень медикаментозного обеспечения учреждения;
- Активное участие по реализации инновационных проектов повышения эффективности технологий оказания медицинской помощи населению.

3. На уровне менеджера региональных органов управления охраны здоровья:

- Постоянное совершенствование структуры учреждений медицинской помощи населению;
- Контроль за соблюдением нормативного использования финансовых, материальных и трудовых ресурсов медицинских учреждений;

- Обеспечение экспертизы качества медицинской помощи и дефектов медицинской помощи;
- Обеспечение доступности и своевременности медицинской помощи больным;
- Повышение эффективности системы экономического стимулирования качества обслуживания пациентов;
- Организация скорой и неотложной медицинской помощи населению;
- Организация реализации инновационных программ и проектов по внедрению современных технологий лечебного процесса;
- Общественно-профессиональная мотивация деятельности менеджеров медицинских учреждений;
- Обеспечение реализации социальных программ и медико-социальной помощи (геронтология, паллиативная помощь и др.).

4. На уровне менеджера центральных органов управления отрасли охраны здоровья:

- Совершенствование нормативно-правовой базы деятельности отрасли;
- Совершенствование структуры отрасли медицинской помощи населению;
- Совершенствование системы финансирования отрасли охраны здоровья;
- Ввод системы мониторинга состояния финансового обеспечения социальных нормативов в сфере охраны здоровья;
- Формирование рынка медицинских услуг, оказываемых государственными, муниципальными и частными медицинскими учреждениями, как основы конкуренции среди медицинских учреждений, предприятий и организаций;
- Контроль за соблюдением тендерной политики;
- Совершенствование системы подготовки медицинских кадров;
- Внедрение системы независимой экспертизы качества медицинской помощи;
- Сдерживание темпов роста себестоимости медицинской помощи;
- Законодательно закреплённая стандартизация средств и медицинских технологий оказания медицинской помощи и ее результатов;
- Совершенствование законодательства в сфере борьбы с производством и распространением фальсифицированных и некачественных лечебных препаратов и изделий медицинского назначения;
- Экспертный контроль и мониторинг качества медицинской помощи населению;
- Лицензирование и аккредитация медицинских учреждений;
- Внедрение экономического стимулирования мотивации качественного обслуживания пациента;
- Разработка программ и пропаганда здорового образа жизни человека;
- Определение приоритетов основных направлений развития отрасли здравоохранения и закрепления их законодательно;
- Внедрение обязательного медицинского страхования граждан Украины как

основы для формирования системы социальной защиты прав пациентов и работников системы охраны здоровья;

- Обеспечение реализации государственных медико-социальных программ, проведения диспансерного осмотра населения согласно государственного клинического протокола обследования граждан;

- Формирование экономически обоснованных цен на лечебные препараты и изделия медицинского назначения;

- Совершенствование системы взаимоотношений между отраслью и государством, сотрудниками отрасли и пациентами;

- Разработка государственной программы подготовки менеджеров высшего звена отрасли здравоохранения;

- Разработка и реализация инновационных программ и проектов по внедрению современных технологий отрасли здравоохранения.

Как видим, на качество медицинской помощи пациенту, значительное влияние оказывает деятельность руководителя медицинского учреждения – главного врача – менеджера здравоохранения. *Менеджер – это специалист по управлению побудительными мотивами к производительному труду исполнителя или специалист по управлению человеческим фактором.* В тоже время, сам менеджер представляет собой человеческий фактор. Будучи наёмным чиновником, он сам является объектом управления. Осуществляется это управление менеджером вышестоящих органов управления охраны здоровья.

Методология оценки качества менеджмента. Менеджеры медицинских учреждений трудятся в различных условиях, что обусловлено:

- масштабом медицинского учреждения;
- сложностью профилей медицинской помощи;
- профессиональным уровнем медицинских работников;
- социальным потенциалом коллектива учреждения;
- уровнем оснащённости учреждения ресурсами, оборудованием и т.п.

Объемы их работы не всегда адекватны уровню оплаты труда.

Однако, на эффективность деятельности менеджера влияет не только материальное вознаграждение, а и удовлетворение социально-психологических потребностей. Создание творческой обстановки в работе, социальное признание важности результатов его деятельности, обстановка соревновательности стимулируют его деятельность в большей мере, чем другие формы удовлетворения его потребностей.

Департамент охраны здоровья Харьковского городского совета уделяет особое внимание деятельности главных врачей, как менеджеров здравоохранения. Поощрение эффективной деятельности руководителей медицинских учреждений ставится в зависимость от следующих показателей:

- Уровень объема бюджета общего фонда медицинского учреждения;

- Сумма собственных поступлений в специальный фонд;
- Наличие задолженности по обязательным платежам и, в том числе, по заработной плате;
- Исполнение обязанностей внештатного специалиста города;
- Исполнение обязанностей начальника службы гражданской обороны района;
- Наличие и суть жалоб, обращений и заявлений граждан;
- Численность населения, прикрепленного для медицинского обслуживания;
- Участие в комплексных программах по внедрению инноваций в развитии отрасли охраны здоровья;
- Наличие специализированных медицинских центров по обслуживанию населения региона;
- Сумма штрафных санкций за нарушения, выявленные контролирующими органами;
- Наличие выговоров по результатам хозяйственной деятельности учреждения.

Учитывая особенности лечебно-профилактических учреждений, оценка деятельности руководителей производится по следующим профилям: больница скорой и неотложной медицинской помощи, многопрофильные больницы, больницы с поликлиническими подразделениями, родильные дома, общие и стоматологические поликлиники, психоневрологические и кожно-венерологические диспансеры, центры.

Специалистами Департамента охраны здоровья предложены следующие экспертные оценки важности выше перечисленных показателей. Экспертные оценки сведены в таблицу (см. табл.1.)

Таблица 1 - Экспертные оценки важности показателей, которые характеризуют деятельность руководителей ЛПЗ и их заместителей

№ п/п	Наименование показателя	Признак влияния показателя	Значение показателя, баллы
1	Общая сумма расходов медицинского учреждения за год, тыс. грн.	+	1
2	Наличие задолженности по обязательным платежам в т.ч. по индексации заработной платы	-	1
3	Общая сумма собственных поступлений в спец.фонд за предыдущий год, тыс. грн.	+	1
4	Внештатный специалист города в текущем году	+	0,25
5	Начальник медицинской службы гражданской обороны района в текущем году	+	0,25
6	Наличие негативных заявлений граждан или жалоб	-	0,5
7	Численность населения, прикрепленного для медицинского обслуживания, тыс. чел.	+	1
8	Участие в Комплексной программе "Инновации в приоритетных направлениях развития отрасли охраны здоровья на 2011-2015 годы"	+	0,55
9	Наличие специализированных центров по обслуживанию жителей города	+	0,25
10	Сума штрафов за нарушения, выявленные КРУ, за предыдущий год, тыс. грн.	-	1
11	Наличие выговора за работу на протяжении предыдущего календарного года	-	0
	Максимум баллов		4,3

В представленном перечне показателей деятельности нашли отражение абсолютные и относительные количественные финансовые и социальные показатели. Оценка деятельности руководителей учреждений предусматривается в баллах. Расчет количества баллов по каждому показателю рассчитывается по формулам, согласно методов статистической обработки информации [3].

Ответственные за подготовку информации для дальнейшей оценки деятельности руководителей медицинских учреждений – специалисты подразделений Департамента охраны здоровья, а именно:

- Отделы лечебно-профилактической помощи;
- Планово-экономический отдел;
- Отдел бухгалтерского учета и отчетности;
- Отдел инноваций в экономике отрасли охраны здоровья;
- Отдел по обращениям граждан;
- Отдел кадров;
- Отдел чрезвычайных ситуаций, медицины катастроф и гражданской обороны.

Выводы. Качество медицинского обслуживания зависит от результативной и эффективной деятельности менеджера здравоохранения, оценка которой может быть осуществлена независимыми экспертами или комиссионно. При этом используются методы статистической обработки информации и коллегиально согласованные критерии оценки значимости показателей, характеризующих в значительной мере, по нашему мнению, деятельность менеджеров отрасли охраны здоровья. Рейтинговая оценка деятельности руководителей медицинских учреждений является одним из элементов эффективного менеджмента в здравоохранении.

Список литературы: 1. Семенченко Г.В. Инновационные процессы в отрасли охраны здоровья: монография. - Харьков: ФЛП Шлемич С.Ф., 2008. -192 с. 2. Концепції Державної програми реформування системи охорони здоров'я. Розпорядженням Кабінету Міністрів України – Київ: 2010, <http://www.moz.gov.ua/>. 3. " Анализ моделей планирования. Учеб.пособие . Под ред. В.А.Садовского. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2009. – 144 с. 4. Трушкина Л.Ю., Трепцеришев Р.А. и др. Экономика и управление здравоохранением: Учебное пособие, Изд. 2-е. Ростов н-Д: Феникс, 2003. – 384 с. 5. Хвистюк М.І., Мінак В.О. та ін. Технологія менеджменту в охороні здоров'я. Навч. посібник. – Х: Видавник Шуст А.І., 2002. 168 с. 6. Колпаков В.М., Дмитренко Г.А. Стратегический кадровый менеджмент Ч. 1 : Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2002. – 280 с. 7. Управление персоналом организации. Практикум: Учеб. пособие/Под ред. д.э.н., проф. А.Я.Кибанова. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 296 с.

Подано до редакції 25.02.2011

Н.М. ВОЛОСНИКОВА, к.е.н., НТУ «ХПІ», Харків

К.В. КОВАЛЬОВА, магістр ХНЕУ, Харків

ДОСЛІДЖЕННЯ КАТЕГОРІАЛЬНОГО АПАРАТУ ФІНАНСОВОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ У СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕОРІЇ

Виявлено складові категорії фінансова політика держави. Встановлено значення фінансової політики держави в сучасних умовах. Проаналізовано визначення фінансової політики держави.

It had been identified the components of the category financial policy of the state. It had been established the importance of the financial policy of the state under current conditions. It had been analyzed the definition of the financial policy.

Ключові слова: фінансова політика, фінансова система, економічна політика, фінансові відносини.

Вступ. Розвиток сучасних економічних процесів, характеризується наявністю складних, а подекуди й кризових явищ у фінансовій сфері, що має глобальний характер не тільки у географічному сенсі. Складність цих процесів на практичному рівні, певною мірою, зумовлюється невідповідністю сучасної теорії до існуючої практики. Необхідність дослідження категоріального апарату фінансової політики обумовлюється стрімким розвитком фінансової сфери в умовах глобалізації світової економіки.

Серед класиків які займалися теоретичним осмисленням ролі та реалізації фінансової політики, в контексті розвитку економічної системи є такі ім'я: Дж. Кейнс, А. Ларнер, Дж. Мілль, А. Маршалл, А. Пігу, А. Сміт, Д. Рікардо та ін.

Теоретичні та практичні аспекти фінансової політики досліджувалися такими вітчизняними науковцями: О. Барановським, І. Біньком, В. Горбуліним, Б. Губським, Я. Жалилом, М. Єрмошенко, Є. Марчуком, С. Мочерним, В. Мунтяном та ін., серед закордонних вчених М. Лонг, С. Сагарі, Дж. Сакс, Б.Бернанке, А.Бліндера та ін. Однак залишається мало дослідженим питання категоріального апарату фінансової політики у сучасних умовах.

Постановка завдання. Метою дослідження є аналіз моделі сучасної теорії фінансової політики, який необхідно почати із дослідження категоріального апарату, що формує саму сутність теорії.

Методологія. Для вирішення задач, що дозволяють досягти поставлену мету, використані методи аналізу, теоретичного узагальнення, порівняння, аналогії та конкретизації.

Результати дослідження. Фінанси є однією з найбільш важливих і складних економічних категорій. Без них неможливе функціонування держави і діяльність юридичних та фізичних осіб, оскільки саме вони забезпечують вартісний рух створеного у суспільстві валового внутрішнього продукту, відображаючи досить

складні відносини, що виникають при цьому. Головним їхнім призначенням є забезпечення кожної фізичної особи, кожного суб'єкта підприємництва, кожної державної структури, а отже і суспільства загалом, достатніми для здійснення їх діяльності грошовими коштами.

Фінанси мають як видиму, зовнішню, форму прояву, так і внутрішній зміст. Видима сторона фінансів проявляється у грошових потоках, які рухаються між суб'єктами фінансових відносин. Ці потоки — їх характер і форми, спрямованість і обсяги — є предметом практичної фінансової діяльності. Прихована, змістова, сторона фінансів пов'язана з тим, що відображають ті чи інші грошові потоки, а саме — рух вартості створеного у суспільстві валового внутрішнього продукту, тобто обмінні й розподільні відносини. Від налагодженості цих відносин залежить ефективність економічної системи і розвиток суспільства. Обмінно-розподільні відносини характеризують внутрішню сутність фінансів і є предметом фінансової науки.

Фінанси — сукупність грошових відносин, пов'язаних з формуванням, мобілізацією і розміщенням фінансових ресурсів та з обміном, розподілом і перерозподілом вартості створеного на основі їх використання валового внутрішнього продукту, а за певних умов і національного багатства.

Визначаючи фінанси, як і будь-яке інше явище, необхідно дати відповідь на просте і водночас надзвичайно складне запитання — що це таке і що воно в себе включає? Незважаючи на здавалось би очевидність трактування, сучасна фінансова наука однозначної відповіді на ці запитання не дає. Можна навести безліч визначень фінансів, які різняться не окремими специфічними ознаками і деталями, а самою сутністю поняття.

З одного боку поняття фінансова політика необхідно розглядати з декількох позицій. По-перше, фінансова політика, як сфера діяльності законодавчої і виконавчої влади, по-друге, як складова частина економічної політики, і по-третє, у контексті фінансової системи загалом. З іншого боку категорія «фінансова політика» потребує дослідження через аналіз суміжних категорій таких, як політика, фінанси, фінансова система, фінансові відносини та економічна політика.

Фінансова політика — це сфера діяльності законодавчої і виконавчої влади, яка включає заходи, методи і форми організації та використання фінансів для забезпечення її економічного й соціального розвитку [1, с. 57].

Фінансова політика включає, як самостійні складові частини — бюджетну, податкову, кредитну, грошову, валютну, інвестиційну політику, так і певні напрямки в галузі страхування, державного боргу, фондового ринку та співробітництва із міжнародними фінансовими організаціями.

У сучасному тлумаченні фінансова політика визначається, як «часть экономической политики государства, правительства, курс, проявляющийся в использовании государственных финансовых ресурсов, регулировании доходов и расходов, формировании и исполнении государственного бюджета, в налоговом

регулюванні, в управленні денежним об'єктом, в впливі на курс національної валюти» [2, с. 401].

Отже, у цих визначеннях відображення суто управлінської функції діяльності уряду, що є складовою економічної політики.

Економічна політика у свою чергу визначається, як – система заходів в області управління економікою, що проваджується державою відповідно до мети, завдань та стратегічним інтересам країни.

Важливим є те, що економічна теорія виконує позитивну функцію і відповідає на питання «що» і «чому» відбувається в реальній економіці. Натомість економічна політика, і як її складова фінансова політика, виконує переважно нормативну функцію і вирішує питання «що треба зробити», щоб досягти певної мети економічного і соціального розвитку. Однак, надати відповідь на питання «що треба зробити» фінансова політика, не може без залучення економічної теорії. З цієї позиції можна встановити логічний зв'язок між економічною теорією та впровадженням заходів фінансової політики [3, с. 455].

Категорія фінанси відображає характер економічних відносин і відповідно входить у систему економічних категорій. Як економічна категорія фінанси відображають економічні процеси і явища у сфері фінансових відносин і є найважливішою складовою частиною економічної системи в цілому. Від результативності фінансових відносин залежить ефективність економічної системи держави й рівень економічного розвитку суспільства.

Категорія фінанси є об'єктивною, що функціонує в різних суспільно-економічних формаціях. Як об'єктивна економічна категорія, фінанси виступають носієм єдиної абстрактної сутності системи фінансових відносин у всіх суспільно-економічних формаціях, хоча відмітні функції фінансів, їхня роль у суспільному виробництві можуть визначатися особливостями суспільно-економічного ладу конкретної держави. Це пов'язане з тим, що будь-яка держава незалежно від суспільно-економічного ладу формує для реалізації своїх владних функцій систему необхідних йому фінансових відносин [4, с. 75].

Фінанси, як економічна категорія характеризує відносини між економічними партнерами, організовані за допомогою держави. Тому саме виникнення фінансів і їхній розвиток нерозривно пов'язане з історією появи й розвитку державного устрою, тобто держави як органа керування. Державне регулювання фінансів охоплює всі основні форми фінансових відносин: між державою й підприємствами, між державою й населенням, між різними підприємствами, між підприємствами й його працівниками [5, с. 335].

Організуючи фінансові відносини, держава виходить саме із певної державної фінансової політики, оскільки між економічними суб'єктами існує досить тісний взаємозв'язок. Розвиток науки про фінанси відбувається в єдиному комплексі з наукою про фінансову політику держави. Остання виступає, як прикладна складова частина фінансової науки. Як прояв певної державної фінансової політики, фінанси

стають, у першу чергу, в процесі формування доходів і видатків держави. За допомогою фінансової політики держава може активно впливати на економічний розвиток країни, як у позитивному, так і у негативному сенсі [5, с. 336].

Висновки. Таким чином, можна зробити висновок, що забезпечення умов ефективного здійснення процесу розширеного виробництва, є не тільки головною метою фінансів, але й найважливішою передумовою розширення сфери фінансових відносин в країні.

Фінансова політика є дуже багатогранною, за змістом, категорією, що знаходиться під впливом як зовнішніх, так і внутрішніх факторів, залежить від парадигми кожної окремої економічної теорії, та відображає сутність економічної теорії країни в цілому.

Список літератури: 1. *Василик О.Д.* Теорія фінансів: Підручник / *О. Д. Василик*. – К.: НІОС. – 2000. – 416 с. 2. *Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е.Б.* Современный экономический словарь / *Б.А. Райзберг, Л.Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева* — М.: ИНФРА-М. – 1999. – 479 с. 3. *Чухно А.А.* Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України / *А.А. Чухно*. – К.: Вид-во «Логос», 2003. – 631 с. 4. *Грідчина М.В.* Фінанси (теоретичні основи): Підручник / *М.В. Грідчина, В.Б. Захожай, Л.Л. Осипчук* та ін. Під кер-вом і за наук. ред. *М.В. Грідчиної, В.Б. Захожя* — К.: МАУП. – 2004. — 312с. 5. *Азаров М.Я., Ярошенко Ф.О.* Державна фінансова політика та прогнозування доходів бюджету: моногр. / *М.Я. Азаров, Ф.О. Ярошенко, Т.І. Єфименко* – К : МАУП. – 2004. — 711 с.

Подано до редакції 25.02.2011

УДК 330.356.3, 003, 13..621.311.245

Л.О. КРЕМЕНЧУТСЬКА, ст.викл.НТУ «ХПІ», Харків

А.С. ЄВТИФІЙ, студент НТУ «ХПІ», Харків

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

Л.С. ПОПАЗОВ, к.е.н., доцент, НТУ «ХПІ», Харків

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ КАПІТАЛЬНИХ ВКЛАДЕНЬ, ЯКІ ЗДІЙСНЮЮТЬСЯ ЗА БЮДЖЕТНІ КОШТИ ВІДПОВІДНО ДО КОМПЛЕКСНОЇ ПРОГРАМИ БУДІВНИЦТВА ВІТРОЕНЕРГЕТИЧНИХ СТАНЦІЙ (ВЕС) (МЕТОДИКА БКВ)

В основу Методики БКВ покладено принцип оцінки ефективності використання первинно витрачених для будівництва конкретної ВЕС державних коштів на подальше реінсткування у розширенні будівництва ВЕС за рахунок амортизаційних відрахувань і прибутку, які формуються у процесі діяльності ВЕС.

Methods Based on the principle of BKV evaluation using primarily spent for specific construction WPP state funds for further expansion in construction reinstuvannya WPP through depreciation and profits, which are formed in the process of WPP.

Ключові слова: Критерії ефективності, вітроенергетичні станції (ВЕС), капітальні вкладення.

Вступ: Енергетична безпека є важливою складовою національної та економічної безпеки кожної країни. Залежність України від імпорту нафти, зокрема російської, спонукає шукати нові альтернативні джерела енергії. Підвищення цін на енергоносії та невпевненість в стабільності, та надійності постачальників нафти призвело до занепокоєння серед країн-імпортерів нафти в усьому світі. Це в свою чергу призвело до зростаючого інтересу до таких відновлюваних джерел енергії, як біопальне, енергія вітру, сонячної енергії.

Постановка задачі: Мета комплексної програми полягає у підвищенні обсягів видобутку екологічно чистої електроенергії із поновлювального джерела енергії - вітру. Відтак, показники ефективності будівництва ВЕС, яке здійснюється за бюджетні кошти відповідно до комплексної програми, повинні відтворювати ступінь досягнення саме цієї мети.

Методологія : В основу Методики БКВ покладено принцип оцінки ефективності використання первинно витрачених для будівництва конкретної ВЕС державних коштів на подальше реінвестування у розширення будівництва ВЕС за рахунок амортизаційних відрахувань і прибутку, які формуються у процесі діяльності ВЕС.

Такий підхід ґрунтується на положеннях «Концепції амортизаційної політики», схвалено Указом Президента України від 07.03.2001 р. №169/2001. Зокрема в «Концепції амортизаційної політики» наголошено наступне: «Амортизаційна політика має бути спрямована на підвищення фінансової заінтересованості суб'єктів господарювання у здійсненні інвестицій в основний капітал за рахунок коштів власних амортизаційних фондів».

Відповідно до чинного Законодавства України право використання оборотних активів підприємства, у тому складі коштів амортизаційних відрахувань та прибутку підприємства, закріплено суб'єктами господарювання. Виходячи з цього положення в даній Методики БКВ запропоновано механізм обчислення економічного ефекту, що може бути досягнутий у разі свідомих дій керівництва ВЕС, спрямованих на фактичне реінвестування набутих грошових активів, тобто при поєднанні підприємницьких і загальнодержавних інтересів.

Методика БКВ виступає мірою потенційного економічного ефекту, єдиною для проектів будівництва різних ВЕС.

Фактичне спрямування грошових потоків після введення ВЕС у дію в напрямках відмінних від схеми реінвестування, яка передбачена Методикою БКВ, не є підставою для ствердження про фактичне зниження економічної ефективності станції. Аналіз ситуації, яка призводить до відсутності активного реінвестування під час дії ВЕС, та прийняття заходів щодо його здійснення є компетенція відповідних

упроваджених державних органів, які діють у межах чинного Законодавства (наприклад, здійснюють фінансування, встановлюють тарифи, укладають контракти з керівництвом ВЕС, тощо).

Результати дослідження: Механізм Методики БКВ передбачає обчислення грошових потоків в діяльності ВЕС на перспективний період її роботи в межах терміну її корисного використання. Цей принцип повністю відповідає загальним методичним положенням чинного галузевого нормативного документа Мінпаливенерго ГКД 340.000.001-95 «Визначення економічної ефективності капітальних вкладень в енергетику. Методика. Загальні методичні положення». Та на відміну від означеної галузевої методики, де абсолютна економічна ефективність капіталовкладень визначається як різниця між дисконтуванною сумою накопичених та витрачених коштів за термін дії об'єкту, у Методиці БКВ ефективність оцінюється за критеріями можливості нарощування вироблення електроенергії на ВЕС за рахунок первинно вкладених коштів.

У такий спосіб Методика БКВ враховує ефективність досягнення мети, за ради якої здійснюється інвестування будівництва ВЕС за кошти бюджету. Інші принципові особливості ВЕС, які враховані в Методиці БКВ полягають у наступному:

- тариф на електроенергію, за яким визначається доход ВЕС, приймається на рівні єдиного тарифу на екологічно чисту електроенергію, встановленого НКРЕ («зелений тариф»);

- норма дисконтування грошових потоків приймається нульовою.

Останнє положення враховує, що цільові бюджетні кошти КП не мають ніякого альтернативного застосування, окрім будівництва ВЕС. До цього ж відсутні ризики, пов'язані з:

- кредитуванням,
- зміною обсягів запланованого у КП фінансування,
- падіння попиту на продукцію ВЕС - екологічно чисту електроенергію,
- зміною тарифу на відпущену електроенергію.

Економічна ефективність капітальних вкладень визначається за допомогою системи основних визначальних і додаткових показників.

Критерії ефективності покликані надавати можливість приймати рішення щодо найбільш доцільних напрямків вкладання коштів. Відрізняють ситуації порівняння варіантів з однаковими і різними умовами капітальних вкладень. До цих умов відносяться:

- суми капітальних вкладень;
- графіки введення в дію капітальних вкладень;

- будівельні лаги;
- терміни корисного використання ВЕС тощо.

Нижче подано критерії ефективності капітальних вкладень для обох загальних випадків.

Критерієм ефективності капітальних вкладень в даному випадку має виступати максимум обсягу електроенергії, виробленої ВЕС за весь термін її корисного використання. Ця електроенергія виробляється на потужностях, введених в дію як за рахунок первісних капіталовкладень, так і за рахунок вторинних джерел - амортизаційних відрахувань і прибутку, отриманих ВЕС від продажу виробленої електроенергії. Для обчислення даного показника термін корисного використання ВЕС обумовлюється терміном експлуатації ВЕУ, наведеним в її паспортних даних. Таким чином, у випадку однакових умов капітальних вкладень критерієм ефективності інвестиційного проекту ВЕС виступає:

$$\max E = \max_{t=1}^T \sum_{t=1}^T E_t, \quad (1.1)$$

де: T — термін корисного використання ВЕС;

E - виробіток електроенергії ВЕС за весь термін її корисного використання;

E_t - виробіток електроенергії ВЕС в t -ому році.

Для зіставлення варіантів інвестиційного проекту ВЕС з різними умовами капітальних вкладень використовується критерій максимуму відносної величини - коефіцієнт розширення виробництва (КРВ) електроенергії ВЕС.

КРВ являє собою відношення виробітку електроенергії ВЕС за весь термін її корисного використання, що досягається за умов нарощування потужностей з використанням власних активів, до виробітку електроенергії, який міг бути отриманий на потужностях, введених за рахунок лише первинних капітальних вкладень.

$$\max KPB = \max \frac{\sum_{t=1}^T E_t}{\sum_{t=1}^T E^*t}, \quad (1.2)$$

де: E^*t - виробіток електроенергії в t -ому році, отриманий на потужностях, введених за рахунок первинних капітальних вкладень, млн. кВт г;

E_t - виробіток електроенергії в t -ому році, отриманий на всіх потужностях ВЕС, млн. кВт г;

T - термін корисного використання ВЕС, років.

Наведені вище показники характеризують внутрішній потенціал ефективності проекту ВЕС інтегрально за всіма чинниками ефективності -вітропотенціалом, тарифом, експлуатаційними витратами, умовами будівництва, первинними

капіталовкладеннями, інтенсивністю та тривалістю реінвестування. Останній чинник - тривалість реінвестування - має суттєвий вплив на всі показники ефективності ВЕС і має бути встановлений нормативно.

В даній Методиці тривалість реінвестування визначається на підставі таких обставин:

1. Як правило, існують певні обмеження процесу нарощування потужностей на одній площадці ВЕС. Ці обмеження випливають з умов відведення земельних ділянок, підключення до електромережі, рівня споживання електроенергії тощо. В той же час за 10 років реінвестування потужність ВЕС може зрости у 1,7 рази, за 15 років - у 2,5 рази, за 20 років - майже у 4 рази і так далі. Тривалість реінвестування більша за 20 років виводить потужності ВЕС за межі фактичних можливостей площадок, а врахування можливості розширення ВЕС на нових ділянках не є методично виваженим з огляду на зміни у вихідних параметрах ділянок (вітропотенціалу, умов будівництва тощо).

2. За умови максимізації прибутковості ВЕС тривалість реінвестування має оптимальну зону, яка становить 16-18 років.

З урахуванням викладених обставин доцільно встановити в Методиці БКВ тривалість реінвестування 20 років в якості нормативу для розрахунків усіх показників ефективності. Така тривалість є достатньою для прояву економічної ефективності проекту будівництва і експлуатації ВЕС.

ВЕС, яка розвивається, за час своєї дії набуває нових можливостей з виробництва електроенергії. Показники, що характеризують стан ВЕС на кінець терміну корисного використання, є додатковими до показників економічної ефективності.

Потужність ВЕС на кінець терміну корисного використання

Цей показник розраховується за виразом:

$$P_T = P_T^o + P_T^R \quad (1.3)$$

де: P_T - потужність ВЕС на кінець терміну корисного використання, МВт;

P_T^o - потужність, введена за рахунок первинних капіталовкладень, МВт;

P_T^R - потужність, введена за рахунок реінвестування, МВт;

Річний виробіток електроенергії ВЕС на кінець терміну корисного використання

Цей показник розраховується за формулою:

$$E_T = 8760 \cdot P_T \cdot K_{ef} \quad (1.4)$$

де: E_T - річний виробіток електроенергії ВЕС на кінець терміну корисного використання, млн. кВт-г;

P_T^j - встановлена потужність усіх ВЕУ j-того типу на кінець терміну використання, МВт;

k_j - коефіцієнт використання номінальної потужності ВЕУ j-того типу;

m - кількість ВЕУ на ВЕС.

Середньорічна потужність ВЕС.

Цей показник розраховується за формулою:

$$\overline{P} = \frac{(\sum_{t=1}^T P_t)}{T}, \quad (1.5)$$

де: $\overline{P}$ - середньорічна потужність ВЕС, МВт;

P_t - середня потужність ВЕС у t-тому році, МВт.

Середньорічний виробіток електроенергії ВЕС

Показник розраховується за формулою:

$$\overline{E} = \frac{E}{T}, \quad (1.6)$$

де: $\overline{E}$ - середньорічний виробіток електроенергії ВЕС, млн..кВт г.

Обсяг електроенергії, виробленої ВЕС за весь термін її корисного використання.

Цей показник розраховується за виразом і використовується як додатковий у разі застосування показника КРВ у якості критерію економічної ефективності.

Якщо різні варіанти будівництва ВЕС будуть мати приблизно однакові основні показники, то для подальшого порівняння слід використовувати додаткові показники. Більш ефективний слід вважати той варіант, в якому додаткові показники є більшими.

Висновки :

- термін корисного використання ВЕС – 30 років;
- річні амортизаційні відрахування від основних фондів – 3,3% за лінійною схемою;
- річні експлуатаційні витрати – 1% від основних фондів, або розрахункові данні за досвідом експлуатації;
- тариф відпущеної електроенергії – тариф на екологічно чисту електроенергію, який встановлює НКРЕ;
- ставка податку на прибуток – 25%;
- норма дисконту U (приймається інвестором).

У разі кредитування будівництва стандартні данні мають бути доповнені даними щорічної сплати відсотків по кредиту.

Список літератури: 1. Матвеев Ю. Світова енергетика. «Зелена енергетика, № 3, 2010, с. 4-6. 2. Конеченков А. Найбільша вітростанція на суші. «Зелена енергетика», І 3, 2010, с. 7-9.

В.О. САМБОРСЬКИЙ, ст. викл., ННІ ПМК ХНУВС, Харків

СУЧАСНА СВІТОВА ФІНАНСОВА КРИЗА І ЕВОЛЮЦІЯ ЛІБЕРАЛІЗМУ

В статті розглядається еволюція ліберальної ідеології розвитку економіки, акцент робиться на тих теоріях, які найбільше вплинули на розвиток ліберальної ідеї, а також на тих, в яких відбулася трансформація ліберальної ідеї через включення в неї цінностей інших ідеологій. Робиться спроба визначення тих шляхів на яких буде відбуватися подальша еволюція ліберальної ідеології.

In the article is considered the evolution of liberal ideology of the economy. The accent is done on the theories which had influence on the development of that idea and others theories in which the transformation of liberalism took place. Also in the article the author makes the attempt of defining ways in which the liberal ideology will be develop.

Ключові слова: лібералізм, ідеологія, господарство, суспільство, модель, економічна політика.

Вступ. Наприкінці 20 – го. ст. відбулася подія, яку можна було розглядати, як факт перемоги західної ліберальної цивілізації над соціалістичною системою на чолі з СРСР. Дана перемога пояснювалася перш за все наявністю таких загальнолюдських цінностей в лібералізмі, як: свобода, нейтральність держави, приватна власність, демократія та справедливість. Як вказував у свій час Ф. Фукуяма : «Те, чого ми, ймовірно, є свідками не просто кінець холодної війни, але кінець історії, як такової, завершення ідеологічної еволюції людства і універсалізації західної ліберальної демократії, як кінцевої форми правління» (1,134). Дійсно, якщо розглядати розвиток сучасного світу на протязі останніх 20 – ти років, як в політичній, так і в економічній сферах, то він проходить під знаком глобалізації, а остання, як відомо, – під знаком ідеї лібералізму.

Але сучасна світова фінансова криза 2008 – 2009 рр., що є безпрецедентною на думку фахівців, не тільки поставила під сумнів вищеназану перемогу, а також продемонструвала кризу ідеології «ринкового фундаменталізму» та ідеї ліберального саморегулювання ринку.

Постановка задачі. Як відомо ідеологія лібералізму втілюється у теоріях економічного розвитку, дотримуючись яких проводилася економічна політика в західних країнах на протязі багатьох років. Тому, для відповіді на питання відносно актуальності даної ідеології сьогодні, а також для з'ясування питання щодо її зміни слід звернутися до підвалин ліберальної ідеології, з'ясувати її еволюцію, і те наскільки можливе відродження цінностей лібералізму.

Методологія. В якості метода дослідження використаний метод порівняльного аналізу, який розкриває особливості еволюції ідеології лібералізму, зокрема аналіз економічних теорій стане у подальшому предметом дослідження витоків та еволюції лібералізму.

Однією з перших економічних теорій, яка втілювала в собі цінності лібералізму була економічна теорія господарського життя розроблена у школі фізіократів. Гасло фізіократів: “Дати свободу діяти” надовго визначило загальну ідею економічного лібералізму. Фізіократи засуджували корпоративну організацію праці, митні перешкоди у торгівлі. Відповідно до їх теорії сільське господарство – це єдине джерело чистого продукта, який у своїй сукупності складає багатство нації. У 1758 році була надрукована “Економічна таблиця” Ф. Кене, де обґрунтовувалась ефективність “природного порядку”, який базується на власності і на свободі, не передбачаючи при цьому втручання держави. Поняттям, яке передавало зміст свободи у взаємовідносинах між людиною і суспільством у Ф. Кене виступало поняття “природного порядку”. Згідно з цим поняттям, суспільна влада має у якості основної місії забезпечувати природні закони, безпеку та власність.

Розгортаючи ідеї фізіократів, свою теорію економічного розвитку суспільства, яка базується на ліберальній ідеології, у 18 – му ст. створює А. Сміт. В основі його теорії знаходиться пошук оптимального економічного розвитку, взаємовідносин класів, державної політики. Оптимальний економічний розвиток у Сміта поєднано з ідеєю “природної свободи”. Зміст даної ідеї знаходиться у поняттях, які використовує Сміт: поняттях “економічної людини” і “незримі руки”. А. Сміт так характеризує “економічну людину” : “Вона скоріше досягне своєї мети, якщо звернеться до їх (своїх ближніх) егоїзму і спроможеться показати їм, що в їх власних інтересах зробити для нього те, що він потребує від них. Будь – хто пропонує іншому угоду якогось – роду, пропонує зробити саме це. Дай мені те, що потрібно, і ти отримаєш те, що тобі потрібно, – таким є зміст усякого подібного пропонування... Не від доброзичливості м’ясника, пивовара або пекаря сподіваємося ми отримати наш обід, а від додержання їх інтересів. Ми звертаємось не до їх гуманості, а до їх егоїзму, та ніколи не говорим їм про наші нестатки, а про їх користь”.(2, 108). Суть “незримі руки” полягає у пропаганді таких суспільних умов і правил, за яких завдяки вільній конкуренції підприємців та через їх приватні інтереси ринкова економіка буде найліпшим чином вирішувати суспільні задачі і призведе до гармонії особисту і колективну волю з максимально можливою користю для всіх та кожного окремо. Смітівська “незрима рука” передбачає таке співвідношення між “економічною людиною” та суспільством, тобто “зримою рукою” державного управління, коли остання не протидіє об’єктивним законам економіки, і не буде

виступати штучною перешкодою “природному” ринковому порядку. Дані ідеї Сміта справили суттєвий вплив на формування економічного розвитку країн у 18 ст.

Проте зміни в суспільстві в середині 19 – ст., а саме: погіршення життя робітників, поляризація суспільства, нездатність «незримої руки» ринка забезпечити соціальну гармонію поставили під питання абсолютність ліберальних цінностей втілених в теорії А. Сміта. Нові наукові праці, в яких увага зосереджувалася на залученні до господарського життя країн неіндивідуальних цінностей (на перше місце ставилися інтереси та цінності держави, нації, класу, профспілки або іншої групи), які відображали більш справедливий розподіл доходів, наприклад через створення кооперативних асоціацій виробників (праці соціалістів – рикардіанців У. Томпсон, Т. Годскін), збільшення ефективності використання приватної власності через передачу прав «державі, яка перетворювалася в асоціацію робітників» (роботи сен – симоністів), а також різні соціальні заходи направлені на покращення життя робітників (зменшення робочого дня, будівництво дитячих садків для дітей робітників, будівництво гуртожитків, організація жеків (праці соціалістів – утопістів) так або інакше передбачали реформування ліберальної ідеї економічного розвитку суспільства.

Дане реформування ліберальних цінностей у своїх працях здійснює Дж. Ст. Міль. Він розглянув економіку в більш широкому контексті, а саме на перший план у розвинених країнах висував проблему розподілу, з тим, щоб кожна людина у суспільстві мала би можливість приймати участь у користі, яку воно приносить.(3, 48). Дж. Ст. Міль, розвиваючи свій ліберальний реформізм, був переконан у можливості поступово, засобами розумного законодавства трансформувати сучасний йому капіталізм у більш справедливе та гумане суспільство. Міль був одним з тих, хто наповнив центральний для ліберальної філософії принцип індивідуалізму новим змістом. Він спробував відійти від притаманного класичному лібералізму уявлення про те, що суспільство – це механічна сума індивідів, які переслідують егоїстичні цілі та інтереси. У його розумінні людина – істота соціальна, і суспільний прогрес пов’язан з розвитком інститутів, які виховують у ньому соціальні якості. Ідеї Міля підготували ґрунт для подальшої трансформації економічної ліберальної ідеології, яка відбулася в роботах Дж. М. Кейнса.

Розвиток економічного лібералізму в роботах Кейнса передбачав висунування на перший план нову ліберальну концепцію державної участі у соціально – економічному розвитку. Але Кейнс, визнаючи необхідність державної участі у соціально – економічних відносинах, разом з тим сповідував суперечливу йому ідею мінімізації такої участі. У ідеології Кейнса у центрі залишався індивідуум, а головними цінностями – його права та свободи. (4, 112). Всі інші механізми та

інститути суспільства, наприклад соціально – економічне і правове регулювання були тільки засобами підтримування та зміцнення цих цінностей. Разом з тим, такий спосіб приватнокапіталістичного привласнення і розподілу національного багатства був далеким від досконалості і заслуговував на реформування.

Реформування капіталізму Кейнс пов'язував з державно – економічним плануванням, яке стає актуальним у зв'язку з кризою 1929 – 1933 рр. Висунута економічна теорія господарського розвитку Кейнса передбачала різке збільшення державних витрат даже ціною створення бюджетного дефіциту в цілях розширення купівельної спроможності населення, розсмоктування кризи надвиробництва, інвестиційних уливань у промисловість та сільське господарство. Кейнсіанська доктрина «розширення попиту» мала не тільки економічну (погашення надвиробництва), але і соціальну направленість: важливими засобами збільшення купівельної спроможності населення повинні стати державні виплати безробітним, біднякам, старим.

Подальша еволюція ліберальних цінностей відображається у теорії «соціально – ринкового господарства», яка реалізується на практиці у післявоєнній Німеччині. Сама доктрина «соціально – ринкового» господарства виникла у 30 – х рр. 20 ст. у рамках Фрайбургської школи, лідером якої був Вальтер Ойкен. Виходячи з основної ідеї «взаємозалежності устроїв», він вважав що передумовою політичної організації майбутнього німецької держави, заснованої на принципах свободи та законності є ринкова економіка. Остання функціонує тільки в умовах свободи: свободи вибору споживання, свободи вибору професії та міста роботи, свободи підприємництва, розпорядження приватною власністю, свободи вступати в договірні відносини. Ідея «соціально – ринкового» господарства ні в якому разі не ідентична капіталізму «вседозволеності», тобто цілковитій та вільній конкуренції без втручання держави. Остання насамперед «повинна забезпечити правила конкурентної боротьби, свободу від монополій, слідкувати за тим, щоб певні економічні дії по можливості не вступали в суперечку з соціальними цілями та свободою інших». (5, 79). На державу покладалася і така важлива задача, як надавання соціального характеру розподілу національного доходу. Держава повинна бути незалежним та об'єктивним судею вільного ринкового господарства, втручаєсь в економіку «настільки замало наскільки це можливо, і настільки забагато, наскільки це потрібно», щоб унести соціальну справедливість у вільну гру сил на ринку. При дотриманні всіх цих умов ринкове господарство набуває соціального характеру.

Після Другої Світової війни ліберальна ідея розвитку господарства знаходить втілення також в працях Л. Мізеса, Ф. Хайєка, М. Фрідмена та ін. І хоч в працях даних авторів акцент робиться на відродженні «старого лібералізму Сміта – Рікардо»,

але у подальшому економічному розвитку багатьох країн лібералізм вже не існує без своїх попередніх трансформацій, зокрема без соціальної складової.

Усвідомлюючи сказане зрозуміло, що ліберальна ідея постійно змінюючись разом з тим відроджувалась, коли виникали певні історичні умови. Тому сьогодні, під час світової фінансової кризи слова Гж. В. Колодко, що «в даному разі можна цілком впевнено сказати, що ми маємо справу з крахом неоліберальної моделі»(6, 9) не повністю відповідають історичним фактам. Разом з тим, сьогодні, вчені пропонують різні варіанти еволюції ліберальної ідеї. Так, наприклад той же Гж. В. Колодко пропонує підхід в основі якого менше ідеології – більше прагматизму. А саме: «ефективною може бути лише та стратегія розвитку і та економічна політика, які виходять з конкретної економічної теорії,...якою є теорія збігу обставин. Серед головних рис даної теорії: «відмова від будь – якого догматизму; відмова від спроб створити універсальну теорію економічного зростання, перенесення уваги на специфічні риси явищ та процесів, нерозривно пов'язаних з макроекономічним відтворенням; переміщення в багатовимірному просторі, яке складається з конкретних історичного, географічного, культурного, інституційного, політичного, соціального вимірів...»(6, 10).

Лауреат Нобелівської премії Пол Кругман реформування лібералізму бачить в формуванні інститутів добробуту, вирівнюванні доходів населення, введення податків на багатих, у введенні гарантованої загальнодоступної медицини тощо.

Учасники останнього саміту «G 20» дійшли висновку, що вихід з кризи, а відповідно і еволюція ліберальної ідеї пов'язана з такими процесами, коли загальнонаціональний інтерес буде визначати формат реалізації приватного інтересу, який повинен здійснюватися через регулювання державою.

Результати дослідження. На основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що сьогоднішня криза економічного лібералізму це не кінець даної ідеології, а лише ще одна трансформація ліберальної ідеї, яка вже згодом зможе відродитися при створенні відповідних умов. Тому важливим постає завдання створення даних умов саме в національній економіці, а також урахування досвіду інших країн щодо реформування ліберальної ідеології.

Список літератури: 1. Фукуяма Ф. Конец истории//Вопросы философии, 1990,№3. 2. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов//Антология экономической классики: В 2 т. М.,1991. Т1. 3. Милль Дж. С. Основы политической экономии: В 3 т. М.:Прогрес, 1980 – 1981. 4. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег// Избранные произведения. – М.: Экономика, 1993. 5. Ойкен В. Основные принципы экономической политики. М.:Прогрес, 1995. 6. Гж. В. Колодко. Від ідеології неолібералізму до нового прагматизму// Економіка України, 2010, №9.

Подано до редакції 28.02.2011

Д.Ю. КРАМСЬКОЙ, ст. викладач, НТУ «ХПІ», Харків

ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена актуальним питанням формування стратегій управління інноваційним розвитком підприємства з метою покращення діяльності підприємств в інноваційному секторі. Запропоновано концептуальну схему інноваційного розвитку, розроблено методику діагностики інноваційного розвитку та методику формування стратегій інноваційного розвитку.

The article is devoted the актуальним questions of forming of strategies of management innovative development of enterprise with the purpose of improvement of activity of enterprises in an innovative sector. The conceptual chart of innovative development is offered, the method of diagnostics of innovative development and method of forming of strategies of innovative development is developed.

Ключові слова: інновації, інноваційний розвиток, інноваційний потенціал, стратегії, діагностика, прогнозування, модель, управління.

Вступ. Сучасні тенденції розвитку світової економіки свідчать про виникнення нового виду економічних відносин, базою для яких послужило інноваційне співробітництво. Оскільки інтенсифікація та автоматизація виробництва, доступ до великих обсягів інформації, сучасні технології продаж вже не дають необхідного економічного ефекту, виникає потреба пошуку нових джерел розвитку світової економіки, серед яких основним, на думку більшості вчених, повинні стати інновації.

Інноваційний розвиток підприємства повинний підпорядковуватися загальнодержавному розвитку та базуватися на чітко визначених програмах та рекомендаціях. Отже, дослідження інноваційного розвитку та формування стратегій для його забезпечення допоможуть підприємствам підвищити свою конкурентоздатність та сформувати конкурентоздатну національну економіку.

Проблема інноваційного розвитку завжди знаходилась в центрі уваги провідних вітчизняних та зарубіжних фахівців, зокрема, таких як В.П. Александрова, А.С. Гальчинський, В.М. Геєць, М.С. Герасимчук, Н.П. Гончарова, А.В. Гриньов, В.М. Гриньова, В.І. Захарченко, С.М. Ілляшенко, О.Є. Кузьмін, М.І. Лапін, О.О. Лапко, О.І. Маслак, Л.І. Нейкова, П.Г. Перерва, Д.М. Черваньов, Н.І. Чухрай, А.І.Яковлев, Г.Г. Азгадьдов, Л. Водачек, Д.М. Гвишиані, В.І. Громек, О.В. Гугелев, П.Н. Завлін, А.К. Казанцев, Л.Е. Мінделі, Ю.П. Морозов, А.І. Пригожин, А.Б. Титов, Р.А. Фатхутдінов, Х. Хершген, М. Хучек, Й. Шумпетер та інші.

У полі зору цих науковців перебуває широке коло проблем, присвячених дослідженням інновацій та інноваційного менеджменту. Зокрема питання, пов'язані з поняттям інновацій, чинників, що формують інновації, оцінкою ефективності та стимулювання інноваційних процесів тощо. Однак, швидкі зміни в економіці

вимагають приділяти все більше уваги саме категорії інноваційного розвитку, яка характеризує беззворотній процес розвитку підприємства за допомогою інновацій, що обумовлює вибір теми, визначає мету і завдання дисертаційної роботи.

Постановка задачі. Розробити практичні рекомендації щодо формування стратегій інноваційного розвитку машинобудівних підприємств.

Методологія. Для вирішення цієї задачі було вирішено питання, пов'язані з дослідженням підходів до визначення понять «інновації» та «інноваційний розвиток», і аналіз сучасних тенденцій інноваційного розвитку.

В дослідженні прийнято визначення цієї категорії яка враховує що, інновації – це цілеспрямована зміна, яка вносить у середовище впровадження (організацію, населення, суспільство тощо) нові, відносно стабільні елементи. Така трактовка дає можливість дослідження інновацій як в просторовому розрізі (по об'єктах інновацій, їх джерелам і т.п.), так і в часі, що є найприйнятнішим для формування категорії інноваційного розвитку. Проведений аналіз категорії «розвиток» дозволив визначити в дисертаційному дослідженні поняття «інноваційний розвиток» – процес необоротної закономірної зміни підприємства і бізнес-процесів у ньому, викликаний розробкою і впровадженням інновацій.

Інноваційний розвиток промислових підприємств безпосередньо залежить від міжнародного та національного інноваційного простору, тому доцільним є його дослідження. Аналіз основних тенденцій інноваційного розвитку підприємств пропонується здійснювати за допомогою наступного алгоритму (рис. 1).

Проведений аналіз існуючих методів і підходів до дослідження інноваційного розвитку показав, що у більшості підходів ця категорія розглядається як сукупність певних показників, які можуть бути об'єднані у окремі групи. В розділі виявлені та систематизовані проблеми оцінки груп показників, їх поєднання в один показник та врахування зовнішнього середовища підприємства як найважливішого чинника інноваційного розвитку і основного джерела його гальмування, що підтверджує необхідність побудови удосконаленої системи показників для дослідження інноваційного розвитку машинобудівних підприємств.

Аналізуючі методичні підходи у формуванні економічного механізму інноваційного розвитку підприємства – розглянуто питання пов'язані з формуванням системи показників інноваційного розвитку, розробкою концептуальної схеми взаємозв'язку методик інноваційного розвитку підприємств, побудовою алгоритму методики діагностики інноваційного розвитку, заснованої на композиції методів аналітичного графічного та таксономічного аналізів, аналітичним та графічним аналізами показників інноваційного розвитку найбільших промислових підприємств Харківського регіону, побудовою інтегрального показника розвитку окремих складових та загального показника інноваційного розвитку.

Сучасні умови господарювання вимагають від підприємств побудови комплексних систем дослідження свого розвитку. Для ефективного дослідження інноваційного розвитку підприємств в дослідженні було розроблено концептуальну

схему взаємозв'язку методичних підходів до інноваційного розвитку, яка складається з чотирьох блоків (рис. 2).

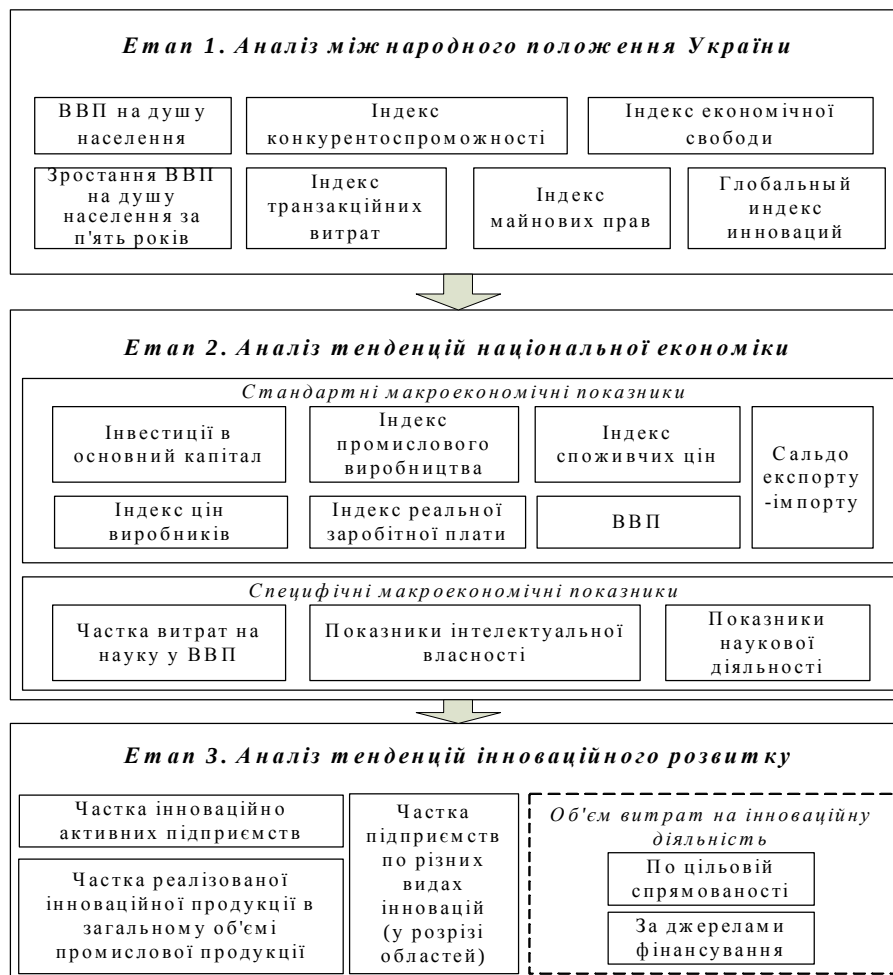


Рис. 1 - Алгоритм аналізу тенденцій інноваційного розвитку

Блок 1. «Оцінка поточного стану інноваційного розвитку підприємства».

Метою першого блоку концептуальної схеми є діагностика інноваційного розвитку підприємства. На першому етапі методики здійснюється формування простору показників інноваційного розвитку. Проведений в дослідженні аналіз діяльності промислових підприємств дозволив виявити п'ять основних складових інноваційного розвитку: загальна складова, виробничо-технологічна складова, трудова складова, маркетингова складова, товарна складова, які містять в собі ряд показників.

Другий етап методики присвячений побудові загального показника розвитку по кожній складовій та в цілому по всій діяльності. Інструментарієм такої побудови виступає метод таксономічного аналізу – метод рівня розвитку.

Блок 2. «Дослідження інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств». Метою даного блоку є побудова інноваційного потенціалу і оцінка його використання. Для реалізації цієї мети в дослідженні запропоновано методику

дослідження інноваційного потенціалу підприємств (рис. 2). На першому етапі методики здійснюється побудова показника інноваційного потенціалу та аналіз диспропорцій в його розвитку. На другому етапі за допомогою кластерного аналізу формуються однорідні групи підприємств. Що дозволяє більш якісно здійснити оцінку використання інноваційного потенціалу.

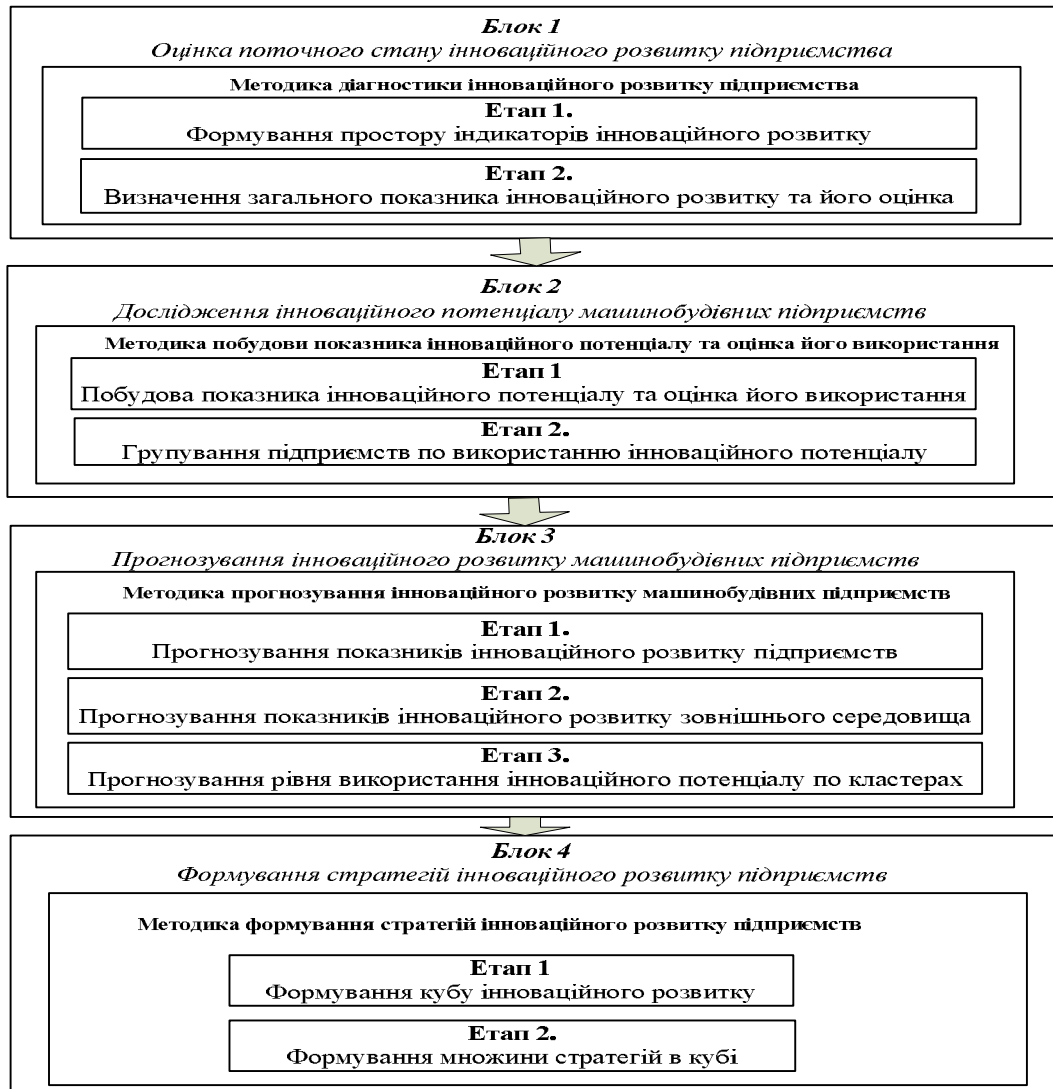


Рис. 2 - Концептуальна схема інноваційного розвитку

Блок 3. «Прогнозування інноваційного розвитку машинобудівних підприємств». Метою даного блоку є прогнозування різних складових інноваційного розвитку машинобудівних підприємств для подальшої якісної розробки стратегії інноваційного розвитку.

Для досягнення даної мети в роботі пропонується методика прогнозування інноваційного розвитку машинобудівних підприємств. Дана методика складається з трьох етапів. На першому етапі – «Прогнозування показників інноваційного розвитку підприємств» за допомогою економіко-математичних методів здійснюється

прогнозування кожної складової інноваційного розвитку підприємств. Другий етап – «Прогнозування показників інноваційного розвитку зовнішнього середовища» присвячений визначенню майбутнього стану середовища, в якому функціонують промислові підприємства, а саме економіки Харківського регіону. На третьому етапі – «Прогнозування рівня використання інноваційного потенціалу по кластерах» аналізується використання потенціалу по однорідних групах.

Блок 4. «Формування стратегій інноваційного розвитку підприємств». В дослідженні під стратегією інноваційного розвитку підприємства розумітимемо комплекс заходів спрямованих на максимальне використання інноваційного потенціалу підприємства в стратегічному періоді. Метою четвертого блоку є формування стратегій інноваційного розвитку залежно від поточного стану інноваційного розвитку підприємства і його потенціалу. Як інструментарій, що дозволяє реалізувати мету даного блоку є методика формування стратегій інноваційного розвитку підприємства (рис. 2).

Перший етап направлений на побудову трьохкомпонентного показника інноваційного розвитку промислових підприємств, що складається з таких показників як рівень інноваційного розвитку підприємства, рівень інноваційного розвитку зовнішнього середовища; рівень використання інноваційного потенціалу підприємств. Графічна інтерпретація даного показника представляється у вигляді куба інноваційного розвитку підприємства з відповідними осями. Другий етап присвячений розробці стратегій в залежності від елементів кубу.

Результати реалізації першого блоку концептуальної схеми наведено в табл. 1.

В результаті реалізації першого блоку методики можна зробити висновки щодо низького значення показників інноваційного розвитку. Який забезпечується виключно власними засобами. Підприємством-аутсайдера по інноваційному розвитку зі всієї проаналізованої сукупності підприємств є ВАТ «Завод ім. Фрунзе», лідерами по більшості показників виступають ВАТ «ХПЗ» і ВАТ «Турбоатом». На другому етапі розраховано показники інноваційного розвитку по кожній складовій на підставі даних табл. 3.

За допомогою метода рівня розвитку здійснювалося об'єднання часткових показників в один інтегральний показник інноваційного розвитку:

$$I_{pot} = 0.214I_{ob} + 0.234I_{pt} + 0.393I_{tr} + 0.099I_{mar} + 0.059I_{prod} \quad (1)$$

Розрахунок інтегрального показника розвитку за досліджувані роки показав, що він має тенденцію до зменшення, що є негативним з точки зору інноваційного розвитку.

Результати реалізації Блока 2 – «Дослідження інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств». В дослідженні під інноваційним потенціалом розуміється максимально можливий серед досліджуваних підприємств показник інноваційного розвитку, тобто

$$\{I_{ob}^m, I_{pt}^m, I_{tr}^m, I_{mar}^m, I_{prod}^m\} = \max_i \{I_{ob}^i, I_{pt}^i, I_{tr}^i, I_{mar}^i, I_{prod}^i\} \quad (2)$$

де i – номер підприємства.

На підставі розрахунків показника інноваційного розвитку потенціал буде рівним:

$$I_{pot}^m = 0.214I_{ob}^m + 0.234I_{pt}^m + 0.393I_{tr}^m + 0.099I_{mar}^m + 0.059I_{prod}^m \quad (3)$$

Таблиця 1 - Значення інтегрального показника для всіх складових інноваційного розвитку

Підприємство	Загальноєкон омічна складова			Виробничо- технологічна			Трудова складова			Маркетингова складова			Товарна складова		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
ВАТ «Турбоатом»	0,347	0,299	0,392	0,22	0,202	0,196	0,251	0,245	0,260	0,46	0,412	0,369	0,227	0,268	0,370
ВАТ «Завод ім. Фрунзе»	0,291	0,237	0,483	0,06	0,161	0,181	0,319	0,329	0,228	0,23	0,240	0,102	0,190	0,174	0,169
ЗАТ «Південкабель»	1,000	0,876	1	0,37	0,244	0,232	0,720	0,653	0,580	0,62	0,419	0,732	0,352	0,265	0,250
ВАТ «ХТЗ»	0,471	0,524	0,415	0,22	0,203	0,223	0,235	0,242	0,337	0,46	0,419	0,321	0,233	0,204	0,204
ВАТ «ХПЗ»	0,683	0,686	0,603	0,36	0,296	0,408	0,652	0,648	0,790	0,61	0,414	0,370	0,514	0,353	0,295
ЗАТ «ХВЗ ім. Г.І.Петровського»	0,453	0,432	0,410	0,18	0,161	0,233	0,460	0,487	0,519	0,45	0,415	0,382	0,212	0,205	0,230
ЗАТ «ХЗЕ»	0,546	0,524	0,525	0,23	0,198	0,181	0,320	0,355	0,378	0,45	0,486	0,382	0,173	0,163	0,169
ВАТ «Автрамат»	0,451	0,419	0,424	0,18	0,161	0,181	0,597	0,633	0,669	0,46	0,913	0,380	0,280	0,242	0,225
ВАТ «Електромашина»	0,443	0,396	0,384	0,18	0,161	0,132	0,467	0,463	0,492	1,00	0,414	0,375	0,280	0,281	0,265
ВАТ «ХМЗ «Світло Шахтаря»	0,409	0,382	0,412	0,30	0,440	0,284	0,434	0,350	0,455	0,43	0,339	0,356	0,356	0,283	0,240
СП ЗАТ «ХЕМЗ-ІРЕС»	0,586	0,573	0,381	0,25	0,252	0,220	0,452	0,390	0,466	0,46	0,413	0,379	0,356	0,447	0,461
ВАТ «Укрелектромаш»	0,532	0,486	0,414	0,27	0,253	0,313	0,403	0,410	0,519	0,46	0,417	0,373	0,278	0,320	0,206
ДП «Електроважмаш»	0,550	0,504	0,598	0,23	0,202	0,132	0,416	0,437	0,490	0,46	0,417	0,373	0,276	0,423	0,356
ВАТ «ХВЗ»	0,435	0,395	0,435	0,23	0,198	0,181	0,327	0,280	0,318	0,45	0,504	0,380	0,173	0,163	0,169

Результати розрахунку інноваційного потенціалу для кожної сфери наведені в табл.2.

Таблиця 2 - Окремі потенціали кожної складової

Роки	Складові					Потенціал
	Загально економічна	Виробничо- технологічна	Трудова	Маркетингова	Товарна	
2007	1	0,374	0,72	1	0,514	0,714
2008	0,876	0,44	0,653	0,913	0,447	0,664
2009	1	0,408	0,79	0,73264	0,461	0,72

Дослідження інноваційного потенціалу здійснюється за допомогою багатокутника потенціалу (рис. 3а). Так багатокутник потенціалу для ВАТ «Турбоатом» виглядає наступним чином (рис. 3б)

Дослідження інноваційного потенціалу дозволило зробити висновок, що краще за всього використовують потенціал підприємства ЗАТ «Південкабель» і ВАТ «ХПЗ» (2009 року рівень використання інноваційного потенціалу машинобудівних підприємств склав 81,1% і 81,9% відповідно). Оцінка диспропорцій за допомогою багатокутника потенціалу показала, що існують диспропорції як в загальній сукупності підприємств, так і в інноваційному розвитку підприємств в часовому розрізі. Окрім

того, за допомогою кластерного аналізу було проаналізовано однорідні групи та міграції підприємств між цими групами.

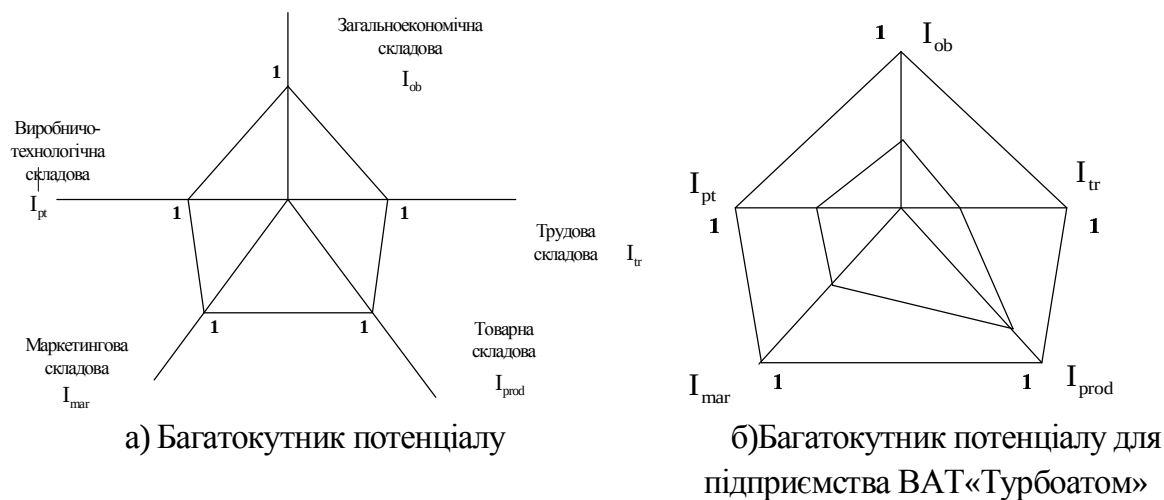


Рис. 3 - Багатокутники потенціалу

Результати реалізації Блока 3 – «Прогнозування інноваційного розвитку машинобудівних підприємств». Як визначалося раніше інструментарієм цього блоку є методика прогнозування інноваційного розвитку підприємств при реалізації якої здійснювався аналіз можливих методів прогнозування, який показав що доцільніше за всього використання методів Лагранжу та двох середніх. Загальний вигляд моделі $Y = a + b * t$. Фрагмент таблиці з параметрами моделі для ВАТ «Турбоатом» та прогноз по дані моделі представлений в табл. 3.

Таблиця 3 - Розрахунок параметрів моделі

Параметри	Загальноєкономічна	Виробничо-технологічна	Трудова	Маркетингова	Товарна
b	-0,0004	-0,0097	0,0005	-0,0240	0,0307
a	0,35	0,23	0,25	0,48	0,21
Прогноз	0,35	0,18	0,25	0,35	0,37

Зауважимо, що всі підприємства функціонують в умовах дії зовнішнього середовища. Тому в даній методиці здійснено прогнозування зовнішнього середовища. В якості зовнішнього середовища для інноваційного розвитку машинобудівних підприємств обрано інноваційний розвиток всієї промисловості Харківського регіону. До показників інноваційного розвитку зовнішнього середовища було обрано наступні показники: кількість інноваційно активних підприємств, частка інноваційно активних підприємств, обсяг витрат на інноваційну діяльність, обсяг реалізованої інноваційної продукції, частка реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі промислової продукції. Дослідження даних показників дозволило побудувати наступну модель для прогнозування зовнішнього середовища: $Y = 0,61 - 0,075 * t$

Дана модель має негативний показник при параметрі b , що свідчить про негативні тенденції в інноваційному розвитку економіки Харківського регіону.

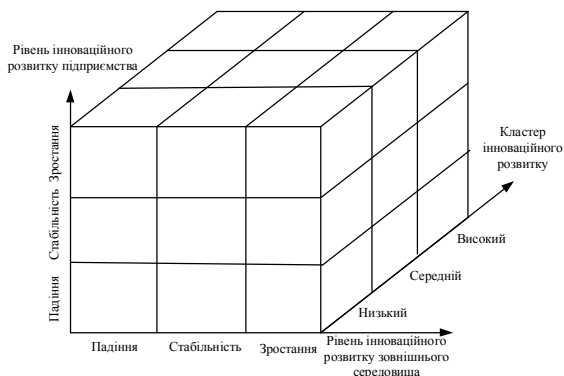
Окрім прогнозування зовнішнього середовища здійснюється прогнозування майбутнього кластеру інноваційного розвитку підприємства. Інструментарієм цього прогнозування виступає дискримінантний аналіз.

Результати реалізації Блоку 4 – «Формування стратегій інноваційного розвитку підприємства». Практична реалізація даного блоку здійснюється за допомогою методики формування стратегій інноваційного розвитку. Першим етапом реалізації цієї методики є формування кубу стратегій інноваційного розвитку для якого використовуються три показники: рівень інноваційного розвитку підприємства, рівень інноваційного розвитку зовнішнього середовища, рівень використання інноваційного потенціалу підприємства, який характеризується кластером інноваційного розвитку. Даний куб має вигляд, представлений на рис. 4а. В результаті прогнозування станів економічного розвитку підприємств була отримана наступна матриця (рис. 4б)

Аналітично даний куб може бути представлений за допомогою наступної множини:

$$P_i = \{I_i, I, C_i\} \quad (4)$$

де I_i – прогноз інноваційного розвитку підприємства: $I_i=1$, якщо прогнозується зростання; $I_i=0$, якщо прогнозується стабільність; $I_i=-1$, якщо прогнозується падіння; I – прогноз інноваційного розвитку зовнішнього середовища: $I=1$, якщо прогнозується зростання; $I=0$, якщо прогнозується стабільність; $I=-1$, якщо прогнозується падіння; C_i – прогноз кластера рівня використання інноваційного потенціалу: $C_i=-1$, якщо низький рівень; $C_i=0$, якщо середній рівень і $C_i=1$, якщо високий рівень.



а) куб стратегій інноваційного розвитку



б) прогноз стану інноваційного розвитку

Рис. 4 - Використання кубу для прогнозування станів інноваційного розвитку

В результаті аналізу можливих станів інноваційного розвитку в дослідженні було розроблено три основні стратегії інноваційного розвитку:

Стратегія 1 – Стратегія нівеляції. Дана стратегія має на увазі поліпшення розвитку складової інноваційного розвитку, яка має негативні темпи приросту або найменші темпи зростання.

Стратегія 2 – Стратегія зниження диспропорцій. Вона полягає в зменшенні диспропорцій між найгіршим значенням складової інноваційного розвитку і найкращим значенням шляхом поліпшення діяльності найгіршої складової.

Стратегія 3 – Стратегія акцентування на зростанні найбільш значущої складової. Вона спрямована на поліпшення найбільш значущої складової інноваційного розвитку – трудової складової.

Аналіз сутності даних стратегій та можливих варіантів інноваційного розвитку дозволив побудувати матрицю співвідношення між стратегіями та станами інноваційного розвитку (рис. 5).

В залежності від кластерів інноваційного розвитку було розроблено ряд під стратегій розвитку (табл. 4).

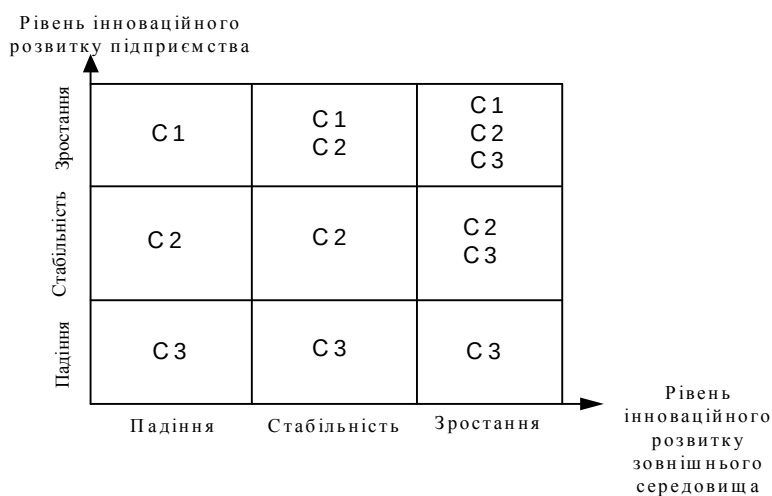


Рис. 5 - Використання стратегій інноваційного розвитку

Реалізація цього комплексу методик здійснювалася для таких підприємств Харківського регіону: ВАТ «Автрамат», ВАТ «Турбоатом», ВАТ «ХТЗ». В результаті проведеного аналізу було отримано наступний куб інноваційного розвитку (рис. 6).

Аналіз даного кубу свідчить про необхідність реалізації наступних стратегій: для ВАТ «Турбоатом» – стратегія 3, для ВАТ «ХТЗ» – стратегія 2, для ВАТ «Автрамат» – стратегія 1.

Таким чином, реалізація даних стратегій дозволить покращити інноваційний розвиток та інноваційний потенціал досліджуваних підприємств, що позитивно буде відображено на інноваційному розвитку Харківського регіону.

Таблиця 4 - Підстратегії інноваційного розвитку

Інноваційний розвиток по квадрату (від 1 до 9)	Кластер	Стратегія
1, 4, 7	1	Цей кластер є найбільш розвиненим, тому потребує покращення не однієї, а декількох найбільш важливих складових
	2	У цьому найгіршому кластері стратегія 3 реалізовується у чистому вигляді
	3	Для цього кластера характерне домінування трудових показників, тому доцільним є покращення виробничо-технологічної складової
2, 5, 8	1	Потрібно покращувати декілька найгірших складових
	2	Необхідно сконцентруватися на покращенні однієї найгіршої складової
	3	Необхідно сконцентруватися на покращенні однієї найгіршої складової
3, 6, 9	1	Потрібно покращувати всі складові з негативним приростом
	2	Необхідно зосередитися на покращенні найбільш значимої складової з негативним приростом
	3	Необхідно зосередитися на покращенні найбільш значимої складової з негативним приростом

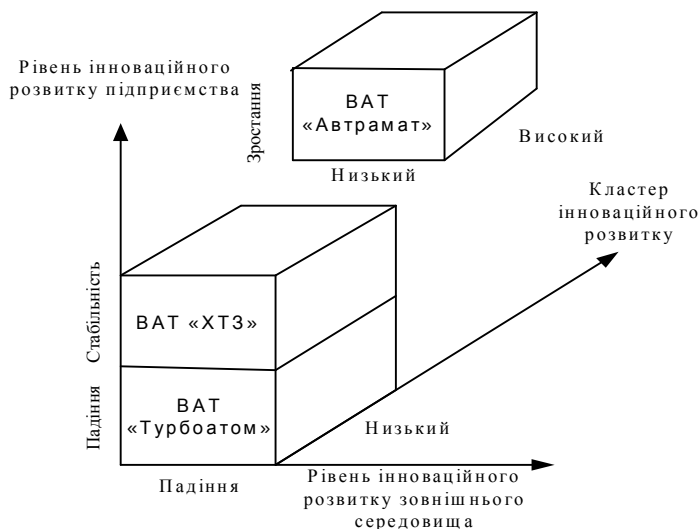


Рис. 6 - Куб інноваційного розвитку досліджуваних підприємств

Результат дослідження. На основі досліджень обґрунтовано напрями вдосконалення системи управління інноваційним підприємництвом у машинобудівному комплексі.

Висновки. Таким чином результати досліджень дозволили сформулювати наступні висновки і рекомендації:

- Розроблено концептуальну схему інноваційного розвитку машинобудівних підприємств яка складається з чотирьох блоків: блоку оцінки поточного стану інноваційного розвитку, блоку дослідження інноваційного потенціалу

машинобудівних підприємств, блоку прогнозування та блоку формування стратегій інноваційного розвитку.

- Сформовано систему показників інноваційної діяльності промислових підприємств, які згруповано у п'ять основних складових інноваційного розвитку: загальноекономічну складову, виробничо-технологічну складову, трудову складову, маркетингову складову, товарну складову.

- Побудовано синтетичний показник з використанням запропонованої методики діагностування складових інноваційного розвитку і проведено розрахунки рівня його використання. Методика базується на формуванні початкового простору показників, дослідження їх тенденцій та виявлення негативних явищ, побудові синтетичного показника по кожній складовій – рівня розвитку кожної складової.

- Обґрунтовано інтегральний показник інноваційного потенціалу, що визначається як максимально можливий рівень інноваційного розвитку по кожній складовій.

- Побудовано моделі прогнозування показників інноваційного розвитку, які склали інструментарій для розробки стратегій інноваційного розвитку. Прогнозні моделі було побудовано за допомогою методу множинників Лагранжу та методу двох середніх точок, які показали значні критерії адекватності, це дозволяє використовувати їх для прогнозування окремих складових.

- Сформовано механізм розробки стратегії інноваційного розвитку та запропоновано три основні стратегії управління інноваційним розвитком, а саме стратегію нівеляції, стратегію зниження диспропорцій, стратегію акцентування на зростанні найбільш значущої складової. Кожна зі стратегій має свої підстратегії в залежності від кластеру інноваційного розвитку підприємства та дозволяє найефективнішим шляхом досягти кращого інноваційного розвитку.

Список літератури. 1. *Шумпетер Й.* Теория экономического развития.- М.:Прогресс,1982. 2. *Хучек М.* Инновации на предприятиях и внедрение. - М.: Луч, 1992. 3. *Пригожин А.И.* Нововведения: стимулы и препятствия (социальные проблемы инноватики). – М.: Политиздат, 1989. 4. *Морозов Ю.П.* Инновационный менеджмент: Учебное пособие. - Н.Новгород: Изд-во ННГУ, 1997. 5. *Инновационный менеджмент: Справочное пособие / Под ред. Завлина П.Н., Казанцева А.К., Миндели Л.Э.* - СПб.: Наука, 1997. - 560 с 6. *Латин Н.И.* Актуальные проблемы исследования нововведений // Социальные факторы нововведений в организационных системах. – М.: 1985. – С. 150. 7. *Водачек Л., Водачкова О.* Стратегия управления инновациями на предприятии: Сокр. пер. со словац. / Авт. предисл. В.– С. Рапопорт. – М.: Экономика, 1989. – 167 с. 8. *Лапко О.* Інноваційна діяльність в системі державного регулювання. - К.: ІЕП НАНУ, 1999. - 254 с. 9. *Фатхутдинов Р.А.* Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. - М.: ЗАО "Бизнес-школа "Интел-Синтез", 1998. - 600 с. 10. *Нейкова Л.И.* Финансовые рычаги и стимулы технического развития промышленного комплекса Украины. – Одесса: ОЦНТ и ЭИ, 1995. – 235 с. 11. *Завлин П.Н., Ипатов А.А., Кулагин А.С.* Инновационная деятельность в условиях рынка. – СПб.: Наука, 1994. – 337 с. 12. *Черваньов Д.М., Нейкова Л.И.* Менеджмент інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України. – К.: Т-во «Знання», КОО, 1999. – 514 с.

Подано до редакції 28.02.2011

В.М. КОБЕЛЄВ, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків

І.Є. ГАРМАШ, студент, НТУ «ХПІ», Харків

PR В УКРАЇНІ: СУЧАСНИЙ СТАН, ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Анотація. В статті розглянуто сучасний стан паблік рилейшнз, проблеми та перспективи розвитку їх в Україні. А також актуальність використання піар-технологій у публічному житті.

Abstract. The present state of public relations, problems and prospects of them in Ukraine are considered. And the relevance of PR-technologies in public life is examined in this article.

Ключові слова: паблік рилейшнз, маркетинг, комунікації, реклама, піар-технологія.

Вступ У сучасних умовах розвитку маркетингової діяльності значна увага приділяється маркетинговим комунікаціям. Вагоме місце в їх структурі займає паблік рилейшнз (PR). Водночас багато "професіоналів" від PR володіють обмеженим обсягом інформації щодо основних понять і функцій соціальних комунікацій. Звідси впливає плутанина в термінах, поняттях, інструментах, яка часто призводить до того, що на практиці виконавець і замовник начебто говорять про те саме, а один одного зрозуміти не можуть.

Постановка задачі Паблік рилейшнз – це особлива управлінська функція, яка допомагає встановлювати та підтримувати тісну комунікацію, взаєморозуміння і співробітництво між організацією та пов'язаною з нею спільнотою. Паблік рилейшнз включає управління проблемами або питаннями; забезпечує інформування керівництва про настрої в суспільній думці та допомагає йому більш чуттєво реагувати на ці настрої; визначає і підкреслює обов'язок керівництва служити інтересам суспільства [1].

Таким чином, метою даного дослідження є уточнення поняття PR, дослідження його різновидів, визначення сучасного стану піар-технологій, встановлення існуючих проблем щодо підготовки кваліфікованих спеціалістів з PR та прогнозування перспектив розвитку у майбутньому цієї сфери відносин.

Результати досліджень Перш за все слід більш детально розглянути значення слова PR. Поняття зв'язки з громадськістю тісно пов'язане з такими термінами, як реклама, агітація, маркетинг. З поняттями маніпуляція і пропаганда PR пов'язаний лише побічно, оскільки за своїми джерелами є інструментом усвідомленого діалогу двох рівних суб'єктів. Однак деякі тісно пов'язують ці поняття через реалії 90-х років і помилки в їх трактуванні. Існує декілька різновидів цього поняття.

Коричневий PR - щось споріднене неофашистській і фашистській пропаганді.

Зелений PR - соціально відповідальний PR.

Вірусний PR - термін «вірусний» означає в даному контексті автономне поширення. Заснований на потребах людей ділитися цікавою інформацією зі своїм колом друзів і знайомих.

Чорний PR - використання «чорних технологій» (обман, фальсифікації) для очорнення, знищення конкуруючої партії, групи і т.і., розповсюдження від її імені образливих або економічно небезпечних заяв та ін. Іноді достатньо обмежитися публікацією компромату. Словосполучення утворене по аналогії з виразом «чорна пропаганда».

Жовтий PR - використання, з метою залучення уваги, образливих для більшості населення даної держави елементів (табуйованих слів в назвах, в зображеннях - застосування сексуального змісту - від ню, через еротичу - до порнографії, в публічних діях - псевдогомосексуалізм, висловлювання расистських, ксенофобських заяв і т.п.)

Сірий PR - реклама (позитивна чи негативна), що приховує своє джерело. На відміну від «чорного PR», не передбачає прямої брехні про своє походження. Також під сірим PR іноді розуміють різновид непрямого чорного PR, що не містить прямої брехні і спрямовану на підсвідомість реципієнта. Наприклад, коли в матеріалі про вбивство окремо згадується, що воно сталося поряд з офісом якоїсь відомої організації.

Білий PR - словосполучення з'явилося для демонстрації поняття, контрастного до чорного PR, тобто відкритої реклами від свого власного імені. PR у вузькому сенсі слова [2].

У сприйнятті людей поняття «PR» і «реклама» часто збігаються. Реклама - це конкретний продукт, рішення, яке ми пропонуємо клієнту, яке ми хочемо продати. PR - набагато ширше поняття. Мета реклами - викликати бажання придбати товар. Натомість піар діє так, що бажання купити виникає саме. Для формування іміджу й підтримки репутації без доброго професійного PR не обійтися. Звісно, поганий продукт не продаси навіть з добрим PR.

Цілі PR, на відміну від цілей реклами, довгострокові. Це дає компанії змогу виділитися на ринку, залучити постійних клієнтів на тривалий час, позначається на збільшенні доходу. Основні цілі PR-кампанії - формування довіри різних груп громадськості до компанії, продукту, бренда; досягнення лояльності груп громадськості до продукту, компанії.

У рекламній кампанії все зводиться до отримання маркетингового результату (продажу) в короткі терміни. Акцент робиться на впізнаваності імені, візуального образу торгової марки. У процесі піар-просування досягається не просто популярність а знання про компанію, продукт, бренд, послугу. Тоді споживач робить свій вибір усвідомлено й самостійно. Вагоме значення в акції PR займає медіапідтримка. Це висвітлення подій з метою піар-просування (наприклад, інформаційна підтримка). Якщо газетні площі чи медіаєфір оплачено під піарівські цілі, форми висвітлення також будуть піарівськими: не макет, а стаття, не ролик на

ТБ, а репортаж, не ролики на радіо, а спонсорство програм чи новини. Водночас, сформувався стійкий інтерес журналістів і редакторів до потоку прес-релізів, до запрошення представників ЗМІ на прес-конференції, презентації і семінари, які проводять компанії. За оцінками спеціалістів, місткість піар-ринку і становить \$350-400 млн у рік, і в 2-3 рази перевищує місткість ринку реклами. Особливо яскраво це спостерігається в роки виборів. Водночас PR - достатньо витратні заходи, за які треба платити (креативні стратегічні продукти, консалтинг, організаційні зусилля, а часто і медіапідтримку) [3].

Ключовий схемою для побудови піар-технологій продовжує залишатися комунікаційна формула «шість W». У 40-ві роки минулого століття вона була запропонована засновником сучасної політичної науки США Гарольдом Лассуелл. Спочатку вона називалася «моделлю п'яти питань» і складалася з п'яти питань, що починаються з літери «W». По-англійськи це було озвучено так: «Who says what to whom via what channels with what effects?» Що в перекладі на українську мову означає - «хто говорить, що повідомляє, кому, по яких каналах, з яким ефектом». Цю модель соціальної комунікації, створену на базі наукових розробок з дослідження пропаганди в ході Першої світової війни Г. Лассуелл опублікував в 1948 році. Таким чином, для побудови PR-концепції необхідно продумати сукупність послідовних методів впливу із зазначених питань.

«Who says?», тобто «Хто говорить?» передбачає аналіз управління комунікативним процесом. «Why?» - «Чому, з яким наміром?» позиціонує цільову установку. «What?» - «Що повідомляє?» настановує на аналіз змісту повідомлень. «Whom?» - «Кому?» означає необхідність вивчення цільової аудиторії. «What channels?» - «По яких каналах?» зобов'язує точно визначити відповідні засоби передачі повідомлення. «With What effects?» - «З яким ефектом?» орієнтує на аналіз результату, змінилося чи ні думка, ставлення, рівень довіри і т.д. аудиторії до повідомлення.

Модель Г. Лассуелла була теоретично і практично затребуваною для опису процесів різних видів масових комунікацій, в тому числі - пропагандистських, рекламних, маркетингових, політичного піару, різних кампаній, розрахованих на масову аудиторію [4].

В Україні не вистачає глибокого розуміння змісту, методів і прийомів діяльності фахівців з паблік рилейшнз [5]. Невід'ємним етапом підготовки для успішного старту випускників ВУЗів – спеціалістів з маркетингу є стажування. Навчання в університеті необхідно доповнювати практичним досвідом. «Практика в PR-агентствах і прес-службах компаній під час канікул познайомить з трудовими буднями в цій сфері і дасть зрозуміти, чи підходить вам ця професія», - говорить експерт в області Public Relations Карл-Мартин Обермайер.

Учасники ринку в Україні відзначають, що в компаніях відновився попит на фахівців з маркетингу, реклами і PR. Ці вакансії зараз займають приблизно 9% ринку. Середня оплата праці таких фахівців впала - 4,5 тис. грн. проти 4,9 тис. грн. у

першому кварталі 2009-го [6].

Однак ситуація на ринку праці продовжує поліпшуватися. Згідно з даними кадрового порталу Head Hunter, в листопаді українські роботодавці розмістили на 40% вакансій більше, ніж у березні 2010 року. Так, кількість вакансій в листопаді 2010 року зросла на 6% в порівнянні з жовтнем. Між тим, кількість резюме, навпаки, знизилась на 3% за аналогічний період.

В листопаді 2010 року кількість вакансій у порівнянні з попереднім місяцем збільшилася на 25%, в профобласті «Маркетинг, реклама та PR» - на 12%.

С початком кризи восени 2008-го року, PR-активність багатьох компаній перемістилася в Інтернет. У цей же час в Україні стрімко зростала популярність так званих «нових медіа» (маються на увазі перш за все соціальні мережі та спільноти користувачів). Тепер, через півтора року, має сенс озирнутися і осмислити ситуацію, що склалася, щоб зрозуміти сильні і слабкі сторони PR офф-лайн та он-лайн, а також з'ясувати - за ким майбутнє і чи існує можливість гармонійно поєднувати традиційні і нові методи просування. Саме ця проблематика стала предметом обговорення на круглому столі "Нові медіа та традиційний PR: vs or together?" в рамках 11-го Київського міжнародного фестивалю реклами. На заході зібралися як представники агентств, так і компаній-замовників PR-послуг. Експерти зійшлися в поглядах з питання про те, для якого сектору PR он-лайн більш ефективний - B2B або B2C. Соціальні мережі набагато результативніше на даному етапі можна використовувати для B2C, що стосується B2B, то все залежить від «другого В». Адже на багатьох ринках фахівці ще не мають стійкої «звички», а то й просто - можливості, бути присутнім в Інтернет і в соцмережах. У будь-якому випадку соцмережі потрібно розділяти на «професійні» та «побутові / для фізосіб», вивчати їх аудиторію. Наприклад, Facebook і LinkedIn сьогодні більше підходять для професійного B2B спільноти.

Висновки Таким чином, головне, що підтримає та дасть поштовх до подальшого використання сучасних технологій усіх видів сучасного піару – це допомога з боку держави та недержавних програм з надання необхідних знань майбутнім спеціалістам, яка дасть змогу ще більше відкрити та використати творчий потенціал та впровадження ще не використаних ідей у житті. Тож, як ми бачимо, паблік рилейшнз має право на існування, і, більш того, вимагає нових ідей та думок. Це дає нам підстави стверджувати, що ринок вакансій потребує фахівців, а як наслідок – має можливість забезпечувати їх роботою. Створюються нові концепції та пропонуються нові шляхи підвищення ефективності PR-кампанії тощо. Адже в сучасному суспільстві PR проникає у всі сфери публічного життя.

Список літератури: 1. Шейнов В. П. Скрытое управление человеком (Психология манипулярования)/В. П. Шейнов.-М.:ООО «Издательство АТС», 2001.-848 с.; 2. Матеріали сайту www.wikipedia.org; 3. Сергій Симоненко. Більше ніж реклама // Український діловий тижневик "Контракти" № 15 від 12-04-2004.; 4. Матеріали сайту www.1news.az; 5. Богданов Е.Н. Психології основ паблік рилейшнз/Е.Н.Богданов.-СПб.:Питер, 2003.-208 с.; 6. Матеріали сайту www.delo.ua.

Подано до редакції 28.02.2011

П.Г.ПЕРЕРВА, д.э.н., проф., НТУ «ХПИ», Харьков

И.Н. ПОГОРЕЛОВ, доц., НТУ «ХПИ», Харьков

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СИСТЕМ МАССОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ БЕСПЕРЕБОЙНОЙ РАБОТЫ ОБОРУДОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ

В работе рассмотрены методологические вопросы использования систем массового обслуживания для обеспечения бесперебойной работы оборудования на предприятиях

In-process рассмотрены methodological questions of the use of the queuing systems for providing of trouble-free work of equipment on enterprises

Ключевые слова: система, обслуживание, оборудование

Введение

Каждая система массового обслуживания (СМО), решающая конкретную задачу, предназначена для обслуживания какого-то потока заявок, поступающих на СМО в какие-то случайные моменты времени. Обслуживание поступившей заявки продолжается некоторое время, после чего канал освобождается и готов к принятию следующей заявки. Случайный характер потока заявок приводит к тому, что в какие-то промежутки времени на входе СМО скапливается излишне большое число заявок (они образуют очередь, либо покидают СМО не обслуженными); в другие же периоды СМО будет работать с недогрузкой или вообще простаивать.

Постановка задачи

Каждая СМО, в зависимости от числа каналов и их производительности, а также от характера потока заявок, обладает какой-то пропускной способностью, позволяющей ей более или менее успешно справляться с потоком заявок. Случайный характер потока заявок, а в общем случае и длительности обслуживания приводит к тому, что в СМО будет происходить некоторый случайный процесс. Чтобы дать рекомендации по рациональной организации этого процесса и предъявить разумные требования к СМО, необходимо изучить случайный процесс, протекающий в системе, описать его математически.

Математический анализ работы СМО существенно облегчается, если случайный процесс, протекающий в системе, является марковским. Тогда удаётся сравнительно просто описать работу СМО с помощью аппарата обыкновенных дифференциальных (в предельном случае - линейных

алгебраических) уравнений и выразить в явном виде основные характеристики эффективности обслуживания через параметры СМО и потока заявок.

Для того, чтобы процесс, протекающий в системе, был марковским, нужно, чтобы все события, переводящие систему из состояния в состояние, были пуассоновскими. Для СМО - это потоки заявок, потоки обслуживания заявок и т.д. Если эти потоки не являются пуассоновскими, математическое описание процессов, происходящих в СМО, становится несравненно более сложным. Однако, все же аппарат «марковской» теории массового обслуживания может пригодиться и в том случае - с его помощью характеристики эффективности СМО могут быть оценены приближенно.

СМО бывают двух типов: системы с отказами, в которых заявка, поступившая в момент, когда все каналы заняты, получает «отказ», покидает СМО и в дальнейшем процессе обслуживания не участвует; системы с ожиданием (с очередью), в них заявка, поступившая в момент, когда все каналы заняты, становится в очередь и ожидает, пока не освободится один из каналов. Как только освободится канал, принимается к обслуживанию одна из заявок, стоящих в очереди.

Методология

В технической системе обслуживания оборудования применяются СМО с ожиданием. Для анализа процесса, протекающего в СМО, существенно знать основные параметры системы: число каналов n , интенсивность потока заявок X , производительность каждого канала (среднее число заявок μ , обслуживаемое каналом в единицу времени), условия образования очереди. При этом считаем, что все потоки событий, переводящие СМО из состояния в состояние, пуассоновские.

1. Одноканальная система массового обслуживания с ожиданием

Простейшей из всех возможных СМО с ожиданием является одноканальная система (и-1), на которую поступает поток заявок с интенсивностью X ; интенсивность обслуживания μ . (то есть в среднем непрерывно занятый канал будет выдавать μ обслуженных заявок в единицу времени). Заявка, поступившая в момент, когда канал занят, становится в очередь и ожидает обслуживания.

Рассматриваемая СМО функционирует так. Предположим, сначала, что количество мест в очереди ограничено числом m , т.е. если заявка пришла в момент, когда в очереди уже стоят m заявок, она покидает систему не

обслуженной. В дальнейшем, устремив m к бесконечности, мы получим характеристики одноканальной СМО без ограничений по длине очереди.

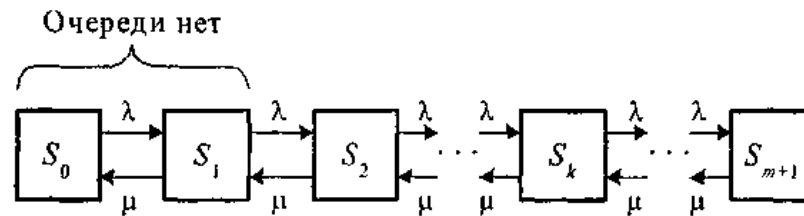


Рис. 1 - Граф состояний для одноканальной СМО с ограниченным ожиданием

Будем нумеровать состояния СМО по числу заявок, находящихся в системе (как обслуживаемых, так и ожидающих обслуживания): S_0 - канал свободен, S_1 - канал занят, очереди нет, S_2 - канал занят, одна заявка стоит в очереди, S_k - канал занят, $k-1$ заявок стоит в очереди, S_{m+1} - канал занят, m заявок стоят в очереди.

Граф состояний СМО показан на рис.1. Интенсивности потоков событий, переводящих в систему по стрелкам слева направо, все равны λ , а справа налево - μ . Действительно, по стрелкам слева направо систему переводит поток заявок (как только придет заявка, система переходит в следующее состояние), справа же налево - поток «освобождений» занятого канала, имеющий интенсивность μ (как только будет обслужена очередная заявка, канал либо освободится, либо уменьшится число заявок в очереди). Пользуясь общим решением, данным для схемы гибели и размножения, напомним выражения предельных вероятностей состояний, вводя обозначение $\lambda/\mu = \rho$:

$$\left. \begin{aligned} p_0 &= (1 - \rho) / (1 - \rho^{m+2}), \\ p_1 &= \rho p_0, \\ p_2 &= \rho^2 p_0, \\ &\dots \\ p_k &= \rho^k p_0, \\ &\dots \\ p_{m+1} &= \rho^{m+1} p_0. \end{aligned} \right\}$$

2. Многоканальная система массового обслуживания с ожиданием

В случае n -канальной СМО с ожиданием, на которую поступает поток заявок с интенсивностью λ ; интенсивность обслуживания (для одного канала) μ ; число мест в очереди m . Состояние системы будем нумеровать по числу

заявок, связанных с системой: S_0 - все каналы свободны, S_1 - занят один канал, остальные свободны, S_k - заняты k каналов, остальные свободны, S_n - заняты все n каналов, S_{n+1} - заняты все n каналов; одна заявка стоит в очереди, S_{n+r} - заняты все n каналов, r заявок стоят в очереди, S_{n+m} - заняты все n каналов, m заявок стоят в очереди.

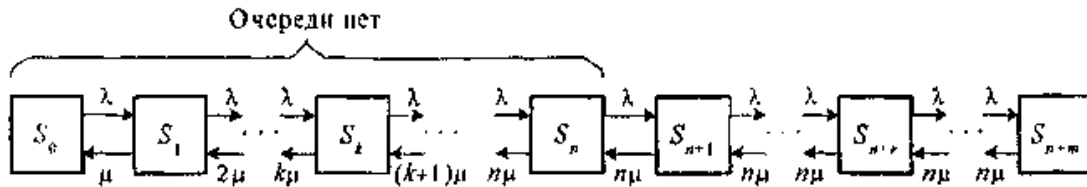


Рис. 2 - Граф состояний для многоканальной СМО с ограниченной очередью

Граф состояний приведен на рис.2. У каждой стрелки проставлены соответствующие интенсивности потоков событий. Действительно, по стрелкам слева направо систему переводит всегда один и тот же поток заявок с интенсивностью λ ; по стрелкам справа налево систему переводит поток обслуживания, интенсивность которого равна μ , умноженному на число занятых каналов.

Граф на рис.2 представляет собой схему гибели и размножения, для которой решение в общем виде уже получено. Выражения для предельных вероятностей состояний записывается в виде.

$$\left. \begin{aligned} p_0 &= \left(1 + \frac{\rho}{1!} + \frac{\rho^2}{2!} + \dots + \frac{\rho^n}{n!} \frac{(\rho/n) - (\rho/n)^{n+1}}{1 - (\rho/n)} \right)^{-1}, \\ p_1 &= (\rho/1!) p_0, \\ p_2 &= (\rho^2/2!) p_0, \\ &\dots \\ p_n &= (\rho^n/n!) p_0, \\ p_{n+1} &= (\rho^{n+1}/n \cdot n!) p_0, \\ p_{n+2} &= (\rho^{n+2}/n^2 \cdot n!) p_0, \\ &\dots \\ p_{n+m} &= (\rho^{n+m}/n^m \cdot n!) p_0. \end{aligned} \right\}$$

Теперь посмотрим, что будет, если длина очереди не ограничена каким-то числом m , а может быть сколь угодно большой. Граф в этом случае бесконечный

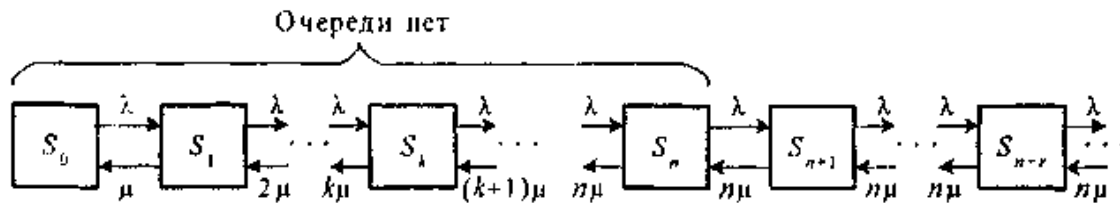


Рис. 3 - Граф состояний для многоканально» СМО с неограниченной очередью

Вероятности состояний получим из формул предельным переходом.

$$\left. \begin{aligned}
 p_0 &= \left(1 + \frac{\rho}{1!} + \frac{\rho^2}{2!} + \dots + \frac{\rho^n}{n!} + \frac{\rho^{n+1}}{n!(n-\rho)} \right)^{-1}, \\
 p_1 &= (\rho/1!) p_0, \\
 p_2 &= (\rho^2/2!) p_0, \\
 &\dots \\
 p_n &= (\rho^n/n!) p_0, \\
 p_{n+1} &= (\rho^{n+1}/n \cdot n!) p_0, \\
 p_{n+2} &= (\rho^{n+2}/n^2 \cdot n!) p_0, \\
 &\dots \\
 p_{n+r} &= (\rho^{n+r}/n^r \cdot n!) p_0, \\
 &\dots
 \end{aligned} \right\}$$

Список літератури: 1. Гуржій А.М. Перспективи розвитку системи технологічних парків України – К., 2000. 2. Сучасні інноваційні структури та комерціалізація науки: Підручник/Під ред. А.А. Мазура. - М.: ИНФРА-М, 2000. 3. Мусіна Л.А. Сучасні технологічні парки України. – М.: Альпіна Бізнес Букс, 2006. 4. Розвиток технологічних парків / В.О.Гусев – К., 2000.

Подано до редакції 28.02.2011

И. М. ПОСОХОВ, к.е.н., ст. преп., НТУ «ХПИ», Харьков

С.Н. ПОГОРЕЛОВ, к.е.н., доц., НТУ «ХПИ», Харьков

АНАЛИЗ И ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВНУТРЕННИМИ РИСКАМИ КОММЕРЧЕСКОГО БАНКА ВТБ 24

В статье проведен анализ и предложены ключевые направления развития Группы ВТБ в области риск-менеджмента и. методы снижения внутренних рисков в банке ВТБ 24.

The article analyzes and proposes key areas for development of the VTB Group on Risk Management and. Methods to reduce internal risks in the bank VTB 24.

Ключевые слова: внутренние риски, коммерческий банк, система управления рисками, факторы снижения внутренних рисков.

Введение. Актуальность темы обусловлена тем, что в настоящее время исследованию и основным направлениям развития систем управления внутренними рисками в коммерческих банках уделяется повышенное внимание.

Поэтому, актуален и необходим поиск новых подходов к управлению внутренними рисками путем развития систем управления внутренними рисками коммерческих банков для наиболее эффективного использования их потенциала в целях снижения и предотвращения внутренних рисков в коммерческих банках Украины.

Проблемы, связанные с управлением рисками коммерческого банка исследованы в публикациях М.А Бухтина, Я.Д. Вишнякова, Б.В. Сазыкина, Ю.Н. Юденкова. Однако проблемам управления внутренними рисками в коммерческих банках уделяется недостаточно внимания.

Постановка задачи. Провести анализ и предложить ключевые направления развития Группы ВТБ в области риск-менеджмента, методы снижения внутренних рисков в банке ВТБ 24.

Методология исследования. В процессе написания статьи использованы научные методы наблюдения и логического анализа – для постановки проблемы и ее исследования, абстрактно-логический метод – для теоретического обобщения информации и формулирования выводов.

Результаты исследования. Управление внутренними рисками — одна из наиболее актуальных тем в финансовой и банковской сферах. Целью управления являются предотвращение негативных последствий, которые могут возникать в текущей деятельности кредитной организации, усиление контроля бизнес-процессов [1].

Система управления внутренними рисками – комплекс организационных, методических, автоматизированных средств по предупреждению возможных внутренних рисков, минимизации отрицательных последствий и недопущению

повторов их реализации [2].

В аспекте организации процесса управления рисками рассматриваемая система предполагает выделение следующих элементов: субъекты управления; идентификация риска; оценка степени риска; мониторинг риска.

Все элементы системы управления внутренними банковскими рисками представляют собой различное сочетание приемов, способов и методов работы персонала банка. Остановимся подробнее на отдельных элементах данной системы.

Субъекты управления внутренними банковскими рисками зависят от размеров и структуры банка. К их числу в банке ВТБ 24 относится:

- руководство банка, отвечающее за стратегию и тактику банка, направленные на рост прибыли при допустимом уровне рисков;
- комитеты, принимающие решения о степени определенных видов фундаментальных рисков, которые может принять на себя банк;
- подразделение банка, занимающееся планированием его деятельности;
- функциональные подразделения, отвечающие за коммерческие риски, связанные с направлениями деятельности этих подразделений;
- аналитические подразделения, предоставляющие информацию для принятия решений по банковским рискам;
- службы внутреннего аудита и контроля, способствующие минимизации операционных рисков и выявлению критических показателей, сигнализирующих о возможности возникновения рисков ситуации;
- юридический отдел, контролирующий правовые риски.

Идентификация риска ВТБ 24 заключается в выявлении областей (зон) риска, специфичных для различных видов риска. Идентификация риска предполагает не только выявление зон риска, но также практических выгод и возможных негативных последствий для банка, связанных с этими зонами. Для идентификации риска, как и других элементов системы управления, большое значение имеет хорошая информационная база, складывающаяся из сбора и обработки соответствующей информации. Отсутствие соответствующей информации — важный фактор любого риска.

Для оценки степени риска используется качественный и количественный анализ.

Автором выделены критерии оценки рисков:

- кредитный риск: репутация заемщика, способность заимствовать средства, способность заработать средства для погашения долга в ходе текущей деятельности, капитал заемщика, обеспечение кредита, условия кредитной операции, контроль (соответствие операции законодательной базе и стандартам).
- процентный риск: влияние движения процента по активным и пассивным операциям на финансовый результат деятельности банка, длительность окупаемости операции за счет процентного дохода, степень чувствительности активов и пассивов к изменению процентных ставок в данном периоде;

- операционный риск: влияние качества персонала на результаты работы банка; степень ошибок при совершении операций, связанная с организацией и технологией производственного процесса в банке; влияние внешних факторов на ошибочность принимаемых решений;

- риск несбалансированной ликвидности: качество активов и пассивов, соответствие структуры активов и пассивов по суммам, срокам, степени ликвидности и востребованности.

Процесс мониторинга риска ВТБ 24 включает в себя: распределение обязанностей по мониторингу риска, определение системы контрольных показателей (основных и дополнительных), методы регулирования риска.

Обязанности по мониторингу рисков распределяются между функциональными подразделениями банка, его специализированными комитетами, подразделениями внутреннего контроля, аудита и анализа, казначейством или другим сводным управлением банка, его менеджерами. При этом функциональные подразделения банка отвечают за управление коммерческими рисками, а комитеты и сводные подразделения — фундаментальными рисками. Круг контрольных показателей включает финансовые коэффициенты, лимиты по операциям, структуре портфеля активов и пассивов, их сегментов, стандарты для контрагентов банка (например, для заемщиков, эмитентов ценных бумаг, банков-партнеров).

Регулирование представляет собой совокупность методов, направленных на защиту банка от риска. Эти методы условно можно разделить на четыре группы: методы предотвращения рисков; методы перевода рисков; методы распределения рисков; методы поглощения рисков.

К методам регулирования риска в ВТБ 24 можно отнести:

- создание резервов на покрытие убытков в соответствии с видами операций банка, порядок использования этих резервов;

- порядок покрытия потерь собственным капиталом банка;

- определение шкалы различных типов маржи (процентной, залоговой и т.д.), основанной на степени риска;

- контроль за качеством кредитного портфеля;

- отслеживание критических показателей в разрезе видов риска;

- диверсификация операций с учетом факторов риска;

- операции с производными финансовыми инструментами;

- мотивацию бизнес-подразделений и персонала, связанного с рисковыми операциями банка;

- ценообразование (процентные ставки, комиссии) с учетом риска;

- установление лимитов на рисковые операции;

- продажа активов;

- хеджирование индивидуальных рисков.

Система управления рисками является важнейшим элементом устойчивого развития бизнеса банка ВТБ 24. В 2006-2009 гг. была проведена значительная работа

по повышению эффективности системы риск-менеджмента, в рамках которой банком был принят ряд мер [5]:

1. В ВТБ 24 была запущена унифицированная система контроля отраслевых и страновых рисков;

2. Внедрены базовые элементы системы консолидированного контроля кредитных рисков по операциям с корпоративными клиентами в части согласования крупных сделок;

3. Завершен первый этап создания стандартизированной системы отчетности компаний Группы, перед ОАО Банк ВТБ и консолидированной отчетности по рискам Группы в целом;

4. В Группе и Банке реализована процедура расчета экономического капитала (Capital-at-Risk) в соответствии с требованиями международного комитета по банковскому надзору «Базель II»;

5. В 2009 г. начал работу Кредитный комитет Группы, координирующий процесс интеграции систем управления рисками.

С учетом расширения Группы ВТБ, усложнения структуры и роста объемов проводимых операций к ключевым направлениям развития Группы в области риск-менеджмента относятся:

1. Дальнейшее развитие концепции экономического капитала в Группе, в целях обеспечения ее широкого применения для аналитической поддержки принятия управленческих решений;

2. Инкорпорирование необходимых элементов риск-менеджмента в действующую в Группе ВТБ систему бизнес-планирования для дальнейшего придания ей большей риск-ориентированности;

3. Продолжение и углубление системной работы по подготовке к переходу на стандарты «Базель II» в Украине и других странах местонахождения компаний Группы (прежде всего, в СНГ);

4. Систематизация и внедрение процедур агрегированной оценки и лимитирования рисков на общегрупповом уровне;

5. Масштабное развитие передовых методологических подходов, современного инструментария и технологий риск-менеджмента, включая стресс-тестирование.

6. Комплексная автоматизация процессов анализа и оценки рисков, в том числе на основе интеграции в Корпоративную информационную систему и Корпоративное информационное хранилище.

С точки зрения совершенствования кредитной работы в Банке ВТБ 24, автором предложены основные мероприятия по повышению эффективности управления кредитными рисками, которые предусматривают:

1. Оптимизацию кредитных процедур, ускорение принятия кредитных решений, в том числе за счет стандартизации процедур, упрощения и автоматизации документооборота;

2. Внедрение количественных методов оценки рисков. Развитие применяемых

моделей, оценивающих как ожидаемые кредитные потери (покрываемые резервами), так и неожиданные (рассчитываемые с применением подхода Value-at-Risk);

3. Усиление контроля над объемом проблемной и просроченной задолженности и совершенствование методов работы с задолженностью;

4. Совершенствование системы ценообразования по кредитным продуктам (в части определения платы за риски);

5. Активное управление кредитным риском. В качестве перспективных механизмов активного управления портфелем рассматривается секьюритизация активов и использование кредитных деривативов.

Дальнейшее развитие эффективного управления прочими видами рисков – рыночными, риском ликвидности, операционными – также является необходимым условием достижения целей по качественному росту бизнеса ВТБ 24.

Основными направлениями совершенствования управления рыночными рисками и риском ликвидности в ВТБ 24 являются:

1. Совершенствование систем сопоставимых показателей (позволяют получить консолидированную оценку рисков, принимаемых ВТБ 24 в целом), консолидированных общих лимитов, ориентиров и нормативов (ограничивают рыночные риски для каждого из дочерних банков и Группы ВТБ в целом), централизованного управления ликвидностью;

2. Интеграция методов количественной оценки рисков и концепции экономического капитала, необходимого для их покрытия, в систему принятия решений о проведении операций;

3. Совершенствование методологии стресс-тестирования в части чувствительности финансовых показателей ВТБ 24 к изменению рыночных риск-факторов: процентных ставок, валютных курсов и котировок ценных бумаг – в соответствии с требованиями Базельского комитета по банковскому надзору;

4. Автоматизация сбора данных и формирования управленческой отчетности о состоянии рыночных рисков и риска ликвидности.

В области управления операционным риском ключевой задачей является совершенствование единых стандартов управления операционными рисками во ВТБ 24 и методологии оценки операционного риска и капитала на его покрытие.

Очевидно, что подходы к оценке операционных рисков находятся пока в стадии становления. Для их развития необходимо иметь, по крайней мере, два вида оценки: объем ущерба и вероятность потерь.

Получение данной информации, ее регистрация как раз и составляет основную проблему. Для ее решения, например, коммерческие банки Великобритании, Германии и Франции объединились в своих усилиях по сбору данных об операционных рисках. На анонимной основе они предоставляют друг другу информацию о внутренних рисках, что в определенной мере позволяет оценить вероятность возникновения операционных рисков [3,4].

В том случае, если вероятность риска низка, а потери велики, банку ВТБ 24

следует перевести риск, например, застраховать от пожара, сбоев в компьютерных программах, сетевых отключений. Если вероятность низка и сумма ущерба незначительна, следует принять риск. При высоком уровне вероятности наступления события и сумме ущерба необходимо принимать меры по предотвращению риска. Наконец, если вероятность наступления события велика, а сумма ущерба незначительна. В этом случае также необходимо принять меры по снижению риска.

Предложены методы снижения внутренних рисков в банке ВТБ 24:

- планирование процедур управления внутренними рисками и, в частности, управления информационной безопасностью;
- регламентирование и контроль всех проводимых в Банке процедур, делегирование и разделение полномочий, постоянное совершенствование используемых технологий и информационных систем;
- регулярный аудит банка на предмет снижения внутренних рисков (в том числе аудит безопасности);
- регистрация в информационной системе банка всех действий связанных с управлением внутренними рисками;
- аутсорсинг (Managed Service) непрофильных активов (в том числе информационных систем);
- обеспечение банковской тайны (хотя принятие новых законов в последнее время серьезно усложнило эту задачу);
- обеспечение непрерывности бизнес-процессов;
- обеспечение контроля работы операциониста в АБС банка.

Вывод. Проведен анализ системы управления внутренними рисками коммерческого банка ВТБ 24. Выделены ключевые направления развития Группы ВТБ (Банка ВТБ 24) в области риск-менеджмента. Выявлены основные мероприятия по повышению эффективности управления кредитными рисками и основные направления совершенствования управления рыночными рисками и риском ликвидности и операционными рисками в ВТБ 24. Автором предложены методы снижения внутренних рисков в банке ВТБ 24.

Список литературы: 1. Бухтин М.А. Риск-менеджмент в кредитной организации: методология, практика, регламентирование. Книга 1: Методика и практика работы подразделений риск-менеджмента / Методическое пособие. – М.: Издательский дом «Регламент», 2008. – 441 с. 2. Вишняков Я.Д. Общая теория рисков : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Я.Д.Вишняков, Н.Н.Радаев. — 2-е изд., испр. — М. : Издательский центр «Академия», 2008. — 368 с. 3. Риск-менеджмент в кредитной организации: методология, практика, регламентирование. Кн. 2 / Юденков Ю.Н., Тысячникова Н.А., Ермаков С.Л. и др. - М.: ИД «Регламент», 2008. 4. Сазыкин Б.В. Управление операционным риском в коммерческом банке. – Москва : Вершина. 2008. –272 с. 5. <http://www.vtb24.ru/>

Подано до редакції 28.02.2011

Н.И. ПОГОРЕЛОВ, к.е.н., проф., НТУ «ХПИ», Харьков

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕТРАДИЦИОННЫХ ФОРМ И СИСТЕМ ОПЛАТЫ ТРУДА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

В статье проанализирована система заработной платы на отечественных предприятиях и предложен методический подход к расчету оплаты труда, в основе которого квалификационные уровни работников.

In the article the systems of earnings are analysed on domestic enterprises and the methodical going is offered near the calculation of payment of labour in basis of which there are qualifying levels of workers.

Ключевые слова: заработная плата, тарифная система, квалификационный уровень, единственная тарифная сетка, эффективность труда.

Введение

Помимо традиционных форм и систем оплаты труда в рыночных условиях широкое распространение получили нетрадиционные формы оплаты труда. К их числу можно отнести контрактную форму найма и оплаты труда.

Контрактная форма трудового договора достаточно распространена во всем мире. В Украине использование контрактной формы трудового договора также широко применяется.

Распространение контрактов обусловлено обезличенным содержанием традиционных трудовых договоров, которые не полностью учитывают личные качества работников, содержание и специфику их профессиональной деятельности, не обеспечивают надлежащей ответственности за порученное дело.

Постановка задачи

В трудовое законодательство Украины понятие и суть содержания контракта было введено в 1991 году согласно Закону ВС УССР «О внесении изменений и дополнений в Кодекс законов о труде Украинской ССР при переходе республики к рыночной экономике» от 20.03.91 г. №871-ХІІ.

Согласно ст. 21 КЗоТ особой формой трудового договора является контракт, в котором срок действия, права, обязанности и ответственность (в том числе материальная) сторон, оплата и организация труда работника, условия прекращения договора, в том числе досрочного, могут устанавливаться по согласованию сторон.

Из этого определения следуют два принципиальных положения. Первое — контракт представляет собой особую форму трудового договора, т.е. специальную форму соглашения между работником и собственником предприятия, организации, учреждения или уполномоченного им органа, согласно которому работник обязуется выполнять работу, определенную настоящим соглашением и правилами внутреннего трудового распорядка, а собственник предприятия, учреждения, организации или уполномоченный им орган обязуется выплачивать работнику заработную плату и

обеспечивать необходимые для выполнения работы условия труда предусмотренные законодательством о труде, коллективным договором и по соглашению сторон. Второе — контракт, в отличие от «обычного» трудового договора, дает возможность его сторонам самостоятельно договориться о многих вопросах, которые в других видах трудового договора жестко регулируются законодательством и потому не могут быть изменены даже самими сторонами трудового договора; в контракте отражаются мотивы отказа от централизованного регулирования условий труда и формы его оплаты.

Методология

Порядок заключения контрактов при приеме (найме) на работу работников на предприятия, в учреждения, организации независимо от формы собственности, вида деятельности и отраслевой принадлежности, а также к гражданам регламентировано Положением о порядке заключения контрактов при приеме (найме) на работу работников, утвержденным постановлением КМУ от 19.03.94 г. №170, с изменениями и дополнениями (далее — Положение №170). Однако действие этого документа не распространяется на руководителей предприятий государственной формы собственности. В отношении последних разработан другой нормативный документ — Положение о порядке заключения контракта с руководителем предприятия, находящегося в государственной собственности, при найме на работу, утвержденное постановлением КМУ от 19.03.93 г. №203.

В соответствии со ст. 24 КЗоТ контракт заключается в письменной форме и подписывается работодателем и работником, которого принимают (нанимают) на работу по контракту.

Контракт оформляется в двух экземплярах, имеющих одинаковую юридическую силу и хранящихся у каждой из сторон контракта.

Контракт является основанием для издания приказа (распоряжения) о приеме (найме) работника на работу со дня, установленного в контракте по соглашению сторон.

В контракте предусматриваются объемы предлагаемой работы и требования к качеству и срокам ее выполнения, срок действия контракта, права, обязанности и взаимная ответственность сторон, условия оплаты и организации труда, основания прекращения и расторжения контракта, социально-бытовые и другие условия, необходимые для выполнения взятых на себя сторонами обязательств, с учетом специфики работы, профессиональных особенностей и финансовых возможностей предприятия, учреждения, организации или работодателя.

Условия оплаты труда и материального обеспечения работников, с которыми заключается контракт, определяются соглашением сторон. Размеры выплат не могут быть меньше, чем предусмотрено действующим законодательством, соглашениями и коллективным договором, и зависят от выполнения условий контракта.

В контракте могут также определяться условия повышения или снижения обусловленного сторонами размера оплаты труда, установления доплат и надбавок,

премий, вознаграждений по итогам работы за год или другой период, участия в прибылях предприятия, учреждения, организации (если это предусмотрено действующим законодательством и их уставами) или гражданина-предпринимателя.

На основе Типовой формы контракта с работником в контракте могут быть зафиксированы особые условия труда по отдельным профессиям и видам работ, с учетом их специфики, профессиональных особенностей.

В контракте могут быть предусмотрены дополнительные льготы, гарантии и компенсации, не установленные действующим законодательством, за счет средств работодателя.

В контракте определяются режимы рабочего времени и времени отдыха работника.

Длительность отпуска работника не может быть меньше установленной законодательством для этой категории работников.

В контракте могут определяться дополнительные, кроме установленных действующим законодательством, основания его расторжения.

Контракт должен предусматривать обязательство работодателя по компенсации морального и материального ущерба, причиненного работнику в случае досрочного расторжения контракта.

Контрактом могут быть установлены дополнительные гарантии работнику на случай досрочного прекращения контракта по независящим от работника причинам.

В то же время контрактом не может быть:

- изменен порядок рассмотрения индивидуальных трудовых споров;
- введена по отношению к работнику полная материальная ответственность, кроме случаев, предусмотренных ст. 134 КЗоТ.

При невыполнении или ненадлежащем выполнении сторонами обязательств, предусмотренных в контракте, он может быть досрочно расторгнут с предупреждением соответствующей стороны через две недели.

Контракт подлежит расторжению досрочно по требованию работника в случае его болезни или инвалидности, препятствующих выполнению работы по контракту, нарушения работодателем законодательства о труде, невыполнения или ненадлежащего выполнения работодателем обязательств, предусмотренных контрактом, и по другим уважительным причинам. Увольнение работника в этом случае производится в соответствии со ст. 39 КЗоТ.

За два месяца до окончания срока действия контракта по соглашению сторон он может быть продлен или заключен на новый срок.

Споры между сторонами контракта рассматриваются в установленном действующим законодательством порядке.

Заключение контракта является основанием для возникновения трудовых отношений. Следовательно, в контракте фиксируется предмет трудового договора в расширенном формате. Раньше в нем определялась лишь трудовая функция, а конкретные обязанности работников устанавливались квалификационными

характеристиками, должностными инструкциями, правилами внутреннего трудового распорядка. Однако эти документы большей частью определяют только типичный характер обязанностей работников определенной профессии и квалификации.

Срок действия контракта предопределяется не характером обязанностей, а их ориентацией на заведомо определенные задачи, рубежи, которых надо достичь в определенное время.

Особенности бессрочного (срочного) трудового договора и контракта приведены в табл. 1.

Таблица 1 – Сравнительная таблица условий найма и оплаты труда по классическому трудовому договору и контракту

Существенные положения трудовых отношений	Бессрочный (срочный) трудовой договор	Контракт
Предмет отношений (договора)	Конкретно не определяется и может быть изменен в произвольной форме	Определяется конкретно с указанием условий его изменения
Цена рабочей силы	Регламентирована системой тарифных ставок и должностных окладов	Определяется как результат добровольного соглашения с учетом требований тарифного соглашения и коллективного договора
Условия работы (рабочее время, охрана труда и т.п.)	Регламентированы КЗоТ, отображены в коллективном договоре, правилах внутреннего распорядка	Определяются как результат соглашения с учетом действующих государственных и отраслевых гарантий
Отношения собственности, учитывая результаты труда	Результат труда принадлежит нанимателю, участие работника в прибылях крайне ограничено	Являясь предметом переговоров, контракт может предусматривать участие работника в прибылях предприятия
Социальные гарантии	Жестко регламентированы для обеих сторон	Устанавливаются по согласию сторон с учетом действующих государственных социальных гарантий

Можно сделать вывод, что преимущества контрактной формы трудового договора обусловлены определенными его специфическими свойствами, а прежде всего тем, что контракт — это особый вид срочного соглашения с элементами гражданско-правового договора подряда. Такое объединение, которое предусматривает ориентацию на конкретные результаты работы, дает возможность обеспечить стабильное качество работы, рост ее эффективности. Внедрение дополнительной ответственности работника и работодателя относительно выполнения обязанностей по контракту оказывает содействие четкому и тщательному выполнению трудовой функции, выявлению инициативы и самостоятельности работником и созданию работодателем благоприятных условий работнику для выполнения трудовых функций.

Справедливым является утверждение, что контрактная форма трудового договора направлена на максимальное использование индивидуальных способностей работника, создание дополнительных стимулов к высокопроизводительному труду, более полный учет интересов собственника, повышение взаимной ответственности.

Выводы

Так вот, применение контрактной формы трудового договора является целесообразным прежде всего в тех случаях, когда выполнение работы требует от исполнителя особых деловых качеств, способностей и профессиональных навыков, инициативы и самостоятельности, ответственности, в результате чего возникает необходимость в его дополнительной экономической, социальной и правовой поддержке. Поэтому механическое переведение всех работников на контрактную форму трудового договора чаще всего является абсолютно неоправданным.

Сфера применения контрактной формы трудового договора в Украине на данном этапе, по нашему мнению, может быть ограниченной и регулироваться действующим законодательством. В качестве меры преодоления экономического кризиса и повышения общей культуры трудовых отношений контрактная форма трудового договора может быть распространена на большинство работников, но только на добровольной основе.

Список литературы: 1. *Богиня Д. П.* Активизация человеческого фактора и эффективность труда / Д. П. Богиня и др. – К.: Наукова думка, 1990. – 159 с. 2. *Колот А. М.* Оплата праці на підприємстві: організація та удосконалення / А. М. Колот. – К.: Фірма «Праця», 1997. – 191 с. Бібліогр.: С. 191. 3. *Лагутін В. Д.* Політика заробітної плати у стратегії економічної стабілізації: монографія. / В. Д. Лагутін. – Луцьк: Ред. вид. відд. “Вена” Волин. держ. Ун-ту ім. Лесі Українки, 2000. – 109 с. 4. Рекомендації щодо визначення заробітної плати працюючих в залежності від особистого внеску працівника в кінцеві результати роботи підприємства. / Праця і зарплата. – 1999. – №11. – С. 18–31. 5. [інтернет-ресурс]: www.confen.org/assets/files/galusevi_ugody/Galuzeva_ugoda_2008–2009.doc. 6. Економіка підприємства: навч. посіб. / За ред. А. В. Шегди. – К.: Знання, 2005. – 431 с. Бібліогр.: С. 425–427. 7. *Клебанова Т. С.* Эконометрия на персональном компьютере / Т. С. Клебанова, Н. А. Дубровина, А. В. Милов, О. Ю. Полякова, Е. В. Раевнева. – Х.: Изд. ХГЭУ, 2002. – 208 с.

Подано до редакції 28.02.2011

УДК 628.316

П.Г. ПЕРЕРВА, д.е.н, профессор, НТУ «ХПІ», Харків

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

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

ЦЕНОВЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ КОНЪЮНКТУРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

В статье предложена модель определения цены промышленного товара в зависимости от уровня его конкурентоспособности. Такие модели рекомендуется использовать при формировании конкурентных преимуществ предприятий – изготовителей, а также при проведении конъюнктурных исследований.

In the article the model of determination of cost of industrial good is offered depending on the level of his competitiveness. Such models it is recommended to use for forming of competitive edges of enterprises - manufacturers, and also during realization of conjuncture researches.

Ключевые слова: цена, конкурентоспособность, качество, конъюнктура рынка, конкурентные преимущества

Введение. В условиях развития и укрепления рыночных отношений конкурентная борьба между промышленными предприятиями за получение дополнительной прибыли ужесточается и принимает самые разнообразные формы. Из всех используемых целей и видов политики в области ценообразования особый интерес представляет неценовая конкуренция или конкуренция технического уровня и качества продукции. Специалисты считают, что в современных условиях на мировом рынке на смену ценовой конкуренции пришла конкуренция качества, и в конкурентной борьбе за рынки сбыта побеждает не тот, кто предлагает более низкие цены, а тот, кто предлагает более высокое качество. Более качественный товар, несмотря на его высокую цену, значительно эффективнее в эксплуатации или потреблении, чем менее качественный. Однако, это вовсе не значит, что роль цены при определении конкурентоспособности изделия невелика. Эти два фактора так же неразделимы, как две стороны труда, товара, морального износа, цены и всех явлений и процессов товарного производства. Цена при всех условиях всегда была, есть и будет главным показателем, обеспечивающим получение прибыли.

Теоретики и практики маркетинга в целях максимизации прибыли используют очень важный психологический канон, в соответствии с которым рыночная цена возрастает не пропорционально качеству товара, а как бы опережая его, и, наоборот, при снижении технического уровня и качества товара относительно общепризнанного уровня цена снижается более прогрессивно по сравнению с этим уровнем. Следовательно, товаропроизводители, выпускающие изделия, качество которых выше мирового уровня, получают монопольно высокую прибыль, превышающую рост издержек и достигнутый уровень качества. А товаропроизводители, продукция которых не отвечает мировому уровню, не только теряют адекватно этому часть цены и прибыли, но и как бы штрафуются еще дополнительным снижением цены и довольствуются убыточно низкой рыночной ценой.

Постановка задачи. Задачей статьи является разработка математической модели определения цены промышленного товара в зависимости от уровня его конкурентоспособности при проведении конъюнктурных исследований.

Методология. Методологической основой проведенного исследования стали научные труды ведущих отечественных и зарубежных ученых-экономистов по проблеме оценки уровня конкурентоспособности производственной системы. Для достижения поставленной цели использована система общенаучных и специальных методов исследования. В частности для теоретических и методологических обобщений, определения сущности и составляющих конкурентного преимущества и инструментов его оценки, использовались диалектический, абстрактно логический и системный вид анализа.

Результаты исследования. Изложенные выше посылки положены в методику ценообразования с учетом уровня конкурентоспособности анализируемой техники. В основе методики - параметрическая экономико-математическая модель цены, в которую входит в качестве важнейшего показателя фактор конкурентоспособности изделия. Математическая модель цены в данном случае может иметь различный вид, но основная ее идея сводится к модели, предложенной Л.Мороз

$$C_n = C_0 \times K_n, \quad (1)$$

где C_n и C_0 - соответственно, цена исследуемого и существующего (нового и базового) изделий; K_n - интегральный показатель конкурентоспособности нового изделия, о.е.

Модель (1), на наш взгляд отражает лишь принципиальный подход к расчету цены нового изделия, которая конечно же находится в прямой зависимости с уровнем конкурентоспособности изделия. Однако, практические расчеты с использованием данной модели будут иметь очень большую погрешность и могут использоваться лишь для оценочных и прикидочных расчетов.

Более точные расчеты цены с использованием уровня конкурентоспособности изделий предполагается производить по экономико-математической модели, предлагаемой П.С.Завьяловым и В.Е.Демидовым, к практическому использованию которой призывает и С.Я.Елецких:

$$C_n = C_0 \{ (I_{mn} \times \lg B / F_1 \times \lg Q^{-1}) - [I_{en} \times (1 - F_1) / F_1] \}, \quad (2)$$

где I_{mn} , I_{en} - групповой параметрический показатель по техническим параметрам и экономический параметр конкурентоспособности товара предприятия без учета продажных цен; F_1 - коэффициент долевого участия единичного показателя продажной цены изделия; B - доля по стоимости рынка базисного товара; Q - показатель, отражающий соотношение между спросом и предложением на рассматриваемый базисный товар.

В итоге, как утверждают авторы и поклонники данной модели, получается продажная цена нового изделия, которая отражает уровень цены потребления и общую конкурентоспособность нового товара. Вместе с тем, при более детальном знакомстве с зависимостью (2) можно отметить следующее. Во, первых, значение доли рынка B всегда будет меньше единицы и, следовательно, значение $\lg B$ будет иметь отрицательное значение, что может привести при определенном значении конъюнктуры рынка (т.е. при соотношении спроса и предложения меньше единицы) к отрицательным значениям величины C_n , что не несет в себе экономического смысла. Во-вторых, экономический параметр конкурентоспособности исследуемого товара I_{en} , суть которого в модели (2) отождествляется с ценой потребления нового товара, корректируется с помощью сомножителя $(1 - F_1) / F_1$, величина которого обратно пропорциональна значению F_1 . В итоге получаем, чем больше коэффициент долевого участия единичного показателя продажной цены F_1 нового изделия, т.е. чем в большей степени влияет уровень цены на поведение потребителя или иначе, чем большее значение ценовой эластичности спроса на данный товар, тем в меньшей

мере может измениться уровень цены на изделие. Как видим, и данное положение противоречит логике коммерческой работы на рынке. В третьих, разделение уровня конкурентоспособности изделия на два противоположно действующих по отношению к цене товара показателя - $I_{\text{ми}}$ и $I_{\text{эп}}$, конечно же, не придает модели (2) большей достоверности и точности. Проведенный экспресс-анализ данной модели определения цены на новый товар с помощью уровня конкурентоспособности показывает большое количество существенных недостатков, что, на наш взгляд, делает анализируемую формулу непригодной для практического использования.

Вместе с тем, основные идеи, положенные в основу модели (2) имеют право на практическую реализацию и могут успешно использоваться. Нами предлагается другой подход к формированию экономико-математической модели определения цены нового изделия с использованием комплексного уровня его конкурентоспособности. При этом предлагается учитывать также и средний уровень рентабельности изделий, что, как правило, всегда определенным образом учитывается, особенно применительно к товарам, находящимся в середине своего жизненного цикла. Предлагаемая модель включает в себя два дополняющих друг друга уравнения.

Первое уравнение отражает модель определения цены нового изделия, уровень конкурентоспособности которого превышает среднемировой уровень конкурентоспособности изделий данного класса ($I_{\text{кн}} > I_{\text{ср.мир.}}$):

$$C_{\text{н}} = C_{\text{ср.мир.}} \times (I_{\text{кн}} / I_{\text{ср.мир.}})^{P_{\text{ср.}}} \times D I_{\text{к}} / \ln(1 + D I_{\text{к}}) \quad (3)$$

Второе уравнение отражает модель определения цены нового изделия, уровень конкурентоспособности которого ниже среднемирового уровня конкурентоспособности изделий данного класса ($I_{\text{кн}} < I_{\text{ср.мир.}}$):

$$C_{\text{н}} = C_{\text{ср.мир.}} \times (I_{\text{кн}} / I_{\text{ср.мир.}})^{P_{\text{ср.}}} \times \ln(1 + D I_{\text{к}}) / D I_{\text{к}} \quad (4)$$

где $C_{\text{ср.мир.}}$ - цена изделий, уровень конкурентоспособности которых соответствует в настоящее время среднемировому уровню; $I_{\text{кн}}$, $I_{\text{ср.мир.}}$ - уровень конкурентоспособности, соответственно, нового изделия и изделия, соответствующего среднемировым стандартам; $D I_{\text{к}} = I_{\text{кн}} - I_{\text{ср.мир.}}$ для модели (3) и $D I_{\text{к}} = I_{\text{ср.мир.}} - I_{\text{кн}}$ для модели (4); $P_{\text{ср.}}$ - среднерыночный уровень рентабельности изделия (так называемый уровень справедливой прибыли на изделие), о.е.

Если уровень конкурентоспособности изделия точно соответствует среднемировому уровню, то в этом случае расчет цены не производится - она точно соответствует среднерыночной величине $C_{\text{ср.мир.}}$, которая установилась на данном рынке в настоящее время. Отметим важность последнего положения, так как модели (3) и (4) чисто математически не пригодны к расчетам цены при равенстве уровней конкурентоспособности ($I_{\text{кн}} < I_{\text{ср.мир.}}$) - в этом случае логарифм единицы равен нулю и анализируемые модели теряют экономический смысл.

Основным элементом предлагаемой модели ценообразования на промышленные изделия является уровень конкурентоспособности изделия, расчет и обоснование которого необходимо производить с особой тщательностью.

В условиях рыночной экономики оценка уровня конкурентоспособности продукции, которая уже выпускается, готовится к выходу на рынок или только предполагается к разработке является необходимым этапом процесса управления предприятием. Победа в конкурентной борьбе представляет собой конечную цель любой коммерческой деятельности. Победа не разовая, не случайная, а как закономерный итог постоянных и грамотных усилий промышленного предприятия и в первую очередь его маркетинговых служб. Состоится она или не состоится - как раз и зависит от уровня конкурентоспособности товаров и услуг предприятия, т.е. от того, насколько они лучше по сравнению с аналогами и субститутами - продукцией и услугами конкурирующих предприятий. Отсюда вытекает особая сущность данной категории рыночной экономики, положительный характер, рыночный успех которой при любых даже самых правильных действиях предприятия никто не может гарантировать. Поэтому обычно речь идет не об определении уровня конкурентоспособности товара или фирмы, а об оценке ее величины, что изначально уже предполагает вероятностный характер подобного рода расчетов.

Многие исследователи рынка под конкурентоспособностью товара понимают некую относительную интегральную характеристику, отражающую его отличие от товара-конкурента и, соответственно, определяющую его привлекательность в глазах потребителя. Но вся проблема заключается в правильном содержании этой характеристики. Изначально такое определение конкурентоспособности содержит в себе возможность методологической ошибки исследователя. В экономической литературе нередко можно встретить случаи, когда авторы сосредотачивают свое внимание на параметрах самого товара (деля их на более или менее обоснованные группы) и затем с целью оценки конкурентоспособности сопоставляют между собой некоторые интегральные характеристики такой оценки для разных конкурирующих товаров. Нередко такая оценка просто охватывает показатели технического уровня и тогда оценка конкурентоспособности подменяется сравнительной оценкой качества конкурирующих аналогов. На возможность такого рода методологической ошибки указывает и Д.Баркан. Действительно, требуемый уровень качества для разных сегментов рынка может быть совершенно разным и формула “выше качество - выше конкурентоспособность” для рынка неприемлема. Естественно, что никто на рынке не будет платить за плохое качество, но, с другой стороны, никто не будет платить и за лишнее качество. Качество продукции должно быть именно таким, каким хочет его видеть потребитель, не больше и не меньше. Именно с таким уровнем качества и будет продан товар, именно такой товар и будет на данном сегменте рынка иметь наибольший уровень конкурентоспособности. Поэтому, конкурентоспособность - это свойство продукции, которое выражает возможность ее успешной продажи на данном рынке или его сегменте за определенный период времени по определенной

цене. Уровень конкурентоспособности продукции определяет отличие данного изделия от конкурирующих аналогов по степени соответствия конкретной общественной потребности и по затратам на ее удовлетворение. Для исчисления этого показателя необходимо иметь информацию о суммарном полезном эффекте в эксплуатации или от потребления оцениваемого или базового вида продукции, данные о полных затратах на всех этапах их жизненного цикла, включая затраты, связанные с ликвидацией отрицательных последствий использования изделия и их влияния на социальную сферу, окружающую среду и т.п.

Сбор такого рода информации достаточно дорогое и трудоемкое дело. Особые трудности возникают при оценке уровня конкурентоспособности перспективных изделий в условиях значительной неопределенности экзогенных переменных. Суммарный полезный эффект от эксплуатации или потребления на этапах предполагаемого жизненного цикла для продукции, которая еще не продавалась на исследуемом рынке, оценивается очень неточно. В определенной мере это касается и импортной продукции, которая впервые появляется на отечественном рынке. Таким образом, при использовании традиционных подходов к расчету уровня конкурентоспособности продукции возникают серьезные проблемы со сбором необходимой информации.

С целью оценки уровня конкурентоспособности продукции, которая уже производится или предлагается к выпуску на определенной территории, которая характеризуется устойчивым действующим или прогнозируемым законодательством, предлагается метод экспресс-анализа, который можно использовать как составную часть работы по ценообразованию продукции в широком диапазоне условий при сравнительно небольшом объеме исходных данных.

Сущность предлагаемой методики состоит в следующем. В современных условиях продукция превращается в систему обслуживания определенной общественной потребности, например, продается не грузовик отдельно как таковой, а грузовик с соответствующим консультативным, техническим и ремонтным обслуживанием, имиджем фирмы его производящей, существующей (разветвленной или неразветвленной) или несуществующей дилерской сетью, определенной степенью эффективности рекламной кампании и т.п. Поэтому, для определения возможностей продажи данного грузовика необходимо анализировать конкурентоспособность продукции как системы обслуживания потребности и рассматривать показатели качества такой системы в иерархии ценностей, определяемой непосредственно потребителем. Полезный эффект от потребления или эксплуатации является гомоморфным отражением показателей качества данной продукции. При этом необходимо рассматривать все многообразие показателей качества, среди которых - показатели назначения, надежности, технологичности, эргономичности, безопасности, а также эстетические, экономические показатели и др. Расчет этого показателя производится не только с учетом важнейших технических и затратных показателей

изделия, но наряду с ними используются и чисто рыночные показатели, которые, как правило не включаются экономистами в расчеты по определению уровня конкурентоспособности изделий. Это показатели имиджа, торговой марки, дизайна, охват рынка сбытовой сетью, эффективность рекламной стратегии, соответствие потребительских свойств запросам потребителей и др.

Список літератури. 1. *Завьялов П.С., Демидов В.Е.* Формула успеха - маркетинг (сто вопросов - сто ответов как успешно действовать на внешнем рынке). - М. Внешторгиздат, 1988.- 288с. 2. *Елецких С.Я.* Необходимость совершенствования методов формирования цены и теоретических основ ценообразования в рыночных условиях.- Донецк : ИЭП НАН Украины, 1997.- 31 с. 3. *Баркан Д.И.* Маркетинг для всех.- Л.: Культ-информ-пресс, 1991.-256 с. 4. *Мороз Л.* Ціноутворення. В кн. Економіка та менеджмент //Під ред. проф.Кузьміна О.Є. - Львів : "Львівська політехніка", 1996.- С. 603-610. 5. *Ноздрева Р.Б., Цыгичко Л.И.* Маркетинг: как побеждать на рынке.- М.: Финансы и статистика, 1991.- 304 с. 6. *Котлер Ф.* Основы маркетинга: Пер. с англ.- М.: Прогресс, 1990.- 706 с. 7. *Кононенко І.* Метод експрес-аналізу рівня конкурентоспроможності продукції // Економіка України.- 1998.- №- С. 80-83.

Подано до редакції 28.02.2011

УДК 681.45

О.В. ЛОКОТЕЦЬКА, аспірант, ХНАДУ, Харків

ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМНОГО ПІДХОДУ ПРИ ДОСЛІДЖЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Визначена необхідність використання системного підходу при дослідженні процесів економічної безпеки підприємства. Дано власне визначення поняттю, що досліджується. Розроблена система економічної безпеки підприємства.

The necessity of the use of approach of the systems is certain at research of processes of economic security of enterprise. Determination is given a concept which is probed. The system of economic security of enterprise is developed.

Ключові слова: Системний підхід, економічна безпека підприємства, ефективність, комплексна система.

Вступ. Перехід до ринкової економіки, політична та економічна нестабільність в Україні, поява нових механізмів господарювання, відсутність державної підтримки та захисту вітчизняних підприємств, недосконалість багатьох механізмів управління, посилення недоброякісної конкуренції, та ін., потребує від підприємств самостійного прийняття економічних рішень, як в оперативному, так і в стратегічному управлінні своєї діяльності. Підприємства опинилися у нових для себе умовах господарювання, до яких не були готові. Крім того, розрив установлених економічних зв'язків сприяв росту невизначеності і негативно відобразився на стані підприємств. Отже, проблема забезпечення економічної безпеки на підприємстві набуває особистої гостроти, та стає вирішальним фактором його економічного розвитку. Слід також зазначити, що питання економічної безпеки, в цих умовах, набуває системного характеру і потребує відповідної розробки та досліджень.

Проблема забезпечення економічної безпеки на підприємстві не є новою. Над цим питанням працювали наступні українські та російські автори: Г.В. Козаченко, С.М. Міщенко, Є.А. Олейніков, Л.С. Будови, О.В. Арєф'єва, О.А. Палушкін, О.М. Ляшенко, П.І. Орлов, О.М. Головченко, В.Є. Духов, М.І. Камлик, та ін. Безпосередньо розробці системи та формуванню механізмів економічної безпеки підприємства, присвятили свої праці такі науковці як М.О. Кизим, В.М. Гаєць, О.І. Черняк, О.М. Головченко, Т.С. Клебанова, та ін. Привертає увагу дослідження проблеми методики формування системи економічної безпеки підприємства, з урахуванням сучасних умов ведення бізнесу, та використанням новітніх інформаційних технологій [1]. Крім того, важливою є робота С.В. Кавуна, в якій запропоновано дослідження життєвого циклу системи економічної безпеки підприємства [2]. Л.В. Соколова, стверджує, що в сучасних умовах, стабільне здійснення виробничо-господарської діяльності підприємства, визначається ефективністю комплексної системи економічної безпеки підприємства, функціонування якої потребує відповідного інформаційного забезпечення [3]. На основі проаналізованих робіт, постає необхідність в подальшому розгляді цього питання, яке полягає у розробці якісної системи економічної безпеки підприємства, побудованої з використанням концептуального системного підходу, що дозволить підтримувати її в режимі оптимального використання.

Постановка задачі. Метою даної роботи є обґрунтування поняття економічної безпеки підприємства, визначення потреби у використанні системного підходу при дослідженні цього поняття, та безпосередньо розробка системи забезпечення економічної безпеки на підприємстві.

Методологія. Методологічною основою дослідження стали фундаментальні дослідження вітчизняних і зарубіжних економістів. Основними методами дослідження, використаними в роботі, є: абстрактно-логічний (теоретичне узагальнення і формування висновків); метод порівнянь та системно-структурний аналіз.

Результати. Потреба використання системного підходу пояснюється тим, що своєю кінцевою метою він має угруповання всіх суттєво важливих факторів, які, в свою чергу, створюють позитивні умови для безпечного функціонування та розвитку підприємства. Саме системний підхід дозволяє не тільки по-новому підійти до вирішення багатьох актуальних проблем, але й аналізувати конкретні позиції, дії, ситуації і цілі в комплексі логічних чинників. Суть системного підходу, при вирішенні проблем безпечного існування підприємств, полягає в тому, що діяльність колективу, функціонування підприємства, та вплив зовнішніх і внутрішніх факторів - розглядаються як динамічна система в сукупності її найважливіших зв'язків, яка сприяє знаходженню шляхів оптимізації цієї системи. О. Головченко розглядає системний підхід, як напрям методології наукового пізнання і соціальної практики, в основі якого лежить розгляд об'єктів як систем. Він орієнтує дослідників на розкриття цілісності об'єкта, виявлення різноманітних типів зв'язків у ньому і

зведення їх в єдину теоретичну картину[4].

В сучасних умовах господарювання, підприємства, як правило, самостійно визначають свою економічну спрямованість, організовують виробничий і збутовий процеси, і несуть повну відповідальність за результати своєї діяльності. Це обумовлює вжиття комплексних заходів, спрямованих на захист господарчої діяльності підприємства, які відображаються у необхідності створення системи економічної безпеки.

Над використанням ідеї системного підходу працювали наступні автори: І. Блаугерг, Д. Бурчфілд, Д. Гвішиані, Д. Діксон, Е. Квейд, В. Кінг, Б. Мільнера, Г. Щедровського, В. Ешбі, Ч. Хитч, М. Месарович, В. Садовський, О. Головченко, О. Рапопорт, та ін.

Системний підхід є одним з основних напрямків методології спеціального наукового пізнання і сприяє формуванню суті досліджуваних процесів, або проблем. Тому його мета і завдання полягають, перш за все, у дослідженнях певних об'єктів як складних систем.

Для того, щоб більш глибоко зрозуміти сутність поняття «система», необхідно виділити її основні властивості:

- Багатокомпонентність системи. Перш за все система являє собою сукупність елементів з яких вона складається. В деяких випадках елементи можуть розглядатися як самостійні системи;

- Наявність істотних зв'язків між елементами, а також залежність властивостей цих елементів від їх розташування у системі, функцій та інших параметрів, які знаходяться у середині цілого;

- Залежність поведінки системи в цілому від поведінки її окремих елементів, їх властивостей та структури. Але тут треба зазначити, що властивості системи не завжди визначаються повністю своїми елементами, тому система не зводиться до простої сукупності елементів, і розчленувавши її на окремі частини, не можна пізнати всі системні властивості в цілому;

- Залежність системи не тільки від внутрішнього, як було зазначено у попередньому пункті, але й від зовнішнього середовища. В даному випадку сама система є активною стороною взаємодії, оскільки саме вона, разом зі всіма своїми елементами реагує на зовнішні впливи;

- Ієрархія системи, в якій кожна ланка являє собою більш обмежену структурну систему

Системи економічної безпеки, на різних рівнях свого існування можуть класифікуватися на суперсистеми, великі системи, підсистеми і їх елементи. Великі системи ефективно використовувати у системах економічної безпеки, при цьому кількість елементів, та зв'язків між ними, може бути зовсім невеликим, оскільки основна відмінність між системою і великою системою, носить не кількісний, а якісний характер.

Системи економічної безпеки, визначається об'єктом захисту, функціональними

завданнями та елементами організаційної структури, нормативною базою, що використовується для її здійснення. Таким чином, система економічної безпеки фірми – це сукупність об'єкта, засобів захисту, нормативної бази та організаційних структур її здійснення [5]. На нашу думку, система економічної безпеки підприємства – це комплекс пов'язаних між собою заходів, які, за допомогою спеціальних органів та підрозділів, забезпечують захист всіх функціональних складових підприємства від зовнішніх та внутрішніх загроз, що можуть призвести до істотних економічних утрат. На рисунку 1 ми бачимо, що система економічної безпеки підприємства функціонує завдяки створенню певних служб захисту, або використуванню сторонніх, які забезпечують безпечне функціонування необхідних об'єктів захисту, за допомогою встановлених засобів захисту.

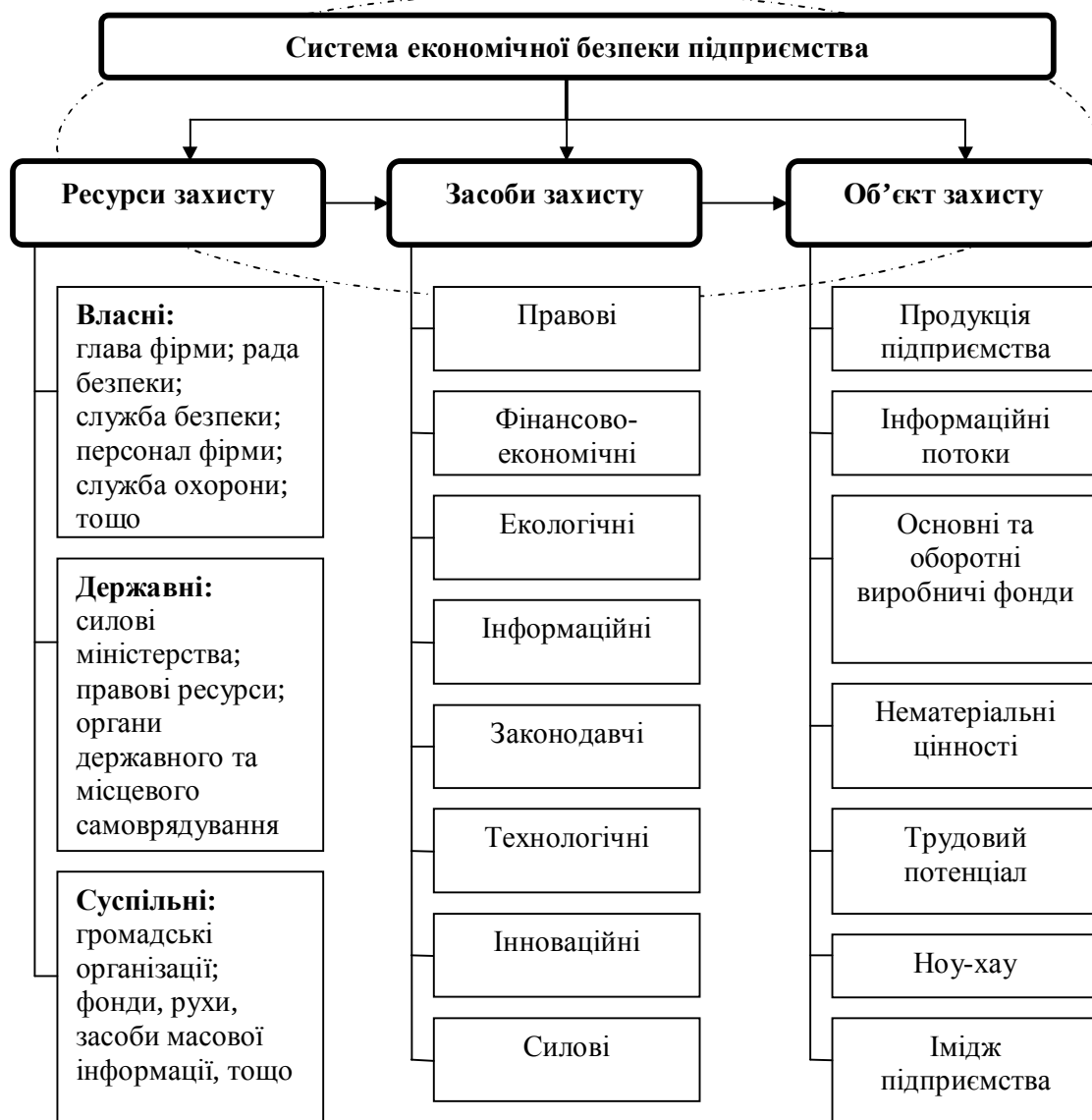


Рис. 1 – Система економічної безпеки підприємства

Отже, система економічної безпеки фірми здійснюється, по перше спеціальним підрозділом – службою безпеки, яка безпосередньо займається розробкою заходів,

щодо попередження, виявлення, та усунення загроз на підприємстві. Крім того, в деяких випадках, по мірі необхідності, можуть бути використанні і сторонні ресурси захисту, такі як державні і суспільні. Другий елемент системи економічної безпеки фірми – це засоби захисту, за допомогою яких, служба безпеки регулює безпечне існування об'єктів захисту, які в свою чергу є останнім елементом системи, тим, на безпеку якого і спрямовано попередній потенціал. Залежно від форми безпосередньої небезпеки, використовується відповідний засіб захисту.

Слід також зазначити, що розроблена система забезпечення економічної діяльності підприємства повинна ґрунтуватися на основі наступних принципів:

Принцип безперервності. Для ефективного захисту діяльності підприємства, в умовах ризику та конкуренції – необхідне постійне використання системи економічної безпеки;

Принцип законності. Порушення закону призводить до негативних наслідків таких як застосування штрафних санкцій з боку правоохоронних органів, послаблення системи економічної безпеки, шантажу з боку кримінальних структур і. т.п. Тому цей принцип передбачає що діяльність фірми повинна здійснюватись за вимог чинного законодавства;

Принцип економічної доцільності. Полягає у тому, що витрати на проведення заходів безпеки не повинні перебільшувати доходи фірми;

Принцип компетентності передбачає, що життєво важливими для будь-якого підприємства, питаннями забезпечення економічної безпеки повинні займатися висококваліфіковані кадри;

Принцип контролю. Для оцінки і можливого удосконалення системи економічної безпеки, на підприємстві повинен бути постійний контроль з боку керівництва за діяльністю співробітників служби економічної безпеки;

Принцип взаємодії. Дії всіх підрозділів служби економічної безпеки на підприємстві повинні бути узгодженими та скоординованими. Цей принцип також передбачає установлення ділових контактів з правоохоронними та контролюючими органами, які, як вже було показано на рисунку 1 можуть, у разі необхідності надати певну допомогу в забезпеченні економічної безпеки підприємства.

Чітке дотримання цих принципів забезпечує логічну послідовність дій всіх співробітників та організованість у реалізації заходів безпеки, що в кінцевому рахунку сприятиме підвищенню ефективності роботи системи економічної безпеки підприємства.

Висновки. Отже системний підхід дозволяє не тільки по-новому підійти до вирішення багатьох актуальних проблем, але й аналізувати конкретні позиції, дії, ситуації і цілі в комплексі логічних чинників. Потреба використання системного підходу пояснюється тим, що своєю кінцевою метою він має угруповання всіх суттєво важливих факторів, які, в свою чергу, створюють позитивні умови для безпечного функціонування та розвитку підприємства. Таким чином, ефективна економічна діяльність без відповідного захисту за сучасних умов конкуренції не має

шансів на тривале існування. У зв'язку з цим, у розробленій системі економічної безпеки підприємства запропоновано три основних елементи, за допомогою яких, забезпечується підтримання стану системи в режимі постійного оптимального функціонування.

Список літератури: 1. Колобчинський О.Л. Методика формування системи економічної безпеки підприємства // Актуальні проблеми економіки.-2009.-№ 4(94).- с. 41-45. 2. Кавун С.В. Жизненный цикл системы экономической безопасности предприятия // Управління розвитком - 2008.-№ 6- с. 17-21. 3. Соколова Л.В., Шutow К.В. Информационное обеспечение функционирования комплексной системы экономической безопасности предприятия// Управління розвитком - 2008.-№ 14- с. 18-19. 4. Головченко О.М. «Економічна безпека регіону в гарантуванні стабільності національної економіки: Монографія / Одеса: 2008.-399 с. 5. Орлов П.І., Духов В.Є. Основи економічної безпеки фірми: Навчальний посібник.-Х.:ТОВ «Прометей-Прес», 2004.-284 с.

Подано до редакції 01.03.2011

УДК 331.33:658

І.М. ПОГОРЕЛОВ, доц., НТУ «ХПІ», Харків

Л.В. ПОГОРЕЛОВА, аспірантка, НТУ «ХПІ», Харків

ВИЗНАЧЕННЯ ЦІЛЕЙ ДІЯЛЬНОСТІ РЕМОНТНИХ СЛУЖБ В ПРОЦЕСІ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ

В статті розглянуті питання визначення цілей діяльності ремонтних служб, зокрема, в умовах реструктуризації діяльності підприємств, з метою як підвищення ефективності діяльності ремонтних служб, так і успішного проведення реструктуризації підприємства в цілому

The matters of the goals of repair services, particularly in terms of restructuring of enterprises to improve business performance as repair services and the successful restructuring of the whole enterprise

Ключові слова: ремонтні служби, реструктуризація, цілі діяльності

Вступ

У сучасних умовах господарювання, з метою забезпечення прибутковості діяльності підприємства, значну увагу необхідно приділяти питанням зниження собівартості продукції і зменшення витрат діяльності підприємства в цілому. Одним з основних напрямків у вирішенні цих питань є вдосконалення організації діяльності допоміжних служб підприємства, зокрема ремонтних служб. Обумовлено це тим, що в структурі собівартості продукції, витрати на ремонт і технічне обслуговування обладнання досягають 8-12% і продовжують неухильно зростати. Поряд зі збільшенням зносу основних засобів і, як наслідком, необхідності в додаткових витратах на їх відновлення, така ситуація багато в чому обумовлена низькою ефективністю як організації так і діяльності ремонтних служб. Особливо це проявляється на підприємствах, які мають обмежені фінансові ресурси, зокрема що знаходяться в процесі реструктуризації, що багато в чому обумовлено недостатньо точним визначенням мети діяльності ремонтних служб таких підприємств. Тому, на

нашу думку, розробка шляхів поліпшення діяльності ремонтних служб в процесі реструктуризації необхідно починати з визначення цілей їх діяльності на даному етапі розвитку підприємства. Це дозволить створити передумови як для підвищення ефективності діяльності ремонтних служб, так і успішного проведення реструктуризації підприємства в цілому, що і визначає актуальність теми дослідження.

Аналіз досліджень та публікацій

Різні аспекти планування, організації, управління ремонтними службами підприємств достатньо вивчені і представлені в економічній літературі. Так, визначення цілей діяльності ремонтних служб, підвищення ефективності їх діяльності виробництва розглядалися в роботах Акбердіна Р.З., Бревольской Т.А., Гончарова В.М., Драгун Л.М., Добровольського В.Б., Колегаєва Р.Н., Мельникової К.І., Макаренко М.В., Покропивного С.Ф., Семенова В.В., Ревенко Н.Ф., Хмельницької З.Б., Чумаченко Н.Г., Чуніхіна В.К., Якобаса В.А. та інших вчених.

Однак, слід зазначити, що незважаючи на пророблену величезну роботу, проблема підвищення ефективності функціонування ремонтних служб продовжує залишатися актуальною і особливо це стосується підприємств, що знаходяться в процесі реструктуризації, оскільки проведені раніше дослідження в основному розглядають діяльність ремонтних служб в умовах звичайної операційної діяльності з виробництва продукції.

Ціль роботи полягає у визначенні мети діяльності ремонтних служб підприємств, що знаходяться в процесі реструктуризації, з метою організації ефективної діяльності ремонтних служб та досягнення цілей реструктуризації підприємств.

Теоретичні й методологічні основи дослідження.

Методологія дослідження заснована на діалектичному методі, системному, процесному й стратегічному підходах до аналізованих об'єктів і процесів, з урахуванням тенденцій і закономірностей розвитку сучасної економіки.

Результати дослідження

Ремонтні служби є складовою частиною підприємства і в процесі своєї діяльності вступають у взаємодію з усіма службами та підрозділами підприємства. Це зумовлює необхідність системного підходу до організації як самої ремонтної служби з тим, щоб забезпечити її здатність до розвитку, адаптації, розширення й тим самим до підвищення ефективності її діяльності.

Одним з основоположних принципів системного підходу є принцип кінцевої мети, який вважає, що будь-яка організація є система, кожен з елементів якої має свої певні і обмежені цілі і для управління ефективністю функціонування виробничої системи необхідне чітке формулювання як основної мети і критеріїв функціонування виробничої системи, так і кожної підсистеми окремо і узгодження локальних критеріїв та підпорядкування їх глобальному критерію. Це необхідно також і для

того щоб переконатися у відповідності цілей функціонування окремих підсистем цілям системи, тобто у дотриманні принципу єдності мети. Це обумовлено тим, що для управління ефективністю функціонування виробничої системи необхідна конкретизація її цілей по окремих підсистемах з чітким формулюванням спільної мети. При цьому під метою розуміють чітко усвідомлюваний результат функціонування системи, який може бути виражений кількісно [3].

В умовах звичайної операційної діяльності підприємства, метою є отримання максимального довгострокової (стратегічної) прибутку. В забезпечення загальної мети визначаються цілі складових підприємства, зокрема ремонтної служби.

В той же час слід зазначити, що серед вчених-економістів відсутній єдиний підхід до визначення мети діяльності ремонтних служб підприємства, що пов'язано з відсутністю системного підходу. Вирішенню цього питання присвятив свої дослідження В.В. Семенов, за результати яких зокрема було визначено, що при визначенні мети функціонування служби технічного обслуговування і ремонту устаткування на підприємстві доцільно керуватися таким підходом: ефект від діяльності служби технічного обслуговування і ремонту устаткування виникає в першу чергу від підвищення якості технічного обслуговування та ремонту обладнання, від скорочення втрат у виробничих цехах з вини ремонтників [3]. З урахуванням цього, було визначено мету функціонування служби технічного обслуговування і ремонту устаткування на підприємстві - забезпечення постійної технічної готовності технологічного устаткування і невинного ходу основного виробничого процесу

В той же час слід зазначити, що вказані як підхід до визначення мети, так й мета діяльності ремонтних служб підприємства, відповідають умовам звичайної операційної діяльності, метою якої, як зазначено раніше, є отримання максимального довгострокової (стратегічної) прибутку.

В інших умовах діяльності підприємства, зокрема в процесі реструктуризації, загальна мета діяльності підприємства відрізняється, що в свою чергу призводить зміни цілей функціонування складових системи, зокрема ремонтних служб підприємства.

Реструктуризація підприємства - це зміна структури компанії під впливом факторів якої зовнішньої, або внутрішнього середовища Реструктуризація включає: вдосконалення системи управління, фінансово-економічної політики компанії, її операційної діяльності, системи маркетингу та збуту, управління персоналом.

Основною причиною реструктуризації підприємств, зазвичай є низька ефективність їх діяльності, яка виражається в незадовільних фінансових показниках, в нестачі оборотних коштів, у високому рівні дебіторської та кредиторської заборгованості.

Втім, і успішні підприємства часто проводять структурні перетворення. Адже будь-яка модифікація масштабів бізнесу або ринкових умов вимагає адекватної зміни системи управління і проведення реструктуризаційних програм.

В залежності від стратегії розвитку підприємства визначається одна з форм реструктуризації: оперативна або стратегічна.

Оперативна реструктуризація передбачає зміну структури підприємства з метою фінансового оздоровлення, або з метою поліпшення платоспроможності. Оперативна реструктуризація сприяє поліпшенню результатів діяльності підприємства в короткостроковому періоді і створює передумови для проведення подальшої, стратегічної реструктуризації.

Стратегічна реструктуризація - це процес структурних змін, спрямований на підвищення інвестиційної привабливості компанії, на розширення її можливостей щодо залучення зовнішнього фінансування і зростання вартості. Реалізація такого типу реструктуризації спрямована на досягнення довгострокових цілей. Результатом її успішного проведення стає зростання потік чистої поточної вартості майбутніх доходів, зростання конкурентоспроможності компанії та ринкової вартості її власного капіталу.

На сьогоднішній день міжнародна практика та досвід проведення реструктуризації в Україні свідчать про те, що реструктуризація - це одна з найскладніших управлінських завдань. Вона не є одноразовим зміною в структурі капіталу чи у виробництві. Це процес, який повинен враховувати безліч обмежень і специфіку тієї компанії, в якій він проводиться. Отже, проводити його необхідно, вже маючи чіткі цілі, концепцію реструктуризації, розуміння кожного з його етапів і методів, за допомогою яких необхідно діяти.

Визначення цілі реструктуризації підприємства, як основної цілі функціонування, залежить від стратегії розвитку підприємства.

Процес вибору стратегії (табл. 1) відбувається після з'ясування поточної стратегії підприємства і проведення ретельного аналізу портфеля продукції. Остання дія являє собою один з найважливіших інструментів стратегічного управління. Адже аналіз портфеля дозволяє збалансувати ризики бізнесу, його грошові надходження, що призводить до підвищення загальної фінансової віддачі.

З урахуванням визначеної, на підставі стратегії розвитку, цілі реструктуризації підприємства, визначаються відповідні цілі підсистем підприємств, зокрема ремонтних служб.

Як можна побачити з таблиці 1, більшість стратегій є стратегіями розвитку, тобто пов'язані з виробництвом продукції. В той же час й стратегія скорочення, за винятком стратегії ліквідації, також передбачають виробництво продукції, але з відповідними системними обмеженнями або в обсягу виробництва, або структурі та обсягу витрат. В цілому ж слід зазначити що в процесі реструктуризації зберігається основна ціль діяльності ремонтних служб - забезпечення постійної технічної готовності технологічного устаткування і невинного ходу основного виробничого процесу. В той же час характер заходів по досягненню цієї мети повинен відповідати стратегічним цілям підприємства.

Таблиця 1 – Стратегії розвитку підприємства

Тип стратегій	Види стратегій
Стратегії концентрованого зростання	Стратегія посилення позицій на ринку
	Стратегія розвитку ринку
	Стратегія розвитку продукту
Стратегії інтегрованого зростання	Стратегія зворотної вертикальної інтеграції (експансія на ринку постачальників)
	Стратегія вперед що йде інтеграції (експансія на ринку систем розповсюдження і торговельних структур)
Стратегії диверсифікованого росту	Стратегія центрованої диверсифікації
	Стратегія горизонтальної диверсифікації
	Стратегія конгломератної диверсифікації
Стратегії скорочення	Стратегія ліквідації
	Стратегія "збору врожаю"
	Стратегія скорочення
	Стратегія скорочення витрат

Тобто пріоритетність підцілей, для досягнення даної мети, повинна варіюватися відповідно до наявний в конкретний момент часу метою підприємства. Так наприклад, якщо при прийнятті стратегії скорочення, підприємство ставить своєю метою мінімізацію витрат, то і підцілі служби будуть припускати мінімізацію витрат усіх видів ресурсів. Якщо ж стратегія підприємства зростання та швидкий вихід на ринок і отримання на ньому значної частки, то в числі підцілей ремонтної служби можуть бути: мінімізація простоїв з вини відмов обладнання, забезпечення максимальної потужності та продуктивності парку обладнання, але при цьому питання витрат не буде пріоритетним як для підприємства, так і для всіх його служб, та інш.

Висновки

Визначення цілей діяльності ремонтних служб, особливо в умовах реструктуризації підприємств, є запорукою для створення дійсної системи управління та підвищення ефективності діяльності як ремонтних служб, так і підприємств в цілому.

Список літератури: 1. Акбердин Р.З. Экономическая эффективность восстановления оборудования и резервы её повышения. - М.: Машиностроение, 1980.- 184с. 2. Колегаев Р.Н., Мельникова К.И., Кривоберец Б.И. Эффективность работы ремонтной службы предприятия и объединения. - К.: Техника, 1976. - 160с. 3. Семёнов В.В. Организационно-экономические проблемы повышения эффективности технического обслуживания и ремонта оборудования промышленных предприятий: Дис. докт. экон. наук: 05.02.22 / ИжГТУ. -Ижевск, 2006. – 363 с. 4. Ревенко Н.Ф., Семёнов В.В., Схиртладзе А.Г., Короткое И.А. Совершенствование системы управления техническим обслуживанием и ремонтом оборудования промышленных предприятий. - М.: Глобус, 2006. - 253с.

Подано до редакції 01.03.2011

СОДЕРЖАНИЕ

І.В. ФЕСЕНКО, М.В. ЛІТВИНЕНКО

Пошук шляхів зменшення витрат на ремонти обладнання на прикладі ват «Харківська тец-5» 3

Д.А. ГОРОВИЙ, К.О. ГОРОВА

Віртуальні економічні відносини та їх роль в сучасній економіці..... 7

Л.С. МАРТЮШЕВА

Принципи організації фінансової безпеки підприємства 11

В.М. КУЗНІЧЕНКО, В.І. ЛАПШИН, М.А. ШУМ

Формування бюджетних програм за допомогою аналітичної процедури структурування альтернативних проектів 18

І.А. ШЕЙКО, О.В. СТОРОЖЕНКО

Оцінка ефективності інноваційних проектів при фінансуванні за рахунок прибутку 25

Н.А. ОЛЬХОВСКАЯ

Особенности коммуникативной эффективности рекламы в туристическом бизнесе 31

Н.О. САЄНКО

Роль та значення брендингу в Україні..... 36

Д. В. ТИМОФЕЕВ, А.П. РИЛЬКОВ

Рангова оцінка структури в економічному дослідженні..... 39

В.М. КОБЄЛЄВ, К.С. ШЛЯХОВА

Мобільний маркетинг – новий інструментарій маркетолога..... 44

Т.Е. СТЕБАКОВА

Особенности рекламы в промышленном секторе 49

В.М. КОБЄЛЄВ, А.В. МЕГЛІЙ

Економічна оцінка бренду в контексті оцінки вартості бізнесу компанії 53

І.В. ПАЛАМАРЧУК, У.Л. СТОРОЖИЛОВА

Инвестиционные потребности транспортной инфраструктуры Украины..... 58

О.М. СИНІКОВА

Розробка механізму оцінки ефективності праці та мотивації персоналу до інноваційної діяльності підприємств залізничного транспорту..... 63

Т.О. ПОЖУЄВА

Виробничий ризик як складова сучасного підприємництва..... 68

І.Г. ІСАЄВА, М.В. ЛІТВИНЕНКО

Дослідження проблеми сучасних форм і систем підвищення кваліфікації робітничих кадрів..... 74

В.О. ФРИДИНСЬКИЙ, В.Г. ПЛОТНІКОВ, А.І. ДЕРЕВ'ЯНКО

Фінансова санація підприємства 79

А.В. ЛАРКА, Л.С. ЛАВРЕНТЬЄВА, І.О. САЛІХОВА

Господарські рішення щодо управління витратами на підприємствах машинобудування 83

А.Д. МАТРОСОВ

Технология влияния на окружающих 87

С.О. КОВАЛЕНКО

Економічне обґрунтування методів розподілу доходів бюджету від операцій з капіталом між ланками бюджетної системи..... 90

А.А. ТАЛАЛАЕВА, Т.А. ДЯЧЕНКО

Проблема эффективного инвестирования в Украине в контексте мирового опыта..... 94

С.Ю. ГОНЧАРОВА, Ю.В. ОСАДЧА

Визначення плинності кадрів як соціально-економічної категорії 100

А.В. СЕРИКОВ, О.И. ОЛЬХОВСКАЯ

Эффективность управления проектами: определение, измерение, синергизм..... 102

А.І. ЯКОВЛЄВ, О.О. ЛІТКЕВИЧ

Роль амортизації в процесі діяльності підприємств на сучасному етапі 116

В.М. КОБЄЛЄВ, Ю.А. ГАЛИЧ

Підходи до оцінки економічного потенціалу підприємства..... 119

С.П. МОСТОВИЙ, Е.П. ЧЕКАЛІНА, Н.Г. СІКСТІНА

Обґрунтування виробничої програми підприємства в ринкових умовах 122

Н.Н. ГУБАНОВА

Роль государства в минимизации транзакционных издержек в
информационной экономике 125

Л.С. ПОПАЗОВ, Н.А. ВДОВИНА

Экологические аспекты выработки электрической энергии 130

В.А. ФРЫДЫНСКИЙ, В.Ю. ВЕРЮТИНА, Т.Г. СТАТЕЙКО

Приобретение и смена оборудования, как источник финансирования
инвестиционной деятельности предприятия 136

В.А.САДОВСКИЙ, Ю.В. СОРОКОЛАТ, Г.В. СЕМЕНЧЕНКО

Оценка влияния решений менеджера здравоохранения на качество
медицинского обслуживания населения..... 140

Н.М. ВОЛОСНІКОВА, К.В. КОВАЛЬОВА

Дослідження категоріального апарату фінансової політики держави у
сучасній економічній теорії..... 147

**Л.О. КРЕМЕНЧУТСЬКА, А.С. ЄВТИФІЇВ, Н.М. ДЬЯКОВА,
Л.С. ПОПАЗОВ**

Методика визначення економічної ефективності капітальних вкладень, які
здійснюються за бюджетні кошти відповідно до комплексної програми
будівництва вітроенергетичних станцій (ВЕС) (методика бкв)..... 150

В.О. САМБОРСЬКИЙ

Сучасна світова фінансова криза і еволюція лібералізму..... 156

Д.Ю. КРАМСЬКОЙ

Формування стратегій інноваційного розвитку підприємства..... 161

В.М. КОБЄЛЄВ, І.Є. ГАРМАШ

PR в Україні: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку 172

П.Г.ПЕРЕРВА, И.Н. ПОГОРЕЛОВ

Использование систем массового обслуживания для обеспечения
бесперебойной работы оборудования на предприятиях..... 176

И. М. ПОСОХОВ, С.Н. ПОГОРЕЛОВ

Анализ и основные направления развития системы управления
внутренними рисками коммерческого банка ВТБ 24 181

Н.И. ПОГОРЕЛОВ

Использование нетрадиционных форм и систем оплаты труда на
современном этапе рыночных отношений 187

П.Г. ПЕРЕРВА, Т.О. КОБЄЛЄВА, Н.П. ТКАЧОВА

Ценовые характеристики конкурентоспособности при проведении
конъюнктурных исследований 191

О.В. ЛОКОТЕЦЬКА

Використання системного підходу при дослідженні економічної безпеки
підприємства 197

І.М. ПОГОРЄЛОВ, Л.В. ПОГОРЄЛОВА

Визначення цілей діяльності ремонтних служб в процесі реструктуризації.. 202

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ «ХП»**

Збірник наукових праць

**Тематичний випуск
«Технічний прогрес і
ефективність виробництва»**

Випуск 8

Наукові редактори проф. П.Г. Перерва, проф. М.І. Погорелов
Технічний редактор С.М. Погорелов

Відповідальний за випуск к.т.н. І.Б. Обухова

Підп. до друку 16.03.2011 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк.
Гарнітура Таймс. Ум.друк.арк. 10. Обл.-вид. арк. 10,1.
Наклад 300 прим. Зам. № 17. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ „ХП”.

Свідотство 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