

ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
«ХПІ»

04'2012

Харків

ВІСНИК НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»

Збірник наукових трудів

Тематичний випуск

04'2012**«ТЕХНІЧНИЙ ПРОГРЕС ТА ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИРОБНИЦТВА»**

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

Держвидання

Свідоцтво Деркомітета по інформаційній політиці України

КВ № 5256 от 2 липня 2001 року

КООРДИНАЦІЙНА РАДА:**Голова**

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

Секретар координаційної ради

К.А.Горбунов, канд. техн. наук

А.П. Марченко, д-р техн. наук, проф.
Є.І Сокіл, д-р техн. наук, проф.
Е.Е. Олександров, д-р техн. наук, проф.
М.Д. Годлевський, д-р техн. наук, проф.
А.І. Грабчєнко, д-р техн. наук, проф.
В.Г. Данько, д-р техн. наук, проф.
В.Д. Дмитрієнко, д-р техн. наук, проф.
І.Ф. Домнін, д-р техн. наук, проф.
В.В. Єпіфанов, канд. техн. наук, проф.
Ю.І. Зайцев, канд. техн. наук, проф.
П.А. Качанов, д-р техн. наук, проф.
В.Б. Клепиков, д-р техн. наук, проф.
С.І. Кондрашев, д-р техн. наук, проф.
В.М. Кошельник, д-р техн. наук, проф.
В.І. Кравченко, д-р техн. наук, проф.
Г.В. Лісачук, д-р техн. наук, проф.
В.С. Лупіков, д-р техн. наук, проф.
О.К. Морачковський, д-р техн. наук, проф.
В.І. Ніколаєнко, канд. іст. наук, проф.
В.А. Пуляєв, д-р техн. наук, проф.
В.Б. Самородов, д-р техн. наук, проф.
Г.М. Сучков, д-р техн. наук, проф.
Ю.В. Тимофєєв, д-р техн. наук, проф.
Н.А. Ткачук, д-р техн. наук, проф.

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:**Відповідальний редактор:**

П.Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.

М.І. Погорєлов, к-д. екон. наук, проф.

Відповідальний секретар:

О.О. Круглов

С.І. Архирєєв, д-р екон. наук, проф.
В.Я. Міщенко, д-р екон. наук, проф.
А.І. Яковлєв, д-р екон. наук, проф.
В.М. Тимофєєв, д-р екон. наук, проф.
В.Я. Заруба, д-р екон. наук, проф.
Л.М. Івін, д-р техн. наук, проф.
П.А. Орлов, д-р екон. наук, проф.
В.Г. Герасимчук, д-р екон. наук, проф.
О.Є. Кузьмин, д-р екон. наук, проф.
В.М. Гончаров, д-р екон. наук, проф.

АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ:

61002, Харків,
вул. Фрунзе, 21. НТУ "ХПІ".
Кафедра: «Організація виробництва і
управління персоналом»,
Тел. (057) 707-62-53
(057) 707-65-07

Вісник Національного технічного університету „Харківський політехнічний інститут”.
Збірник наукових праць. Тематичний випуск: Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ „ХПІ”. - 2012. - № 04 - 201 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 № 2 від 24.02.2012 р.**

О.В. БАЛАХОНОВА, к.э.н., ОНУ имени И. Мечникова, Одесса

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ДОЛГОВЫМИ ОБЯЗАТЕЛЬСТВАМИ РЕГИОНОВ

Розглянуто загальні підходи до оцінки ефективності керування борговими зобов'язаннями в регіоні.

Рассмотрены общие подходы к оценке эффективности управления долговыми обязательствами в регионе.

The general going is considered near the estimation of efficiency of management debt obligations in a region.

Ключевые слова: регион, долговое обязательство, ресурс, структура, планирование.

Введение

Государственный долг является составной частью финансово-экономической системы любого государства, оказывает как непосредственно, так и косвенно влияние на динамику макроэкономических показателей, формирование и использование бюджетов, социально – экономическое развитие.

Анализ литературы

Сдержанное отношение к появлению государственного долга первоначально было вызвано опасением использования заемных средств на произвольные цели. Так, Ф.Кенэ считал, что государственные кредиты умножают произвольный класс населения [5, с. 97]. В своих работах Д.Риккардо [7, с.217], Ж.П. Сисмонди [8, с.240], Д.С.Милль [6, с.261] говорили об отрицательном отношении к государственным займам и объясняли это не только непроизводительностью их использования, но и общим негативным отношением к экономическим функциям государства, стремлением сократить до минимума государственные расходы, поскольку бремя долга заключается не столько в ежегодной выплате процентов, сколько в растрате ресурсов. Д.С. Милль рассматривал государственный долг как основную причину кризисов, поскольку его использование в огромных масштабах ведет к повышению цен и, как следствие, к торговым кризисам. Он

также определил границу заимствований на внутреннем рынке. В украинской истории проблема государственного долга была поставлена еще в начале XVIII века и в дальнейшем не оставалась без внимания.

Таким образом, в экономической литературе до начала 90-х годов XX века теме государственного долга и бюджетного дефицита не придавалось существенного значения. Эти явления рассматривались как присуще только капиталистическим государствам. Считалось, что советская модель построения экономики навсегда избавлена от этих проблем.

Результаты исследований

С вступлением Украины на путь экономического развития и трансформации в рыночные отношения внесены существенные изменения в систему бюджетных правоотношений, которые периодически пересматриваются. В данном случае это касается бюджетных правоотношений в сфере осуществления государственных и муниципальных заимствований, регулирование государственного долга на уровне региона. Одним из этапов этих изменений стало введение в действие Бюджетного кодекса Украины, который наделил регионы правом самостоятельно осуществлять бюджетный процесс, включая бюджетные полномочия по привлечению государственных заимствований и управлению государственным долгом. Поэтому становится актуальным вопрос оценки эффективности механизмов управления задолженностью и результатов использования долговых обязательств в социально – экономическом развитии.

В связи с тем, что неконтролируемый и необоснованный рост государственного долга может вызвать негативные последствия для социально – экономического развития региона, поскольку в этом случае будет увеличиваться зависимость от кредиторов, как внутренних, так и внешних, нормами Бюджетного кодекса Украины установлены предельные объемы заимствований и государственного долга для регионов Украины, а также обязанность органов государственной власти обеспечивать сбалансированность бюджетов и эффективность использования бюджетных средств. Предельные долговые параметры должны основываться на реалистичности расчета доходов и расходов бюджета, а отсюда вытекает его экономически обоснованная долговая нагрузка.

Таким образом, указанными нормами определена самостоятельность и ответственность региона в принятии управленческих решений. Вместе с тем диапазон бюджетных ограничений является достаточно обширным, поскольку

допускает установление равенства предельного объема долга и объема собственных доходов бюджета. Это означает напряженность выполнения публичных нормативных обязательств, определенных законом о бюджете, а возможно, и вероятность их невыполнения без помощи из государственного бюджета. Тем более такие ограничения не могут застраховать регион от безусловного выполнения долговых обязательств в срок и в полном объеме независимо от финансовой устойчивости бюджета.

Анализ многих исследований проблем управления государственным долгом показывает, что сам государственный долг как экономическая категория может являться как инструментом, так и объектом управления. В качестве инструмента управления государственный долг, а точнее заемные средства, могут использоваться в целях финансирования инвестиций, производства в различных формах, включая и бюджетное кредитование. Однако Бюджетным кодексом Украины введены ограничения, согласно которым бюджетные кредиты юридическим лицам, в том числе иностранным юридическим лицам, могут предоставляться только за счет средств целевых иностранных кредитов (заимствований), а также в случае реструктуризации обязательств (задолженности) юридических лиц по ранее полученным бюджетным кредитам, что в определенной мере сдерживает государственную поддержку приоритетных отраслей экономики регионов. В то же время государственный долг является объектом управления в части определения верхнего предела, стоимостной, срочной и валютной структуры, механизма осуществления займов (обращения ценных бумаг), кредиторов, их погашения (рефинансирования) и обслуживания.

Во второй половине XX века в развитых странах мира активно шел поиск новых форм и методов управления долговыми обязательствами, обеспечивающих поддержание необходимого баланса между государством и гражданским обществом. Поэтому в современной мировой экономике сокращение бюджетных дефицитов и государственного долга расценивается органами управления США и Европейского Союза (ЕС) как одна из наиболее насущных задач. Согласно бюджетным критериям Договора о Европейском Союзе от 07.02.1992 г. (Маастрихтский договор), установленным для стран, желающих войти в еврозону, государственная задолженность должна составлять менее 60% от ВВП, дефицит государственного бюджета – менее 3% от ВВП. В случае превышения этих ограничений применяются штрафные санкции со стороны ЕС. По странам ЕС среднее отношение совокупного государственного долга к ВВП в 1998 году составляло 77%. В настоящее время критерии Маастрихтского договора фактически нарушены всеми ведущими странами ЕС, а

также региональными правительствами. Ситуация по объему долговых обязательств субъектов государственной администрации ФРГ приобрела драматическую форму. В конце 2005 года Федерация, входящие в ее состав субъекты и тмины имели долговые обязательства на сумму 1521,0 млрд.евро. Сальдо финансирования составляло 3,3%, а суммарный объем долга – 68% ВВП. Проблема долговых обязательств органов территориального самоуправления во Франции выглядит менее остро. Это обусловлено относительно скромными долговыми обязательствами, соблюдением правила бездефицитности бюджета, способностью погашения долговых обязательств за счет собственных доходов, что привело к укреплению финансовой позиции. Тенденции развития долговых обязательств государственных финансов Венгрии характеризуются значительным ростом. Можно обобщенно сказать, что этому росту способствует нарастание дефицита центрального бюджета и государственных фондов социального страхования. Дефицит приводит к увеличению затрат по процентным платежам по долговым обязательствам в связи с ростом потребности в заемных средствах, что сужает поле для управления бюджетом.

В ходе выполнения государством функции распределения ресурсов возникающие долговые отношения направлены на финансирование создания новых и улучшения существующих общественных благ. Использование долговых обязательств определяется потребностью с учетом местных условий, например, могут быть направлены на финансирование региональных инвестиций (на накопление). Использование долговых обязательств на текущие нужды в отличие от инвестиций приводит к накоплению задолженности, которая должна будет погашаться за счет будущих налоговых и неналоговых поступлений в бюджет без создания предпосылок к дальнейшему росту экономики. При этом в стабильно функционирующей экономике увеличение государственного долга компенсируется ростом валового внутреннего продукта. Поэтому возникает необходимость в организации системы оценки эффективности управления долговыми обязательствами, которая представляет несомненный научный и практический интерес для сферы контроля государственных финансов регионов Украины. Эта система должна быть комплексной, основываться на критериях и включать регулирование заимствований и применение различных схем, формирование организационных структур, развитие и поддержание рынка ценных бумаг, улучшение рейтинга заемщика, инвестиционное размещение заемных средств с учетом особенностей планирования, формирование долга. Другими словами, такой контроль за эффективным управлением государственным долгом позволит снизить влияние различного рода

рисков на безусловное выполнение обязательств, использовать заемные средства с достижением значимого результата, повысить финансовую устойчивость бюджетов Украины в долгосрочной перспективе.

В данной статье предлагается рассмотреть общие подходы, определяющие критерии оценки эффективности управления долговыми обязательствами (рис.1).

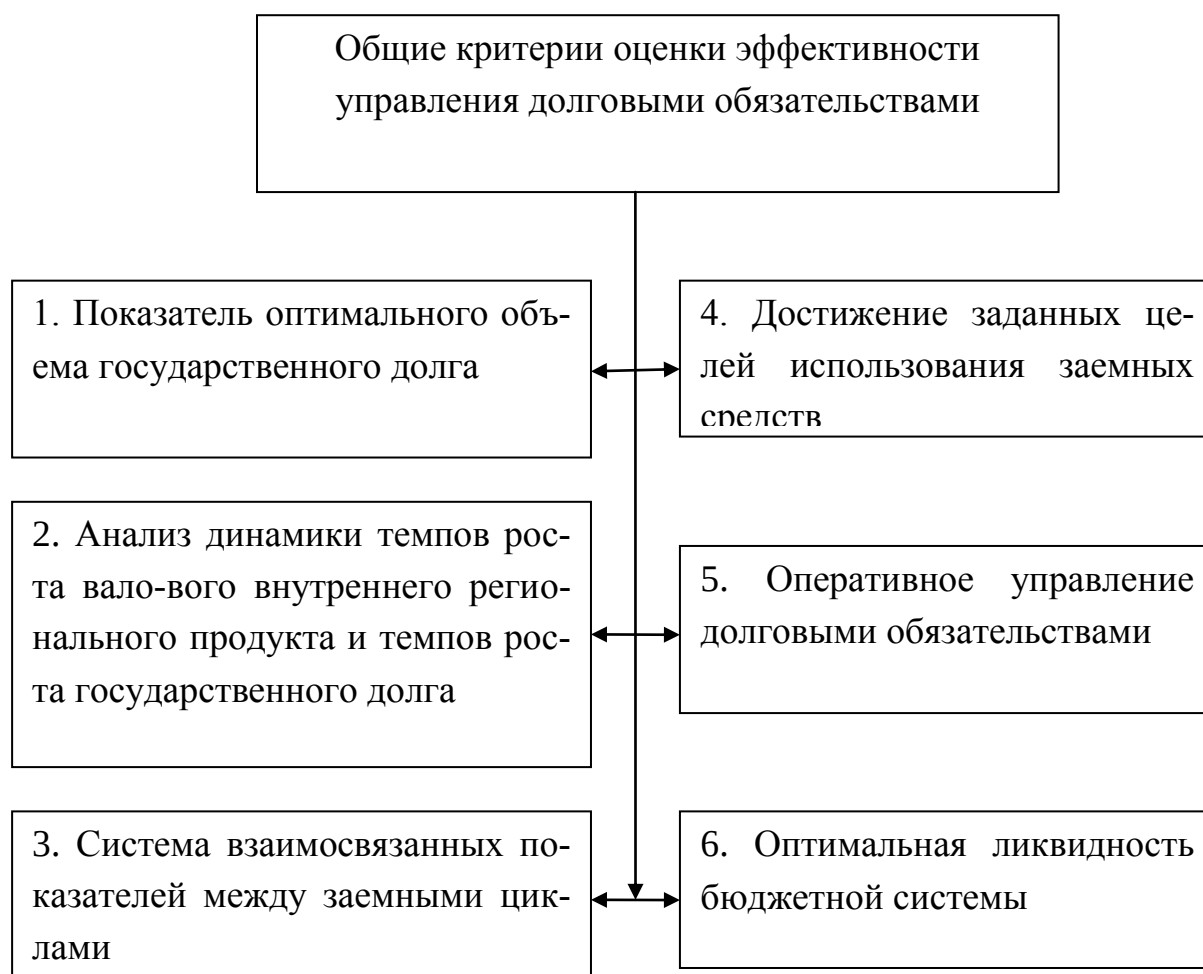


Рис. 1 - Критерии оценки эффективности управления долговыми обязательствами

Определение и обоснование показателя оптимального для экономики региона объема государственного долга, основанного на сопоставлении финансовых потоков прогнозируемых доходов бюджета и предстоящих выплат по погашению долга, являются основными критериями оценки. При этом безопасный уровень государственного долга должен планироваться на среднесрочную перспективу исходя из того, что объем погашения долга не должен превышать разность между доходами бюджета и рас-

ходами неинвестиционного характера (условно – текущие расходы) (рис.2).

В последние годы на региональном уровне происходит постоянное увеличение объемов заимствований, одновременно растут и расходы на погашение и обслуживание долговых обязательств. В то же время заемные средства направляются в основном на финансирование дефицитов бюджетов, возникающих кассовых разрывов в ходе его исполнения и удовлетворение текущих социальных потребностей, а не на решение проблем социально – экономического развития регионов, преодоление нарастающего износа существующей производственной и социальной инфраструктуры. Поэтому эффективность заимствований будет определяться такой проводимой региональными властями политикой, при которой привлекаемые заемные средства в бюджетную систему будут направляться на реализацию стратегических целей развития региона: строительство объектов инфраструктуры и социальной сферы, поддержание экономического потенциала.



Рис. 2 - Показатель оптимального объема государственного долга

При этом способность погашать и обслуживать долговые обязательства объективно определяется темпами экономического роста и финансовым

состоянием бюджета региона Украины. Критерием экономической обоснованности государственного долга региона в этом случае может быть сопоставление динамики темпов роста валового внутреннего продукта региона и темпов роста его государственного долга за определенный период времени. Так, если темп роста государственного долга увеличился и составил значительно большую величину, чем темп роста валового внутреннего продукта, это означает, что отдача от привлеченных в экономику заимствований была низкой, рост государственного долга – экономически необоснованным. Если с помощью заемных ресурсов обеспечивается устойчивый экономический рост региона, то и реальная долговая нагрузка, измеряемая относительно будущих доходов, будет снижаться.

В региональных органах власти зачастую еще не всегда есть осознание важности создания эффективного механизма управления долговыми обязательствами, разработки краткосрочной и долгосрочной стратегии привлечения и использования заемных средств, которые играют важную роль в обеспечении экономического роста. Поэтому критерием оценки влияния государственного долга на качество и уровень жизни будущих поколений является наличие у региональной власти понимания и соответствующей системы взаимосвязанных показателей между заемным и инвестиционным циклом: сроками и объемами привлечения (погашения) заемных средств в экономику региона и сроками и результатами реализации инвестиционных проектов (рис.3).

Критерием оценки управления государственным долгом и его структурой в ходе осуществления бюджетного процесса является принятие региональными властями системы мер, направленных на снижение различного рода рисков, возникающих в ходе осуществления операций с долговыми обязательствами.

К этим мерам можно отнести сглаживание пиковых нагрузок на бюджет в связи с необходимостью погашения и обслуживания долговых обязательств путем осуществления операций рефинансирования, то есть выкуп более дорогих кредитов и займов за счет привлечения более дешевых. В дальнейшем в целях исключения возможных пиков необходимо осуществлять планирование долговой нагрузки в увязке с объемами выбытия средств из бюджета в связи с погашением и обслуживанием действующих и планируемых долговых обязательств с прогнозируемыми поступлениями средств в виде собственных доходов бюджета в течении всего срока действия долговых обязательств.

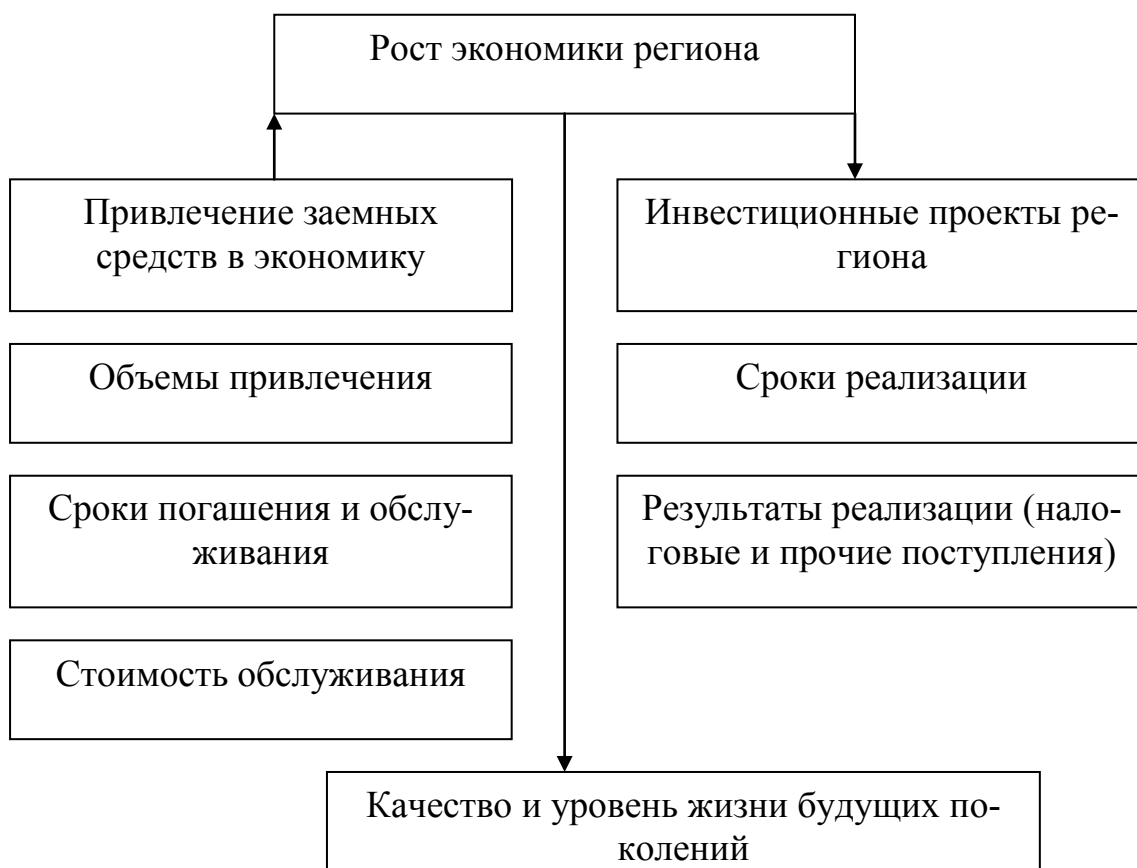


Рис. 3 - Рост экономики региона

Такой подход в краткосрочный и среднесрочной перспективе является экономически обоснованным. Достаточно сложно прогнозировать доходы бюджетов, если потребность в них определяется долгосрочным характером заемных средств (от 5 до 30 лет). При наличии в составе государственного долга региона обязательств в иностранной валюте возникают риски увеличения расходов бюджета на их погашение и обслуживание в связи с колебаниями валютных курсов. На практике в условиях недостаточной развитости финансовых рынков в регионах осуществление страхования таких потенциальных рисков через использование производных финансовых инструментов (заключение срочных форвардных и фьючерсных сделок, сделок типа «своп», опционов и др.) достаточно сложно. Кроме того, здесь возникают проблемы, связанные с невозможностью осуществления таких операций непосредственно органами власти региона в силу действующего законодательства о рынке ценных бумаг, отсутствием, как правило, в составе органов исполнительной власти специализированных органов, отвечающих за сопровождение долговых обязательств, нехваткой соответствующих специалистов. Поэтому потребуются принятия других адекватных

мер для минимизации рисков необеспечения финансами обязательных платежей по погашению и обслуживанию долговых обязательств, например таких, как накопление соответствующего объема средств на бюджетном счете к моменту осуществления платежей или осуществления операций рефинансирования долговых обязательств или их досрочное погашение с учетом имеющихся финансовых возможностей бюджета за счет дополнительных доходов. Вот почему здесь важно осуществлять такое планирование заимствований, которое бы не приводило к резким колебаниям объемов финансовых потребностей погашения долговых обязательств (рис.4).

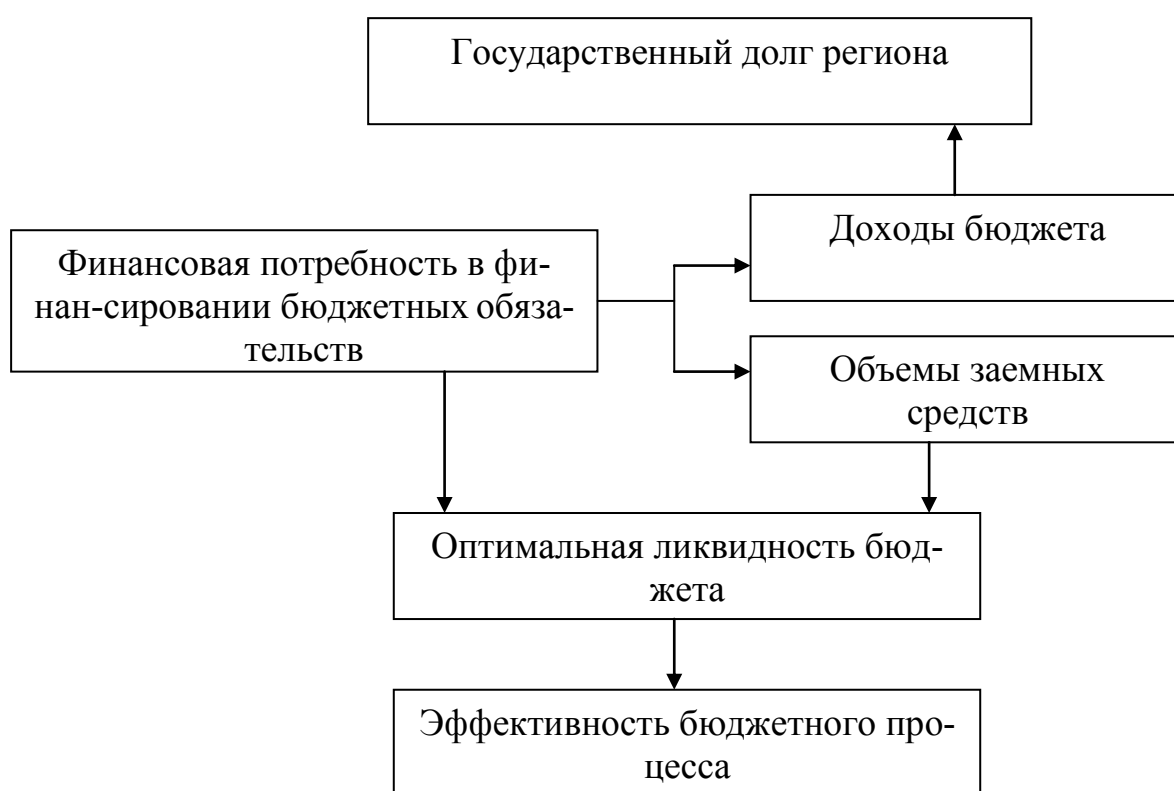


Рис. 4 - Государственный долг

Другим критерием оценки эффективного управления структурой долговых обязательств в ходе осуществления бюджетного процесса является их диверсификация, когда в совокупном объеме государственного долга в оптимальных пропорциях присутствуют привлеченные кредиты, выпущенные ценные бумаги, предоставленные гарантии, что повышает гибкость и уровень управляемости государственным долгом.

При этом необходимо обращать внимание на удлинение сроков погашения долга, а значит, его удешевление для бюджета. Например, одновременно с увеличением сроков обращения и объемов эмиссии облигаций

процентные ставки по выплате доходов владельцам облигаций постепенно снижаются, то есть соответственно происходит некоторое снижение расходов бюджета на обслуживание государственного долга.

Кроме того, преобладание в структуре долга ценных бумаг в форме облигаций дает определенные преимущества, поскольку эта форма привлечения заемных средств имеет более широкие преимущества, поскольку эта форма привлечения заемных средств имеет более широкие возможности управления долговыми обязательствами по сравнению с кредитами, например:

- это применение переменных процентных ставок, которые снижаются одновременно с сокращением срока обращения облигаций;

- выплата владельцам облигаций фиксированного дохода в различные периоды их обращения;

- эмиссия облигаций с условием амортизации долга, то есть погашение номинальной стоимости облигаций не единовременно, а частями в течение всего периода обращения, что исключает пиковые долговые платежи;

- обмен низколиквидных краткосрочных выпусков облигаций на более востребованные рынком среднесрочные и долгосрочные выпуски.

Также к преимуществам облигаций можно отнести тот факт, что в случае поддержания высокого спроса и ликвидности облигаций, возможно их размещение по цене, превышающей номинальную стоимость, при этом образовавшаяся разница уменьшает расходы бюджетов на их обслуживание.

Учитывая, что управление государственным долгом является неотъемлемой частью бюджетного процесса, необходимо анализировать объемы привлечения заемных средств в региональный бюджет в зависимости от финансовой потребности в финансировании действующих бюджетных обязательств (блок – схема №4). Речь идет о таком критерии, как управление долговыми обязательствами через регулирование ликвидностью счетов бюджета. В случае исполнения бюджета в течении года с профицитом первоначально запланированный объем заемных средств естественно должен корректироваться в сторону снижения. Если этого не делать и подстраиваться к складывающейся конъюнктуре финансовых рынков независимо от фактического обеспечения текущих расходов и остатков средств на счетах бюджета, в бюджетной системе будут образовываться и накапливаться значительные объемы ликвидной денежной массы. Это приведет

к неэффективному использованию накопленных бюджетных средств, поскольку они будут находиться на счетах и оставаться невостребованными. В лучшем случае часть средств может быть размещена на депозитные счета в банках с целью получения доходов, что позволяет бюджетное законодательство. Тем самым отрицательный эффект от «замораживания» бюджетных средств будет несколько смягчен. Однако здесь нужно заметить, что процентные ставки по заемным средствам, как правило, выше процентных ставок по депозитным вкладам. Также эта ситуация приведет к неэффективному, но вынужденному расходованию средств, направляемых на обслуживание этих избыточно привлеченных долговых обязательств.

Вывод

Для обеспечения оптимальной ликвидности бюджета необходимо осуществлять управление долговыми обязательствами путем корректировки сроков и объемов поступивших доходов и финансовой потребности в финансировании расходов бюджета рассматривать возможность сокращения объема заимствований. Однако если все-таки складывается подобная ситуация со значительным избытком ликвидности бюджета и невозможностью увеличения темпов расходования накопленных средств, то в этом случае необходимо рассматривать несколько вариантов их использования. Один из апробированных на уровне и достаточно результативных – досрочное погашение долга, при этом снижается долговая нагрузка на бюджет и появляются перспективные возможности привлечения новых заимствований в будущем.

Список литературы: 1. Конституція України. - К.: Інвестгазета, 2006. - №5. 2. Бюджетний кодекс України // Інвест – газета, 2007. - №42. 3. Закон України «Про Державний бюджет України на 2010 рік» // Інвест – газета, 2010. - №19. 4. *Запоточний І.В., Захарченко В.І.* Державне регулювання регіональної економіки /І.В.Запоточний, В.І.Захарченко. – Харків: Одиссей, 2003. 5. *Кенэ Ф.* Избранные экономические произведения /Ф.Кенэ. – М.: Соцэкгаз, 1960. 6. *Милль Д.С.* Основы политической экономии /Д.С.Милль. – М.: Прогресс, 1980. – Т.2 7. *Риккардо Д.* Статьи и речи о денежном обращении /Д.Риккардо. – Соц.Т.2 – М.: Госполитиздат, 1995. *Сисмонди Ж.П.* Новые начала политической экономии в его отношении к народонаселению /Ж.П.Сисмонди. – В 2т. – М.: Гос. соц.-эконом. изд., 1937. – Т.1.

Надійшло до редколегії 02.12.2011

В.А.САДОВСЬКИЙ, к.е.н., проф. НТУ «ХП», Харків

Ю.В. СОРОКОЛАТ, к.м.н., директор Департаменту охорони здоров'я,
Харків

Г.В.СЕМЕНЧЕНКО, к.е.н., доц. НТУ «ХП», Харків

КОМПОНЕНТИ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я МІСТА ХАРКОВА

У статті розглядаються компоненти обґрунтування розробки та реалізації стратегії розвитку економіки галузі охорони здоров'я.

В статье рассматриваются компоненты обоснования разработки и реализации стратегии развития экономики области здравоохранения.

In article are considered components of the motivations of the development and realization to strategies of the developments of the economy to branches guard health

Ключові слова: Стратегія розвитку, економіка галузі охорони здоров'я, концепція сталого розвитку.

Вступ. Розробка та реалізація проекту сталого розвитку економіки галузі охорони здоров'я має бути у руслі «Концепції державної регіональної політики» та Постанови Кабінету Міністрів України від 21.07.2006р. № 1001 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року»[1].

Згідно з рекомендацією ООН усі країни світу та їх регіони при визначенні своєї стратегії, повинні ґрунтуватися на концепції сталого розвитку. Концепція такого розвитку базується на положенні, що якість життя людей і стан суспільства в часі знаходиться під впливом сукупності соціальної, економічної й екологічної сфер[2].

Важливими компонентами оцінки сталого економічного розвитку регіону є фінансові та інноваційні складові, а соціального розвитку – стан здоров'я та доходи населення. Ці компоненти можуть бути оцінені за допомогою відповідних показників, які наведені у таблиці 1.

Як свідчать показники, наведені у таблиці 1, демографічна ситуація регіону має негативну тенденцію, але вагомий промисловий потенціал міста Харкова на теренах Харківської області та рівень середньомісячної заробітної плати працюючих у порівнянні із показниками України дає можливість передбачати можливість сталого розвитку.

Таблиця 1 - Показники розвитку міста Харкова

Показник	Од. виміру	Кількість		
		Україна	Харківська область	м. Харків
Чисельність наявного населення на 01.01.2010р.	Тис. осіб	45962,9	2769,1	1452,3
Кількість народжених за 2009 рік	Осіб на 1000 жителів	10,8	9,8	9,2
Кількість померлих за 2009 рік	Осіб на 1000 жителів	15,2	15,3	12,2
Природний приріст (+), скорочення (-) за 2009 рік	Осіб на 1000 жителів	-4,4	-5,5	-3,0
Середньомісячна заробітна плата працюючих	Грн.	1 906,0	1 804,0	1 893,0
Роздрібний товарообіг підприємств	Млн. грн.	230955,3	15976,1	13586,1

Галузь охорони здоров'я міста функціонує у реальних фінансових та соціальних умовах регіону і номінальні показники її діяльності відповідають загальним економічним тенденціям.

Таблиця 2 - Показники розвитку галузі охорони здоров'я міста Харкова

Показник	Од. виміру	2002 рік	2010 рік	Динаміка, %
Видатки на охорону здоров'я	Млн. грн..	112,5	687,9	611,5
Питома вага видатків на первинну медичну допомогу	%	20,9	30,8	147,4
Питома вага видатків на вторинну медичну допомогу	%	75,6	65,7	86,9
Кількість закладів охорони здоров'я	Од.	61	68	111,5
Кількість лікарських відвідувань	Тис. від.	13 680 808	16 266 900	118,9
Кількість пролікованих хворих в денних стаціонарах та стаціонарах на дому	Осіб	110 507	155 000	140,3
Кількість штатних посад	Шт. од.	25 514	23 688	92,8
Середньомісячна заробітна плата працюючих	Грн.	177	1 311	741,0

Проаналізувавши показники, що наведені у таблиці 2, видно, що потреба у медичних послугах населенню не знижується (кількість звернень у поліклініки та стаціонари має тенденцію до зросту). Однак зріст номінальних обсягів видатків на охорону здоров'я та середньомісячної заробітної

плати працівників із урахуванням інфляційних процесів та стагнації економіки України в цілому не є показниками сталого економічного розвитку галузі. Суттєво погіршує економічний стан галузі охорони здоров'я міста Харкова відставання України від провідних країн світу за рівнем доходів населення, залежності економіки від подорожчання паливно-енергетичних ресурсів, уповільнення науково-технічного прогресу, низький рівень конкурентоспроможності економіки тощо [3, 4].

У проекті програми економічних реформ в Україні на 2010-2014 рр. визначені проблеми, які підлягають вирішенню в першу чергу. До першочергових проблем, на які необхідно звернути увагу віднесені: низька якість медичних послуг, високий перерозподіл ВВП через бюджет і позабюджетні фонди, високий дефіцит сектора державних фінансів, висока енергоємність економіки, уповільнення науково-технічного прогресу і т.і.

Проблеми, що пов'язані із станом економіки галузі охорони здоров'я також потребують уваги на державному рівні.

Постановка задачі.

З метою виявлення пріоритетних напрямків розвитку економіки сфери охорони здоров'я є необхідність визначитися із векторами стратегії, які можливі у цій галузі.

Враховуючи вищенаведені дані виявляється, що для подолання негативних явищ в економіці галузі охорони здоров'я необхідно розробити та впровадити низку заходів, які приведуть до прогнозованого та сталого розвитку, а саме:

1. Впровадити фінансове забезпечення адресної медичної допомоги замість утримання мережі закладів охорони здоров'я;
2. Ввести договірні відносини між усіма суб'єктами галузі;
3. Розширити використання механізму державно-приватного партнерства;
4. Розробити та впровадити єдину інформаційну базу даних галузі;
5. Розробити електронні перспективні плани інноваційних заходів, методик та технологій;
6. Залучити достатньо високий науковий та кваліфікаційний потенціал міста для вирішення проблем галузі.

Таблиця 3 - Пріоритетність проблем сталого економічного розвитку галузі охорони здоров'я міста Харкова

Вектор стратегії розвитку	Проблема
1-а черга	
Інновації	Низька частка структур охорони здоров'я, що впроваджують інновації
	Низький рівень впровадження інноваційних методик та технологій в економіці, інформатиці та організації праці
Виробнича	Високий ступінь зносу медичного обладнання, санітарного транспорту, будівель та споруд
Фінанси	Високі обсяги трансфертів з Державного бюджету
2-а черга	
Фінанси	Низький рівень фінансового забезпечення гарантованого державою обсягу та рівня медичної допомоги
	Розподіл фінансових ресурсів між первинним та вторинним рівнем надання медичної допомоги не відповідає наробкам економічно розвинутих держав
Виробнича	Відсутність мотиваційних посилів у працівників галузі щодо підвищення якості медичної допомоги
	Низька конкурентоспроможність та платіжеспроможність медичних закладів
Інноваційна	Недостатня кількість спеціалістів серед керівників галузі, які спроможні запропонувати та впровадити інноваційні проекти
3-а черга	
Інноваційна	Низький рівень винахідників інновацій серед працівників галузі усіх рівнів
Фінансова	Високий рівень інфляції
	Недостатній рівень інвестицій
	Низький рівень реальної заробітної плати медичних працівників у порівнянні з іншими секторами економіки України
Виробнича	Низький обсяг страхових форм забезпечення економіки галузі
	Низький рівень розробок малобюджетних проектів забезпечення галузі трудовими, фінансовими, матеріальними, енергетичними та інформаційними ресурсами
	Недостатній рівень впровадження ресурсо- та енергозберігаючих технологій

Висновки: З метою розробки стратегії сталого розвитку економіки галузі охорони здоров'я вкрай необхідно переглянути діючу законодавчу базу України, яка регламентує організацію охорону здоров'я населення з питань:

1. Перерозподіл фінансових потоків Державного бюджету на охорону здоров'я між трансфертами центру та регіональними програмами;

2. Структурно-організаційне та фінансово-економічне розмежування первинного та вторинного рівнів надання медичної допомоги;
3. Перерозподіл обсягів фінансового забезпечення між первинним, вторинним та третинним рівнями надання медичної допомоги населенню з метою перенесення пріоритетів на первинну медичну допомогу на договірних засадах;
4. Диференціація закладів охорони здоров'я з урахуванням інтенсивності надання медичної допомоги;
5. Запровадження системи індикаторів якості медичних послуг;
6. Розширення права керівників закладів охорони здоров'я щодо можливостей укладання договорів на обсяги медичної допомоги;
7. Підвищення мотивації населення щодо збереження здоров'я.

Список літератури: 1. Постанова Кабінету Міністрів України від 21.07.2006р. № 1001 «Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року». 2. Стратегія сталого розвитку Харківської області до 2020 року, затверджена рішенням обласної ради від 23.12.2010р. (III сесія VI скликання). 3. Закон України «Про державний бюджет України на 2011 рік». 4. Закон України «Про державний бюджет України на 2010 рік».

Надійшло до редколегії 02.12.2011

УДК 331

А.Н. ГУЦАН, асистент, НТУ «ХПИ», Харків

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В МАТЕРИАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ ПЕРСОНАЛА

У роботі розглядається й узагальнюються теоретичні знання про використання бальних методик матеріальної мотивації. На основі аналізу й узагальнення пропонується вдосконалена схема впровадження системи матеріальної мотивації на підставі системи балів.

В работе рассматривается и обобщаются теоретические знания о использовании бальных методик материальной мотивации. На основе анализа и обобщения предлагается усовершенствованная схема внедрения системы материальной мотивации на основании системы баллов.

In work theoretical knowledge of use of ball techniques of material motivation is considered and generalized. On the basis of the analysis and generalization the advanced scheme of introduction of system of material motivation on the basis of system of points is offered.

Ключевые слова: оценка, персонал, баллы, усовершенствование, оплата труда.

Введение

Материальное стимулирование персонала, на современном предприятии, является одной из ключевых и наиболее динамично развивающихся механизмов материальной мотивации. Практическое использование существующего многообразия современных методик мотивации персонала подразумевает их глубокое теоретическое изучение.

Постановка задачи

Существенное многообразие современных механизмов материальной мотивации персонала, необходимость их систематизации, в современном информационном пространстве, и обусловило написание данной статьи. Целью написания статьи является обобщение, описание, а так же уточнение теоретических знаний об оплате труда на основе системы баллов.

Методология

Теоретическую и методологическую основу проводимого исследования составили различные труды учёных и авторов занимавшихся разработкой данной проблемы. Теоретической базой для проведения исследования и анализа являются научные издания, учебники, учебные пособия, а также ресурсы сети Internet. В рамках статьи использовались методы анализа, систематизации и обобщения.

Результаты исследования

Ключевой проблемой большинства современных промышленных предприятий является достаточно низкая производительность и эффективность труда. Одним из ключевых факторов влияющих на высокую производительность труда является мотивация труда.

Исследованием вопросов, связанных с материальной мотивацией, организацией заработной платы, занималось немало отечественных научных работников: Д. Богиня, И. Бондарь, О. Гришнова, Т. Кирьян, А. Колот, Г. Куликов, В. Онищенко, В. Сладкевич и др.

Общепринято выделять такие методы мотивации как [1]: 1) экономические и 2) неэкономические.

Наиболее динамически развивающимися, на сегодняшний момент, являются экономические методы мотивации. Среди таких методов ведущую роль занимают балльные методики материальной мотивации.

Рассмотрим обобщённо сущность таких методик. Большинство балльных методик основаны на оценке выделенных качеств и степени их проявления у определённого сотрудника. Сущностную основу оценки персонала возможно представить в совокупности таких составных элементов: 1) со-

держание оценки (ее надо вести по основному содержанию деятельности; по тем аспектам, которые прямо связаны с трудом, его результатами); 2) методы оценки (необходимо учитывать методы выявления показателей содержания оценки, методы измерения величины того или иного показателя); 3) процедура оценки. Именно на основании учёта этих характеристик будет создана наиболее эффективная система оценки персонала.

Наиболее распространённым в рамках балльной оценки персонала является комплексная оценка персонала на основе применения балльной системы. Главная суть которой является количественное выражение с помощью баллов наиболее существенные характеристики как самого работника, так и работы, которую он выполняет. Наиболее детально данные методики оценки персонала рассмотрены у Кибанова А. Я. [2, с.256], а так же у Колота А. М. [3, с.304].

Согласно [2] комплексная оценка персонала будет рассчитываться на основании формулы 1:

$$K_{o.п} = K_{п} \times D_{п} + C_{ф} \times P_{р}, \quad (1)$$

Согласно [3] комплексная оценка персонала будет рассчитываться на основании формулы 2:

$$K_{o.п} = 0,5 \times K_{п} \times D_{п} + C_{ф} \times P_{р}, \quad (2)$$

где: $K_{п}$ - профессионально-квалификационный уровень; $D_{п}$ - деловые качества; $C_{ф}$ - сложность работы, функций; $P_{р}$ - конкретно достигнутый результат.

Как видно из формулы 1, 2 мнения авторов к расчетам практически идентичны. К базовой формуле Колот А. М. предлагает использовать коэффициент 0,5. Данный коэффициент определен эмпирически и вводится, по мнению автора, в формулу для усиления значимости оценки сложности и результатов труда.

Данные проведённой балльной оценки являются ключевой и неотъемлемой частью балльных систем оплаты труда, являясь, по сути, основой для начисления заработной платы сотрудника.

При применении балльных систем материальной мотивации целесообразно заработную плату работника рассчитывать исходя из формул 3 и 4:

$$ЗП_{\text{инд}} = Bб \times Nб, \quad (3)$$

где, $Bб$ - стоимость одного балла; $Nб$ - количество баллов набранных сотрудником в ходе проведения оценки.

Поделив сумму средств на суммарное количество баллов, получают стоимость одного балла:

$$Bб = \sum Д / \sum Б, \quad (4)$$

где: $\sum Д$ - средства, которые предприятие направляет на стимулирование труда в рамках подразделения за период, $\sum Б$ - суммарное количество баллов в рамках подразделения за период.

Применение бальных методик материальной мотивации подразумевает определённый механизм внедрения и реализации. На основании анализа [1, 2, 3, 4, 5] автором предлагается обобщенная схема внедрения комплексной системы материальной мотивации на основании системы баллов (рис.), которая основные этапы:

- 1) принятие концептуального решения о внедрении бальной системы материальной мотивации;
- 2) назначение (выделение) экспертной группы для проектирования и адаптации разработанной бальной методики. Наиболее целесообразно, по мнению автора, наиболее опытных сотрудников в состав экспертной группы либо воспользоваться услугами консалтинговых агентств;
- 3) разработка и уточнение аспектов и показателей оценки сотрудников для конкретного предприятия, которые будут являться базой для начисления итоговой заработной платы;
- 4) разработанную комплексную систему бальной оплаты труда предлагается автором дополнить:
 - а) этапом апробации разработанной бальной системы материальной мотивации;
 - б) этапом мониторинга эффективности бальной системы мотивации.

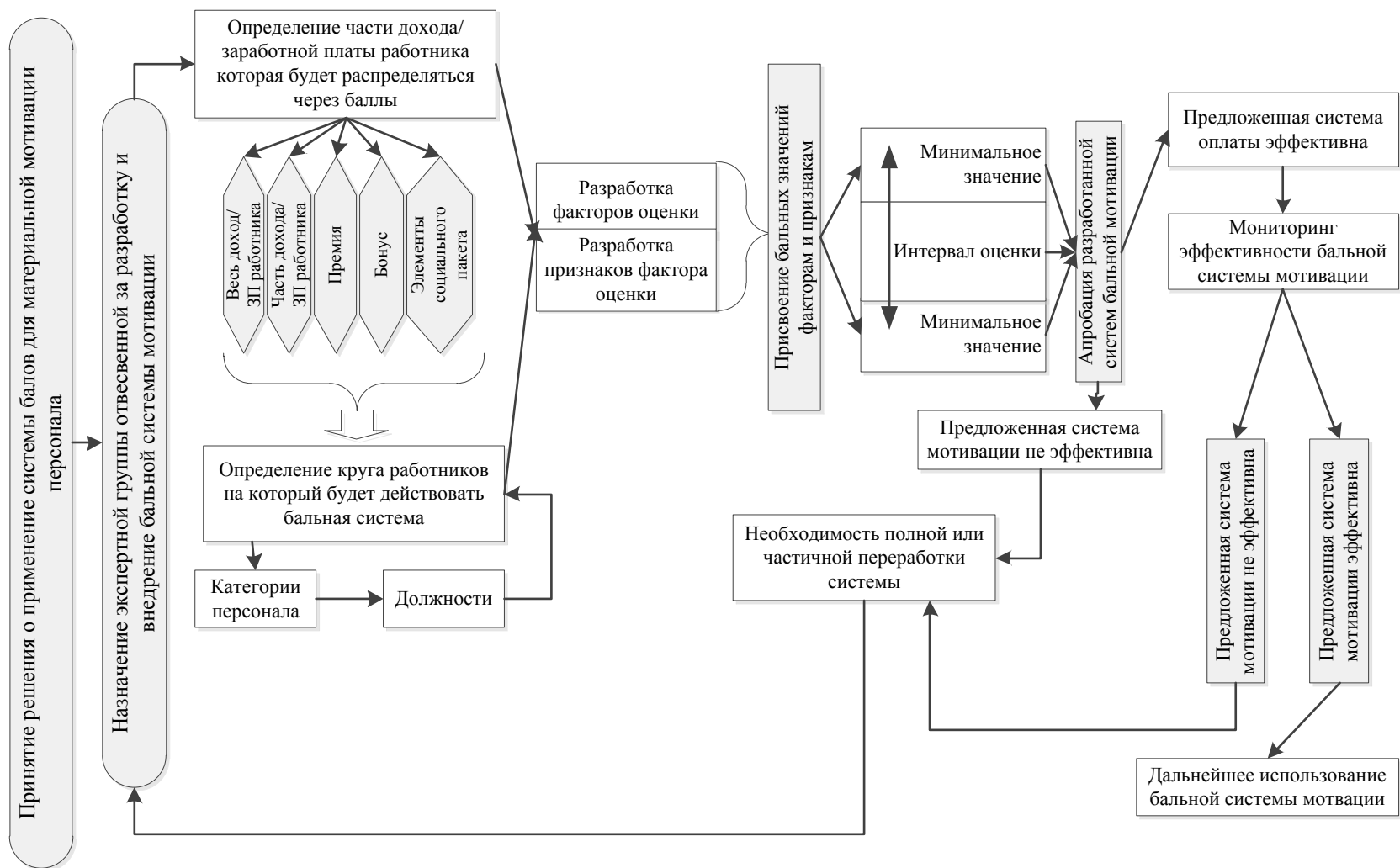


Рис. – Обобщенная схема внедрения системы материальной мотивации на основании системы баллов

Использование этапа апробации разработанной системы материальной мотивации позволит минимизировать затраты, которые возникнут в случае неудачного внедрения такой системы стимулирования.

Включение в общую схему внедрения системы материальной мотивации на основании системы баллов этапа мониторинга эффективности предложенной системы мотивации обуславливается периодичной изменчивостью внутренних мотивов работников предприятия и соответствующей корректировкой материальных стимулов со стороны предприятия.

Вывод

В статье получило дальнейшее развитие систематизация теоретических знаний о материальных методах мотивации. На основе систематизации теоретических знаний предлагается обобщенная схема внедрения системы материальной мотивации на основании системы баллов. Получили дальнейшее развитие механизмы использования методик оценки персонала в методиках оплаты труда сотрудников.

Список литературы: 1. Сладкевич В. П. Мотивационный менеджмент: Курс лекций – К.: МАУП, 2001г. – 168 стр., 2. Управление персоналом: Учебно-практическое пособие для студентов экономических вузов и факультетов; под ред. А.Я. Кибанова и Л. В. Ивановской. - М.: "Издательство ПРИОР", 1999. - 352 с., 3. Колот А. М. Мотивація персоналу: Підручник. – Вид. 2-ге, без змін, - К.: КНЕУ, 2006. – 340 с. 4. Бабынина Л.С. Системы оплаты труда: Компенсационный пакет персонала – назначение, состав, оптимизация [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.imicor.ru/index.php?option=com_content&task=view&id=115&Itemid=271, 5. Е.В. Болотова, Е.Б. Свиркова. Оплата труда: технология и критерии оценки. [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.kadrovik.ru/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=296>

Надійшло до редколегії 06.12.2011

УДК 364. 138

І.В. ПИВАВАР, ст. викл. кафедри політичної економії ХНЕУ, Харків
І.Ф. ЛІСНА, к.е.н., доцент кафедри політичної економії ХНЕУ, Харків

ПРОБЛЕМИ ПОДОЛАННЯ БІДНОСТІ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

В статті розглянуто основні аспекти щодо проблем бідності населення України. На базі проведеного аналізу запропоновано основні шляхи подолання бідності, а також покращення якості життя населення в сучасних умовах.

В статье рассмотрены основные аспекты относительно проблем бедности населения Украины. На базе проведенный анализ предложен основные пути преодоления бедности, а также улучшение качества жизни населения в современных условиях.

In the article the basic aspects of problems of poverty of the population of Ukraine are considered. On the basis of the lead analysis the basic ways of overcoming of poverty, as well as improvement of quality of a life to modern conditions are offered.

Ключові слова. Бідність, якість життя, рівень життя, прожитковий мінімум, диференціація доходів, межа бідності, соціальне страхування.

Вступ. Боротьба з бідністю залишається головним завданням соціальної політики України. Особливо в умовах кризи ця проблема стає гострішою. Низький рівень доходів, а також їх диференціація, підвищення рівня інфляції, безробіття за останні роки призвели до необхідності реформування державної політики. Бідність – це актуальна проблема людства. Під нею розуміються соціальні відносини, що характеризуються відсутністю необхідних матеріальних засобів для того, щоб вести „нормальне” (відповідно до норм прийнятих суспільством) життя, наприклад, неможливість прогодувати свою родину, дати освіту дітям чи забезпечити сім'ю якісним медичним обслуговуванням. Дослідження з питань бідності проводилися видатними вченими економістами і соціологами, як зарубіжними (Ч. Буузом, Б. С. Роунтрі), так і вітчизняними (П. Мазурком, С. Григор'овичем, Архангельским Ю.Б, Крептул А.В, Кириченком І.М.). [1-3]. Зараз, за умов деструктивних змін в економіці, проблеми подолання бідності отримують ключове значення, бо необхідно переосмислити шляхи подолання цього негативного явища в умовах кризової економіки України, і саме це визначає актуальність цього питання.

Постановка задачі. Завданням наступного дослідження є аналіз природи бідності та її показників, визначення проблем щодо подолання бідності в Україні і пропонування шляхів їх розв'язання.

Методологія. При аналізі проблем подолання бідності населення використані методи наукової абстракції, історичного та логічного, аналізу та синтезу, системний метод.

Результати дослідження. Матеріальне становище членів суспільства різнилося завжди упродовж суспільно-історичного розвитку людства. Так, молоді люди мають більше можливостей щодо підвищення свого добробуту, аніж люди похилого віку, сім'ї з дітьми витрачають більше, ніж бездітні, а фізично повноцінні люди можуть заробити більше, ніж інваліди; в економічно розвинених регіонах населення має більше можливостей для

створення доходу, ніж у депресивних. Безпосередньо бідність є результатом відмінностей щодо матеріального становища індивідів і сімей, а тому завжди існувала й існує в усіх суспільствах, навіть у найрозвиненіших.

Бідність не лише поділяє суспільство, а й є стимулом для того, щоб людина прагнула і досягала кращої долі. Проте в сучасних умовах бідність часто стає на перешкоді стабільності суспільства і його подальшого розвитку. Навіть в економічно розвинених країнах бідність стає загрозою, коли вона перетворюється на застійну, тобто спостерігається довготривалий стан бідності індивідів, сімей, де бідним є не одне покоління. Люди, які тривалий час перебувають у стані бідності, соціально деградують, перетворюються на люмпенів, злочинців, які становлять загрозу для добропорядних громадян. Тому боротьба з бідністю нині є складовою соціальної політики в усіх цивілізованих суспільствах.

Проблема бідності турбувала людей протягом віків. Економічною теорією встановлені різноманітні причини бідності - від неефективних схем соціального захисту до загальної несправедливості економічної і соціальної системи.

Різного роду реформи соціального страхування, втручання держави в регулювання ринку праці, значні зміни форм економічної організації були направлені на зниження гостроти проблеми бідності.

Водночас саме поняття бідності вимагає додаткового аналізу. Бідність – поняття відносне. Критерії бідності і багатства різні в різних країнах. Те, що для одних є злиденністю, за інших умов може розцінюватись як заможність. До того ж варто розрізняти бідність глобальну (всієї нації) і бідність мікроекономічну (окремих груп населення, сімей) .

Уникнути бідності взагалі неможливо, як неможливо її подолати. Але це явище має бути контрольованим і регульованим, бо соціальною проблемою бідність стає тоді, коли виходить з-під державного контролю, набуває форм застійної і хронічної. Особливо загрозливу форму бідність набуває, коли вона стає не тільки „інтрагенераційною” (тобто індивід стає бідним внаслідок соціальних катаклізмів чи власних промахів упродовж свого трудового життя), а й „інтергенераційною”. Неприпустимо, щоб бідність успадковувалась і держава не надавала шансів дітям з бідних родин розірвати це замкнене коло.

Перш ніж розглядати заходи щодо полегшення становища бідних і боротьби з цим загрозливим явищем, слід вивчити питання щодо визначення бідності та методів виміру й кількісної оцінки цього явища. Сучасна

наука визначає бідність як неможливість через нестачу коштів підтримувати спосіб життя, притаманний конкретному суспільству в конкретний період часу. Ідеться про те, що внаслідок матеріальних нестатків бідні верстви населення не можуть харчуватися відповідно до місцевих стандартів, не можуть оплачувати житло та комунальні послуги виходячи зі своїх потреб, не можуть лікуватися та відпочивати, забезпечуючи відновлення втраченого через хворобу або перенавантаження здоров'я, нарешті, не можуть забезпечити оплату освіти собі та своїм дітям. Отже, маючи економічне походження, бідність є набагато ширшим явищем, що стосується різноманітних аспектів життя населення.

Дещо інше визначення бідності — неможливість підтримувати мінімальний рівень споживання, що визначається на основі фізіологічних, соціальних і культурно зумовлених нормативів. Відмінність у цих визначеннях, по суті, полягає в тому, що, по-перше, бідними вважаються всі, хто живе нижче за певний фактичний середній стандарт суспільства, а, по-друге, лише ті, хто живе нижче за визначений суспільством мінімальний рівень.

Інструментом для визначення поширеності бідності та ступеня зубожіння населення є межа бідності. Люди вважаються бідними, якщо їхні доходи або споживання нижчі за певний рівень, що його визначають як межу бідності. Теоретично згідно з трактуванням бідності є два основних способи визначення межі бідності — нормативний та відносний (статистичний).

Нормативний спосіб, за визначенням, передбачає орієнтацію на певний соціальний норматив. Для визначення межі бідності ним є прожитковий мінімум (іноді його називають мінімальним споживчим бюджетом або мінімальним споживчим кошиком). До його складу входять вартість споживання продуктів харчування, непродовольчих товарів і платних послуг, достатніх для підтримання особою, сім'єю всіх соціальних зв'язків, притаманних цьому соціальному прошарку. Зрозуміло, що прожитковий мінімум — це динамічна соціально-економічна категорія, що змінюється разом із суспільним розвитком і не лише під впливом зростання цін та інфляції. Його рівень залежить від комплексу споживчих благ (споживчого кошика), що визначається суспільством за певних соціально-економічних умов як мінімум матеріальної забезпеченості й розраховується в цінах реальних купівель. Природно, що споживчий кошик буде неоднаковий для людей, які різняться віком, станом здоров'я, сімейним станом, місцем проживання тощо. Питання оцінки прожиткового мінімуму є предметом постійної ува-

ги всіх країн. Так, у Люксембурзі працює спеціальна робоча група експертів, які вдосконалюють методологію розрахунків і визначення межі бідності. Аналогічну роботу виконує Бюро цензів США. Люди, чий середньодушовий сімейний дохід нижчий за прожитковий мінімум, вважаються бідними.

Спосіб визначення межі бідності за відносним критерієм набагато простіший. Згідно з ним вважається, що бідними є особи, чий дохід не перевищує певного відсотка від середньодушового доходу у країні. Крім зазначених критеріїв визначення межі бідності є кілька інших критеріїв віднесення населення до бідних, які так само застосовуються в дослідженні бідності та розробці конкретних заходів щодо допомоги бідним і запобігання цьому явищу. Зокрема, це структурно-витратний, ресурсний, системний та суб'єктивний критерії.

За структурно-витратним критерієм бідними визнаються сім'ї, де витрати на найбільш життєво важливі товари та послуги перевищують певний відсоток щодо сукупних витрат. Зокрема, такими витратами можуть бути витрати на харчування. За західними стандартами, якщо витрати на харчування становлять 60 % сукупних витрат або більше, така сім'я вважається бідною. Іншими життєво важливими є витрати на утримання житла. В Україні цей критерій застосовується на практиці при призначенні житлових субсидій.

Ресурсні критерії ґрунтуються на економічних можливостях держави забезпечити своїм громадянам гарантії певного мінімуму засобів існування. Якщо спостерігається значна розбіжність між нормативно обґрунтованим прожитковим мінімумом і економічними можливостями держави його забезпечити, ресурсний критерій може зовсім не враховувати засоби існування, потрібні для підтримання соціальних зв'язків людини, і забезпечуватиме лише фізичне її виживання.

За системним критерієм стан бідності визначається як за доходами на душу населення, так і за показниками функціонування соціальної сфери: охорони здоров'я (середня тривалість життя, рівень дитячої смертності); освіти (охоплення дітей і молоді освітою різного рівня, середній рівень освіченості). До цього критерію можуть входити також показники забезпеченості житлом та його якості, стан ринку праці тощо. Із змісту системного критерію стає очевидним, що він не може стосуватись окремо взятої особи або сім'ї, а має поширюватися на великі за чисельністю сукупності — населення області, країни. Прикладом системного критерію є індекс людсь-

кого розвитку, що обчислюється на підставі обсягу виробленого валового внутрішнього продукту на душу населення, середньої тривалості життя та рівня освіти населення. Отже, на підставі системного критерію терміном "бідні" можуть позначатися певні географічні ареали, регіони, країни.

Суб'єктивні критерії відбивають уявлення населення про власний стан. Результати оцінки стану бідності за суб'єктивними критеріями мають важливе значення для прогнозування соціальної напруженості в суспільстві, результатів виборів тощо.

На сьогоднішній день використовуються два відмінних означення: абсолютна та відносна бідність. Абсолютна бідність визначається шляхом порівняння загального доходу індивідуума чи сім'ї із загальною вартістю деякого „кошика” товарів та послуг що складають базові потреби у суспільстві. Люди чиї доходи менші від базових потреб перелічених у кошику живуть у абсолютній бідності [4].

Визначаючи відносну бідність, порівнюють загальний дохід особи чи сім'ї та структуру витрат у суспільстві в цілому. Люди із нижчим рівнем доходу що витрачають більшу частку своїх доходів на кошик товарів та послуг порівняльно із деякими пороговими значеннями встановленими на підставі середнього в суспільстві розміру цієї частки вважаються відносно бідними.

Спільним параметром у обох означеннях є те що дохід та відповідно рівень споживання даної особи/сім'ї є недостатніми для задоволення деяких мінімальних потреб. Конкретне визначення порогових значень як для абсолютної так і для відносної бідності залежить від країни де воно застосовується. Наприклад в США, бідність для родини (не фермерської) із більше ніж трьох чоловік визначається як рівень доходів нижчий ніж потроєна вартість найдешевшого із чотирьох продуктових планів визначених Департаментом Сільського господарства.

Найуживанішими статистичними характеристиками бідності є її рівень і глибина. Рівень бідності (Р) - це питома вага сімей (домогосподарств, окремих осіб), чий рівень споживання (доходів) нижчий за визначену межу бідності. Показник рівня бідності відбиває поширеність бідності, але не дає інформації про ступінь зубожіння певних груп населення. Адже вони можуть або жити у злиднях, або, навпаки, їхні доходи наближатимуться до межі бідності. [1].

Для визначення розбіжності між доходами бідних і межею бідності застосовують такий показник, як глибина бідності.

Сьогодні бідні верстви населення у західних країнах живуть незрівнянно краще від бідних вікторіанських часів. Соціальний склад бідних верств населення змінювався із часом, наприклад у Великобританії у 70-х та 80-х роках ХХ століття це були пенсіонери та самотні батьки, а в 80-х це були головним чином багатодітні сім'ї.

Використання одного параметру (дохід) в означенні часто приводить до парадоксальних ситуацій, наприклад коли пенсіонери що володіють повністю виплаченою нерухомістю (наприклад будинком, виплати за який сім'я робила 20 років, чи земельними ділянками) попадають в категорію бідних.

Сьогодні вартість промислових продуктів є дуже низькою, завдяки чому стало можливим для бідних придбати такі товари як телевізор, комп'ютер чи мобільний телефон, натомість вартість послуг є високою. Тому на сьогодні соціологи розглядають ряд альтернативних означень для бідності, найпоширенішим є: нездатність придбати чи мати доступ до базового кошику послуг.

Бідність, що є невіддільною супутницею будь-якого, навіть розвиненого суспільства, останніми десятиріччями суттєво змінилась. У країнах Заходу зростаючі проблеми бідності дедалі більше привертають увагу урядів і політиків, тому що раніше вважалося, що економічне зростання, загальне охоплення соціальним страхуванням, повна зайнятість самі по собі ліквідують підґрунтя цього соціального явища. Проте вже на початку 70-х років у більшості розвинених країн світу рівень безробіття істотно підвищився, а через деякий час ці країни зіткнулись з проблемою застійного, довготривалого безробіття.

Отже, якщо раніше переважною причиною бідності вважалася нездатність до роботи (хвороба або похилий вік), то тепер новими бідними є особи, які здатні до роботи, але не мають її, причому тривалий час. Бідність "не обирає віку", вона охоплює як молодих, так і літніх. Порівняно з 60-ми роками серед бідних набагато менше людей похилого віку. До цієї ситуації призвів розвиток державних програм соціального страхування, зокрема пенсійного забезпечення. Водночас серед бідних опиняються сім'ї з дітьми.

Залежно від рівня безробіття і розвитку соціальних програм "обличчя" бідності в різних країнах є різним. Наприклад, серед молоді найбільше бідних у Канаді, Данії, Німеччині, Іспанії, Швеції, Великобританії та США. Для інших розвинених західних країн така ситуація не характерна. Часто бідними стають неповні сім'ї в Канаді та США, Великобританії та Ірландії, тоді як у скандинавських країнах такі сім'ї рідко потрапляють до категорії бідних. В Австрії, Ізраїлі, Великобританії та США літні люди становлять третину або навіть більше бідних. І навпаки, у країнах з відносно невисоким рівнем бідності, таких

як Швеція, Норвегія Швейцарія, літніх людей з-поміж бідних лише кілька відсотків.

Щодо варіації рівня бідності у країнах Заходу, то Євростат застосовує межу бідності в розмірі 50 % середньодушового доходу домогосподарства. Згідно з цим показником серед країн – членів Європейського Союзу Бельгія, Данія, Німеччина та Нідерланди мають найнижчий рівень бідності (менше 5 %). Греція, Іспанія, Франція, Ірландія та Італія мають дещо вищий рівень бідності, хоча він значно нижчий порівняно із США.

У США у 90-ті роки рівень бідності оцінювався як 14 % загальної чисельності населення, зокрема серед афроамериканців він дорівнював 32,7 %, а серед іспаномовних — 28,7 %. [4].

За умов високого рівня безробіття, економічних і фінансових обмежень уряди не мають ефективної стратегії запобігання бідності.

Страхування на випадок безробіття не розв'язує проблеми в разі довготривалого, застійного безробіття. Соціальна допомога полегшує становище бідних, проте не запобігає випадкам бідності.

Уряди запроваджують у свої національні законодавства концепцію гарантованого мінімального доходу. Наприклад, Бельгія, Данія, Франція, Ірландія, Люксембург, Нідерланди, Великобританія мають законодавчо гарантований мінімум доходу на національному рівні. Коли бідність не є виключно проблемою низького рівня доходу, а супроводжується такими чинниками, як поганий стан здоров'я, житлових умов, освіти й професійної підготовки, фінансова допомога бідним має передбачати надання відповідних соціальних послуг.

За традиційними уявленнями, бідність не можна подолати лише шляхом підтримки нужденних. Потрібні комплексні підходи, орієнтовані як на бідні, так і на відносно забезпечені верстви населення.

Необхідною передумовою подолання бідності є створення працездатним верствам населення умов для самостійного розв'язання проблем підвищення власного добробуту, що можливо лише в разі забезпечення продуктивної зайнятості, збалансування попиту і пропозиції на ринку праці, запобігання безробіттю. Дані завдання можуть бути реалізовані в декілька етапів.

На першому етапі передбачається зупинення скорочення зайнятості в усіх сферах економічної діяльності та стабілізація тривалості пошуку роботи.

Другий етап характеризуватиметься поступовим зниженням безробіття з одночасним збільшенням обсягів зайнятості.

Метою третього етапу визначено зростання сукупного попиту на робочу силу та забезпечення кількісної і якісної збалансованості робочих місць та робочої сили.

Державна політика зайнятості населення повинна здійснюватися шляхом реалізації державної та регіональних програм зайнятості за такими основними напрямками: збереження наявних та створення нових високопродуктивних робочих місць; формування професійно-кваліфікаційного складу робочої сили відповідно до потреб ринку праці; забезпечення активної участі у міжнародному розподілі праці; створення умов для розвитку самозайнятості населення та підприємницької ініціативи, поширення вторинної зайнятості працездатного населення; створення правової основи соціально-трудових відносин на селі, що виникають внаслідок розпаювання та передачі землі у приватну власність; підтримка регіонів, у яких склалася критична ситуація на ринку праці, шляхом створення механізму сприяння розвитку колишніх депресивних територій; сприяння працевлаштуванню неконкурентоздатних на ринку праці верств населення (осіб з обмеженими фізичними можливостями, молоді, жінок, осіб, які звільняються з місць позбавлення волі або примусового лікування) і створення надійного економічного механізму забезпечення їх зайнятості; забезпечення роботою працездатних осіб із сімей з дітьми; розвиток громадських робіт, що оплачуються за рахунок бюджетів [3].

Висновки. Таким чином бідність є багатовимірним явищем, яке включає не лише нестачу доходів, але й погане здоров'я, поганий доступ до основних соціальних послуг та неможливість участі у процесах, які безпосередньо впливають на життя людей та показники людського розвитку. Політика подолання бідності повинна здійснюватись в напрямі створення економіко-правових умов для подолання бідності (серед працюючих в першу чергу), підвищення економічної активності населення та зменшення його розшарування за рівнем доходів.

Список літератури: 1. *Архангельский Ю.Б.* Бідність, податки та економічне зростання // Економіка України. – 2006. – №5 – с.63-71. 2. *Крептул А.В.* Система допомоги лицам и семьям с низкими доходами в Канаде // Проблемы теории и практики управления. — 2000. — № 1.- С.15-18. 3. *Кириченко І.М.* „Відносна бідність: точка замерзання?“// Дзеркало тижня. -2008.- № 22.-С.25-31. 4. *Кизим Н.А.* Качество жизни населения и конкурентоспособность Украины и стран ЕС/ Н.А. Кизим, В.М. Горбатов.-Х.:ИД ИНЖЭК, 2005.-164с.

Надійшло до редколегії 06.12.2011

Я.В. РОМАШОВА, викл., ХНЕУ, Харків

МІГРАЦІЙНА ПОЛІТИКА НА ШЛЯХУ ДО СТВОРЕННЯ ЕЛЕМЕНТІВ СВОЄЇ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ СИСТЕМИ

В статті розглядаються актуальні питання міграційної проблематики, обґрунтовані завдання міграційної політики. Представлені моделі ключових заходів формування міграційної політики та ключових характеристик мігранта, що впливають на економіку і соціальний стан країн.

В статье рассматриваются актуальные вопросы миграционной проблематики, обоснованные задания миграционной политики. Представленные модели ключевых мероприятий формирования миграционной политики и ключевых характеристик мигранта, которые влияют на экономику и социальное положение стран.

The article deals with current issues of migration issues, informed of the problem of migration policies. The presented models are the key events of migration and the formation of the key characteristics of migrants, affecting the economy and social situation of the country.

Ключові слова: міграційні процеси, міграційна політика, характеристики мігранта, управління міграційними процесами

Вступ. Міграційні процеси в світовому просторі створюють мозаїчні картини постійних змін в системі розміщення народонаселення по території Землі. Україна в цьому процесі займає своє «почесне» місце в групі країн-лідерів, що активують міграцію. Але якщо в розвинутих країнах інституційне забезпечення і механізми регулювання міграційних процесів більш-менш налагоджені, то в Україні на даний час ситуація в цьому питанні дійсно гостро проблематична.

По-перше, Україна продовжує втрачати свій трудовий і інтелектуальний потенціал: за різними оцінками – це 3-5 млн. «заробітчан», переселенців, висококваліфікованих спеціалістів, молодих шукачів «кращого життя».

По-друге, через Україну проходять декілька каналів транзитної міграції з перевагою її нелегальних форм. За даними СБУ, транзитом через Україну щорічно проходить до 60 тис. нелегальних мігрантів.

По-третє, на нашій території концентруються нові угруповання іноземних громадян значної «національної потужності». Наприклад, тільки китайське угруповання з центром в Одесі та в'єтнамське з центром в Харкові, вже налічують по 200 тис. осіб [3]. При цьому, слід відмітити, що законо-

давчі основи та умови їх життя та діяльності на українській території далеко ще неврегульовані.

По-четверте, організація соціальної і трудової адаптації іммігрантів в Україні належним чином не здійснюється, а це призводить до зростання соціальної напруги і конфліктних ситуацій.

Постановка проблеми. Ряд проблемних питань міграційної теми і Україні можна продовжувати, як мінімум, в межах можливостей двозначних чисел. Та проблема не стільки в кількості різних негараздів, скільки в якості цілісної системи регулювання міграції, а вона вкрай недосконала, що й закономірно підтверджується дослідженнями міграційних процесів. Згідно проекту взаємодії між Польщею та Україною «Координація міграційної політики України: уроки Польщі» [5, С.16] дається наступна характеристика української міграційної моделі: «з часу здобуття незалежності міграційна політика йшла за подіями, реагувала на них, а не була результатом детального вивчення ситуації та пошуку оптимальних методів досягнення цілей».

Зараз правова та інституційна база міграційної політики знаходиться в стані розвитку. Є більше двох десятків законодавчих актів – «Про імміграцію», «Про біженців», «Про правовий статус іноземців і осіб без громадянства», «Про державну прикордонну службу», «Про свободу пересування і свободу вибору місця проживання в Україні» та інші. Але реальна ситуація ні від наявності законів, ні від їх виконання практично не змінюється на краще, тому що практика застосування існуючих законодавчих та інституційних механізмів є безсистемною, неконтрольованою і неврегульованою на міжвідомчому рівні. Не треба забувати і про те, що в сфері трудової міграції наших співвітчизників, за рубежом вони залишаються практично без державної підтримки своєї країни.

Можна вказувати і на інші недоліки. Наприклад, довго була відсутня Міграційна Концепція (лише в 2011 році розроблена і введена в дію), внаслідок чого державному апарату бракує управлінського досвіду в цій сфері. Та реальні причини значно глибші, і полягають вони в тому, що в країні не створено інституту міграційного забезпечення і він не може працювати в режимі сучасних управлінських, гуманітарних, правових, економічних та соціально-культурних вимог.

Звичайно, створити такий інститут на науково-обґрунтованому рівні і в короткий час неможливо, тим більш, що закони і нормативні акти в ньому займають значно меншу долю, ніж «жива» практика регулювання. Тому

в нашому дослідженні мова йде про окремі елементи нової інституційної системи. Серед них ми виділяємо: науково-аналітичну і проектну підготовчу роботу; проблему підвищення міграційної мобільності вітчизняної молоді і спеціалістів, формування умов і інститутів зменшення нелегальної і транзитної міграції; створення ефективних методів регулювання трудової міграції; формування сучасної моделі розвитку України в умовах посилення міграційної активності свого населення та іноземного контингенту.

Методологія. З позицій науково-аналітичного підходу до міграційної політики, міграція є об'єктивним процесом у сучасному світі. Вона неодмінно має свої позитиви, негативи, протиріччя та безліч проблемних питань. Як наукова проблема, міграція привертає до себе значне коло професійних дослідників, серед яких на Україні можна відзначити О. Гайдучького, Л. Крупку, Е. Лібанову, О. Пуригіна, Н. Тиндика, В. Чумака, М. Шульгу, І. Кураса. В Росії – Л. Рибаківського, А. Хомру, Б. Хорева, Т. Заславську, О. Воробйова, Ж. Зайончковську, Ю. Козирєва, В. Іонцева, Е. Щербакова.

У міграційній проблематиці в науковому плані доцільно виділити ближній і дальній горизонти.

В ближньому горизонті актуальні питання:

- розбудови міграційної інституціональної основи (системи законів, норм і правил);
- аналітичного дослідження причин і динаміки міграції;
- умов та наслідків соціально-демографічних змін;
- економічної ефективності (або втрат) ресурсів, що пов'язані з міграцією;
- рушійної сили міграційної активності;
- негативів нелегальної міграції.

Проблеми дальнього горизонту сконцентровані в питаннях:

- міграційної концепції і стратегії;
- гармонізації суспільства;
- нової економіки і формуванні інноваційного потенціалу;
- гнучких форм регулювання і саморозвитку;
- стійкого розвитку країни в рамках національної ідеї;
- міжнародних відносинах;
- забезпечення соціально-економічної безпеки України.

Сьогодні проблеми дальнього горизонту в науковому середовищі освітлюються недостатньо, і це є стратегічним прорахунком. Як підкрес-

лює М.М. Біль [1, С. 49], включившись в дослідження міграції треба мати на увазі, що «мова йде про гармонізацію усієї системи соціального управління, яка має бути ефективною з огляду перспектив розбудови громадського суспільства, переходу до економіки знань, зростання ролі інтелектуально-трудоного потенціалу...».

В науковому плані є також важливим і практично не представленим в дослідженнях напрямок комунікаційної ролі міграційних процесів. На відміну від віртуальної комунікації в Інтернеті, людські взаємозв'язки, реальне проникнення культур, інтеграційні і адаптивні відносини, рефлексія, зміна поведінки, фактор взаємовпливу між мігрантами та корінним населенням є важливою проблемою для дослідження в рамках теоретичних напрацювань рефлексивного управління, конвергенції, комунікаційних систем та інших напрямків наукового пошуку, де зв'язки і впливи формують нерівновагу, непередбачені зміни, складні трансформації і, в цілому, нестійку еволюційну динаміку. Дослідження поставлених проблем не є прямим завданням інституційної розбудови, але без таких знань інститути будуть недосконалими і вразливими. А термін «інституційна вразливість» примусить науковців і політиків звернути на нього увагу про себе набагато раніше, ніж ми про це думаємо.

Результати дослідження. В науковий розгляд міграційних проблем входить і обґрунтування головних завдань міграційної політики, а ці завдання відповідають соціально-економічній стратегії розвитку держави, міжнародним договорам і правовим нормам, глобальним демографічним тенденціям. На наш погляд, достатньо обґрунтованим поглядом на завдання міграційної політики є спроба зробити її:

- більш гуманною;
- впорядкованою і регульованою;
- селективною;
- соціально і економічно ефективною;
- відповідною нормам міжнародного права.

Для цього потрібно сформулювати і відповідну модель розбудови такої політики, авторський варіант якої представлено на рис. 1.

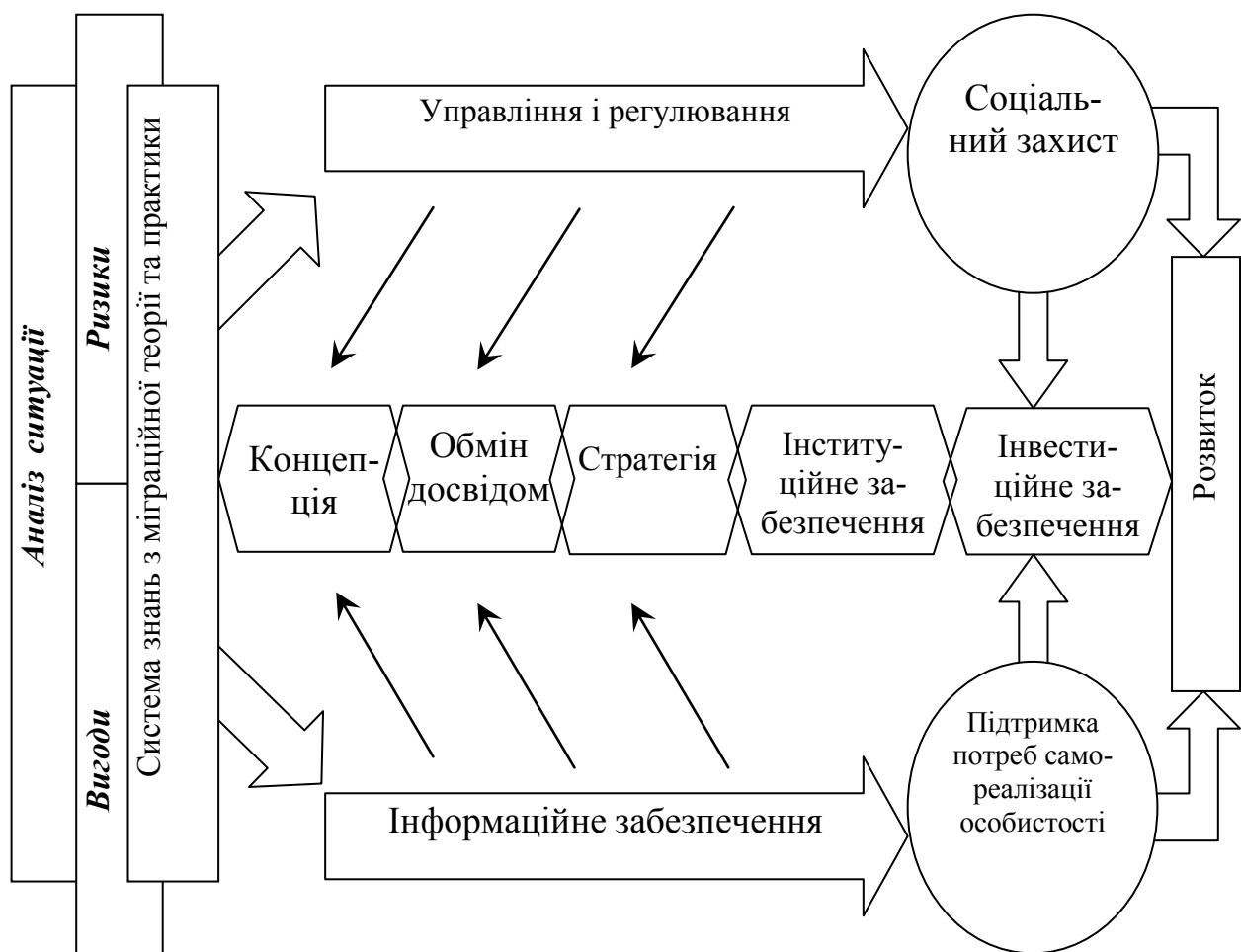


Рис. 1 – Модель ключових заходів формування міграційної політики

З наведеної моделі слідує, що концепція і стратегія є науковою основою міграційної політики. Її ціллю є розвиток нації в широкому розумінні самих понять «розвиток» і «нація» – останнє треба розуміти скоріш в політичному змісті, ніж в національному. А заходами забезпечення міграційної політики треба вважати накопичення знань і досвіду, створення соціального інституту міграційного управління і регулювання, розробки і впровадження механізмів саморозвитку, соціального захисту і самореалізації людини, окремих груп та суспільства.

Оскільки міграція нас цікавить зараз не як загальне природне явище, а як суспільна проблема, то необхідно, в першу чергу, більш системно підійти до первісного елемента цього процесу – до окремої людини [2, С. 6].

Кожен з нас в тій чи іншій мірі – потенційний мігрант, який має свої індивідуальні характеристики: як особистість, як складова частина людського капіталу, як соціальний матеріал, як фактор розвитку і саморозвитку, як учасник споживчого ринку, як елемент іншої ментальності і культури,

як активний елемент екологічного середовища, як «атомарна» частинка соціального інформаційного поля (рис. 2).



Рис. 2 – Модель ключових характеристик мігранта, що впливають на економіку і соціальний стан країн

Всі ці характеристики мають кількісні і якісні відмінності та формують загальну систему інтересів, потреб, ресурсних можливостей і конкурентних умов суспільного і державного значення. Таким чином, мігрант переносить питому вагу своїх характеристик на територію свого місцезнаходження і впливає на показники економічного, соціального і політичного стану країни або регіону. А це означає, що міграційним процесом необхідно керувати в постійному режимі і на основах обґрунтованих концептуальних установок і норм. І це є здоровою традицією, тому що в соціальних, економіко-соціальних, господарських, ділових структурах наука завжди приділяє велику увагу аналізу, розбудові та функціонуванню управлінських систем.

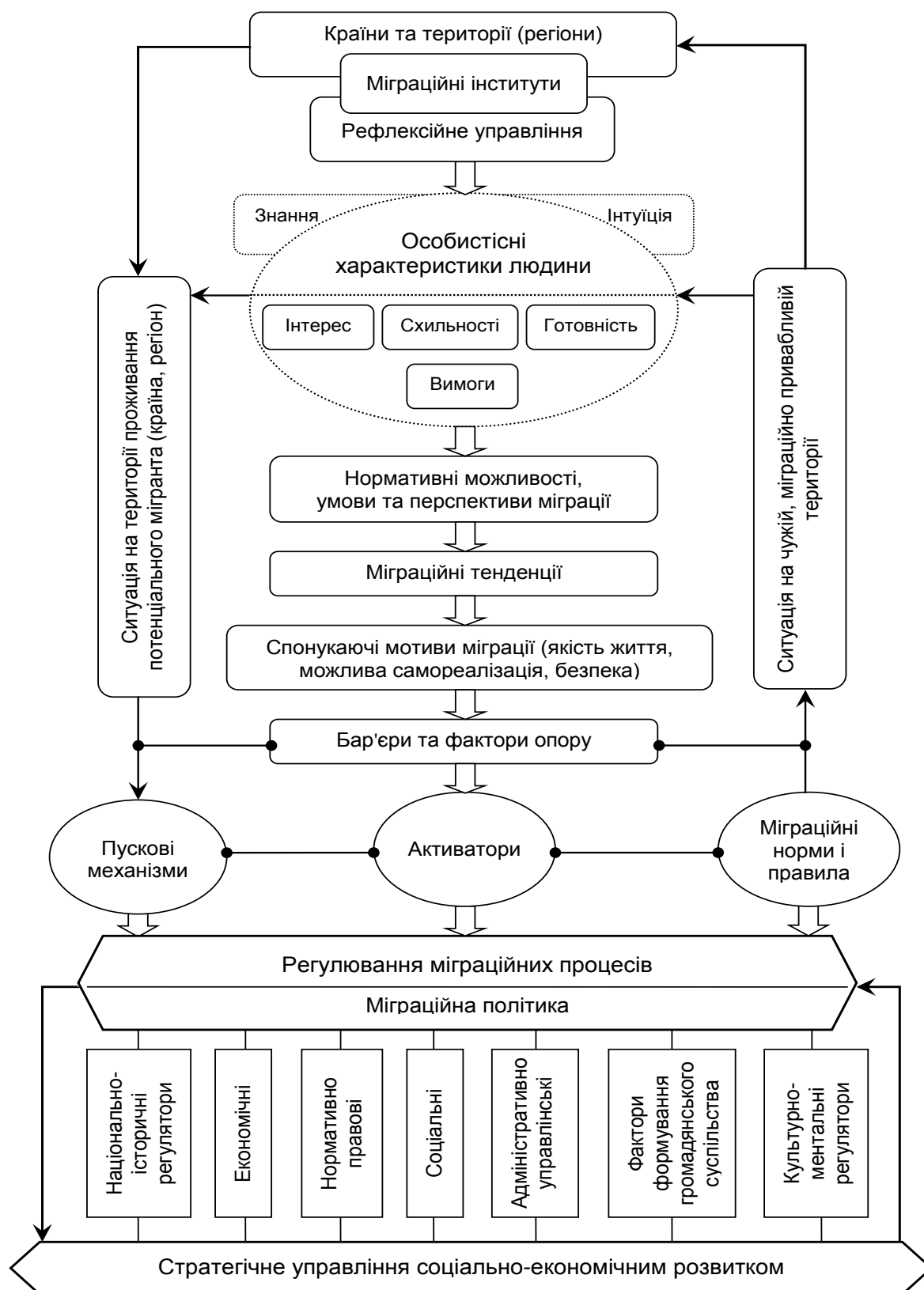


Рис. 3 – Управління міграційними процесами

На рис. 3 показано структурологічну модель управління міграційними процесами. Згідно запропонованої моделі, в управлінні взаємодіють два різних принципи: перший – опора на знання і досвід (все це узагальнено в

науковому підході) і другий – мистецтво рефлексії (інтуїція, імпровізація, психологія, настрої, емоції). В представленій моделі виділені декілька принципових позицій міграційної політики, а саме:

- аналітика міграційних умов і процесів,
- характеристика мігрантів і причин міграції,
- активатори та бар'єри міграційного процесу,
- система регуляторних заходів впливу на міграцію.

Особливу увагу в управлінні міграційними процесами рекомендується приділяти таким складовим, як міграційні інститути (їх організаційна сторона), норми і правила, пускові механізми, регулятори. Як раз ці чотири елементи створюють надійну основу соціальної та економічної корисності міграційного процесу і зменшують його негативні наслідки.

Крім законів міграції у сферу дослідження цієї проблеми входить і аналіз рушійних сил (факторів) міграційних процесів, які пов'язані з причинами, що викликають міграцію. Зв'язок між причиною і фактором в тому, що причина визначає джерело, мотив спонукання до переміщення, а фактор може бути оцінений силою впливу, імпульсом, періодичністю, спрямованістю, тобто він може бути вимірюваний, розрахований, зважений, оцінений на ризик і ймовірність.

Висновки. Підсумовуючи результати дослідження, відмітимо, що оцінка факторів впливу на міграційні процеси виконує поточні завдання. Більш глибокі і важливі питання виникають з позицій прогнозування наслідків міграції, у тому числі, не тільки економічних. Міграція, як соціально-економічне явище приваблює науку (і повинна цікавити політиків державного рівня і відповідальності) тим, що вона в цілому впливає на глобальний цивілізаційний процес. З історії ми знаємо хвилі «великого переселення народів», свої наслідки дав колоніальний етап світових міграційних хвиль (Австралія, Америка). Зараз сформувався гострий вузол проблем в Європі, де майже критична доля арабського населення. Звісно ці міграційні процеси розвиваються за об'єктивних причин і за об'єктивними законами соціуму, але регулювання міграції і можливе, і необхідне. Це завдання регуляторної політики особливо набуває актуальності в наш час, коли всі процеси розвиваються в часі надто високими темпами. Прискорення потребує відповідних заходів реакції і головним з таких заходів в наш час стає розбудова в вузлових регіонах (країнах) сучасного міграцій-

ного інституту. Для такої розбудови в Україні започатковано відповідний інструментарій: закони, концепція, стратегія, нормативи, практика вирішення проблемних і поточних питань. Розвиток такого інституту є водночас і науковим, і практичним завданням, вирішення якого стимулюється потребами часу.

Список літератури: 1. Біль М.М. Управління міграційними процесами в контексті їх впливу на інтелектуально-трудовий потенціал України / М.М. Біль // Сталий розвиток економіки. – 2010. – №1. – С.49-54. 2. Блинова М.С. Современные социологические теории миграции населения : автореф. дис. канд. соц. наук: 22.00.01 / Блинова Марина Сергеевна. – Москва, 2008. – 181 с. 3. Волошина А. В Одесской области больше всего эмигрантов китайской национальности [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gnews.ua/cat/material/id/11186.html> 4. Зовнішні трудові міграції населення України / За ред. Е.М. Лібанової, О.П. Позняка. – К.: РВПС України НАН України, 2009. – С. 153-154. 5. Координація міграційної політики України: уроки Польщі / уклад. П. Казьміркевич, О. Львова, В. Чумак [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.icps.com.ua/files/articles/55/1/Migration_UP_UKR_Last.pdf 6. Шевченко О.М. Проблеми та можливості державного управління процесом трудової міграції з України / О.М. Шевченко // Державне управління: удосконалення та розвиток [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=142>

Надійшло до редколегії 08.12.2011

УДК 628.31

М.А. МАЩЕНКО, к.е.н., ХНЕУ, Харків

УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ЗАРОБІТНОЇ ПЛАТИ В СУЧАСНІЙ ЕКОНОМІЦІ

В статті проаналізовано форми та системи заробітної плати на вітчизняних підприємствах та запропоновано методичний підхід щодо удосконалення системи заробітної плати.

В статье проанализированы формы и системы заработной платы на отечественных предприятиях и предложен методический подход относительно усовершенствования системы заработной платы.

In the article forms and systems of earnings are analysed on enterprises and methodical approach is offered in relation to the improvement of the system of earnings.

Ключові слова: заробітна плата, тарифна система, кваліфікаційний рівень, єдина тарифна сітка, ефективність праці.

Вступ. Основною умовою поступального економічного розвитку є реформування існуючих форм та систем оплати праці. Таким чином, зусилля науковців і практиків повинні бути спрямовані на створення ефективного механізму регулювання оплати праці на всіх рівнях управління, а

саме на рівні підприємства. Заробітна плата повинна стати основним стимулом для підвищення продуктивності праці і на цій основі – ефективності виробництва. Це і є актуальним на сучасному етапі.

Дослідження організації оплати праці на вітчизняних підприємствах та досвіду зарубіжних країн провадилися вченими-економістами Богиною Д. П., Колотом А. М., Лагутіним В.Д. [1, 2, 3].

Постановка задачі. Доцільно провести аналіз існуючих форм заробітної плати (визначити переваги та недоліки) та запропонувати напрями удосконалення системи заробітної плати, яка б виключала ці недоліки.

Методологія. В ході дослідження було використано сучасні методи дослідження: аналіз і синтез, метод порівняння, метод експертних оцінок.

Результати дослідження.

Аналіз форм та систем оплати праці на вітчизняних підприємствах машинобудування подано в табл. 1.

Згідно з результатами проведених досліджень, поданих у табл. 1 можна зробити висновок, що в Україні на підприємствах різних форм власності застосування тарифного виду оплати праці засновано на використанні або єдиної тарифної сітки, або тарифних сіток працівників і схем посадових окладів керівників, фахівців і службовців.

Таблиця 1 - Форми оплати праці на підприємствах машинобудування

№	Назва підприємства	ВАТ "Азовзагальмаш»		ВАТ «Турбоатом»		ДП «Завод ім. Малишева»	
	Категорії	Форма оплати	Питома вага, %	Форма оплати	Питома вага, %	Форма оплати	Питома вага, %
1	Працівники у тому числі: відрядники; погодинники	Відрядно-преміальна	20	Відрядно-преміальна	20	Відрядно-преміальна	20
		Погодинно-преміальна	49	Погодинно-преміальна	43	Погодинно-преміальна	45
2	Керівники	Посадові оклади	8,2	Посадові оклади	10	Посадові оклади	9
3	Спеціалісти	Посадові оклади	10,5	Посадові оклади	13	Посадові оклади	8
4	Службовці	Посадові оклади	12,3	Посадові оклади	14	Посадові оклади	8
	Разом	—	100	—	100	—	100

Тарифна сітка становить шкалу, що визначає співвідношення розмірів тарифних ставок залежно від кваліфікації (розряду) працівника й складності виконуваних робіт. Кожний розряд тарифної сітки має свій коефіцієнт, що показує, у скільки разів оплата праці робочого даного розряду вище оплати праці робітника 1 розряду.

Наступним елементом тарифної системи є єдина тарифна сітка. Головною перевагою єдиної тарифної сітки, на думку А. М. Колота [2, с. 80], є запровадження єдиного уніфікованого підходу щодо оцінки складності робіт і диференціації тарифних умов оплати праці всіх категорій персоналу. Суттєвим є і спрощення формування тарифної сітки, цьому сприяє відмова від відокремленої розробки тарифних умов оплати праці для робітників, з одного боку, і службовців, з другого.

Міністерством праці та соціальної політики України запропоновані рекомендації щодо визначення заробітної плати працюючих в залежності від особистого внеску працівника в кінцеві результати роботи підприємства [4]. Основними завданнями рекомендацій є забезпечення: зацікавленості кожного працюючого у виявленні та реалізації резервів і можливостей підвищення результатів індивідуальної та колективної праці; обґрунтованості співвідношень в оплаті праці різних груп і категорій працюючих, виходячи з їх ролі у виробничому процесі, професійно-кваліфікаційного досвіду, складності виконуваних ними робіт та функцій, рівня відповідальності та творчої активності; відповідність між розміром оплати та трудовими зусиллями працівника, виходячи з результатів індивідуальної праці та оцінки особистого внеску у кінцеві результати роботи підприємства та інше.

При вирішенні питань оплати праці слід дотримуватися певних засад: утримуватися від надмірного застосування індивідуальних форм оплати та стимулювання праці; застосовувати, звичайно у розумній межі, там, де дозволяє або вимагає організація виробництва і праці, колективні форми оплати та стимулювання праці; більш широко застосовувати доплати і надбавки в стимулюванні праці; урахувувати, що значною мірою сфера оплати та стимулювання праці у виробничій сфері, починаючи з державного до виробничого рівня, регулюється угодами та договорами і тому роботодавець повинен, крім законодавчих норм, дотримуватися норм галузевих угод та колективного договору; забезпечувати широку та всебічну інформованість працівників про засади організації оплати та стимулювання праці, оцінку результатів їх праці. Вони повинні бути у простій та зрозумілій для них формі.

Розглянемо запропоновану Міністерством праці та соціальної політики України єдину тарифну сітку з оплати праці усіх працівників підприємства (табл. 2) [4].

Таблиця 2 - Єдина тарифна сітка з оплати праці усіх працівників підприємства

Тарифні розряди та тарифні коефіцієнти	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Категорії та групи працівників	1	1,15	1,32	1,52	1,75	2,01	2,21	2,43	2,67	2,94	3,23	3,65	3,91	4,3	4,73	5,2	5,72
Робітники	+	+	+	+	+	+	+	+									
Технічні службовці загальних професій		+	+	+	+	+											
Техніки			+	+	+	+											
Інженери та економісти всіх спеціальностей				+	+	+	+	+									
Провідні фахівці всіх посад					+	+	+	+	+	+							
Майстри (в т.ч. старші) дільниць					+	+	+	+	+								
Начальники дільниць (лабораторій)						+	+	+	+								
Начальники допоміжних цехів						+	+	+	+								
Начальники основних цехів					+	+	+	+	+	+	+						
Начальники відділів (крім провідних)				+	+	+	+	+	+	+	+						
Начальники основних (провідних) відділів						+	+	+	+	+	+						
Головні фахівці								+	+	+	+	+	+				
Заступники першого керівника									+	+	+	+	+				
Заступники головного інженера									+	+	+	+					
Головний інженер														+	+		
Директор														+	+	+	+

Недоліками поданої в табл. 2 єдиної тарифної сітки є:

- велика кількість (17) тарифних розрядів та тарифних коефіцієнтів;

- складність розрахунку заробітної плати. Так як згідно Галузевої угоди на 2008 – 2009 роки між Міністерством промислової політики України, Фондом державного майна України, Федерацією роботодавців України та профспілками автомобільного та сільськогосподарського машинобудування, машинобудівників та приладобудівників, космічного та загального машинобудування, радіоелектроніки та машинобудування, лісових галузей, машинобудування та металообробки, суднобудування, оборонної промисловості, енергетики та електротехнічної промисловості, атомної енергетики та промисловості України, що об'єдналися для ведення колективних переговорів [5] необхідно зберігати співвідношення між законодавчо встановленою мінімальною заробітною платою та мінімальною тарифною ставкою робітника першого розряду третьої сітки не менш як 1 до 1,25, хоча можна розробити такі тарифні ставки, які вже включають це співвідношення;
- єдина тарифна сітка (див. табл. 2) може бути використана на підприємстві з невеликою кількістю персоналу.

Для того щоб уникнути розглянутих недоліків, необхідно розробити таку форму заробітної плати, яка буде простою і зрозумілою при розрахунку; може бути використана на підприємствах машинобудування. Використання такої форми заробітної плати підвищить ефективність праці на промислових підприємствах.

Одним з дуже складних питань при впровадженні заробітної плати, в основі якої розрахунок кваліфікаційних рівнів, є саме підрозділ колективу на кваліфікаційні групи. Головними ознаками повинні бути: диференційований стаж роботи за професією; складність виконуваних робіт; отримання освіти певного рівня.

Враховуючи вищезазначене, можна запропонувати характеристику кваліфікаційних рівнів персоналу (див. табл. 3).

Оплата праці, основана на розрахунку кваліфікаційних рівнів працівників дає великі можливості для підвищення ефективності праці, так як є одним із засобів матеріальної мотивації персоналу. Це пояснюється тим, що запропонована оплата праці дозволяє найманому працівнику переходити із одного кваліфікаційного рівня в інший, на відміну від існуючої оплати праці, в основі якої – тарифні розряди.

Таблиця 3 - Характеристика кваліфікаційних груп персоналу

Кваліфікаційна група	Характеристика		
	стаж роботи за професією	складність виконуваних робіт	освіта певного рівня
I	не потрібен	проста	не потрібна
II	один рік	робота II розряду ТКД	коротка інструкція
III	два роки	робота III розряду ТКД	курси до шести місяців
IV	три роки	робота IV розряду ТКД	професійно - технічний коледж
V	чотири роки	робота V розряду ТКД	курси підвищення кваліфікації
VI	п'ять років	робота V розряду ТКД	професійно - технічний коледж
VII	шість років	робота VI розряду ТКД	курси підвищення кваліфікації
VIII	сім років	робота VI розряду ТКД	курси підвищення кваліфікації
IX	один рік	службовець	професійно-технічний коледж
X	два роки	інженер	ВНЗ
XI	три роки	інженер	ВНЗ
XII	три роки	керівник	ВНЗ, відповідальність

Для встановлення діапазону диференціації співвідношень в оплаті праці різної якості за кваліфікаційними групами працівників в дисертаційному дослідженні використано метод експертних оцінок [6].

Значення коефіцієнту конкордації $W = 0,9$ свідчить про те, що ступінь узгодженості думок експертів висока. Табличне значення критерію χ^2 на рівні значущості $\alpha = 0.05$ дорівнює $\chi^2_{0.05} = 2.07$. Отже, гіпотеза про випадковість думок експертів відкидається. З імовірністю 95% можна стверджувати, що існує певна погодженість думок експертів відносно діапазону співвідношень кваліфікаційних рівнів в оплаті праці різної якості працівників підприємства.

На основі визначення середніх оцінок експертів, пропонуємо наступний діапазон диференціації співвідношень в оплаті праці різної якості (див. табл. 4).

Якщо порівняти діапазони диференціації співвідношень коефіцієнтів, розраховані методом експертних оцінок та єдиної тарифної сітки на підприємстві, запропонованої Міністерством праці та соціальної політики України [4], то розраховані кваліфікаційні рівні працівників виключають вище згадані недоліки.

Таблиця 4 - Діапазон диференціації співвідношень кваліфікаційних рівнів

Кваліфікаційні групи працівників	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Діапазон співвідношень	1,0–1,5	1,4–2,0	1,8–2,4	2,2–2,8	2,4–3,2	3,0–3,4	3,2–3,8	3,6–4,2	4,0–4,6	4,4–5,0	4,8–5,4	5,2–5,8
Середній показник діапазона співвідношень	1,25	1,6	2	2,4	2,6	3,2	3,4	3,8	4,2	4,6	5,0	5,4

Це відбувається тому, що в основу суб'єктивної оцінки експертів закладені існуючі тарифні сітки, з якими вони мають справу. Наприклад, експерти при встановленні діапазону співвідношень кваліфікаційних рівнів враховують диференційований стаж роботи за професією, складність виконуваних робіт, отримання освіти певного рівня.

Висновки. Таким чином, величина фонду заробітної плати, який розраховано згідно запропонованої методики, на відміну від фонду, який розраховано за допомогою існуючої методики дозволить знизити витрати на заробітну плату, з одного боку, та підвищити зацікавленість в отриманні більш високих результатів, з іншого боку.

Список літератури: 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. *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.

Надійшло до редколегії 08.12.2011

Н.О. СТЕПАНЕНКО, к.е.н., доц., ХНЕУ, Харків
В.О. СТЕПАНЕНКО, к.е.н., викл., ХНЕУ, Харків

УМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У роботі розглянуто особливості розвитку туристичної діяльності в Україні, проблеми туристичного бізнесу країни, які зумовлені впливом світової фінансової кризи. Проаналізовано напрями комплексного вирішення існуючих проблем.

В работе рассмотрена особенности развития туристической деятельности в Украине, проблемы туристического бизнеса страны, которые обусловлены влиянием мирового финансового кризиса. Проанализированы направления комплексного решения существующих проблем.

The article examines the features of development of tourist activity in Ukraine, problems of tourist business in the country that is predefined by influence of world financial crisis. Directions of complex decision of existent problems are analysed.

Ключові слова: туризм, туристичний бізнес, туристична інфраструктура, туристичні оператори, туристичні агенти.

Вступ

У сучасній світовій економіці безперечно значну роль відіграє така її галузь, як туризм. Він є сферою реалізації ринкових механізмів, джерелом поповнення національного та місцевих бюджетів, виконуючи при цьому економічну, соціально-культурну, політичну, рекреаційну, виховну та екологічну функції. Туризм у сучасному економічному просторі виступає як надзвичайно багатий за змістом і розмаїтий за проявами соціальний феномен. Завдяки своїм багатогранним можливостям туризм забезпечує інтеграцію нашого поляризованого світу, активно сприяє встановленню в світовому і регіональному суспільному просторі атмосфери добросусідства.

Постановка завдання

Туристична діяльність в розвинених країнах є важливим джерелом доходів держави. Окрім явної прибутковості туризм на заході є ще й одним із потужних чинників посилення престижу країни, росту її значення в очах світової спільноти і пересічних громадян. У багатьох державах туризм розвивається як система, яка дає і доход в казну і надає усі можливості для ознайомлення з історією, культурою, звичаями, духовними і релігійними

цінностями цієї країни і її народу. Туристична діяльність в Україні швидко розвивається, оскільки ми маємо всі передумови для інтенсивного розвитку внутрішнього й іноземного туризму: особливості географічного положення, сприятливий клімат, багатство природного, історико-культурного і туристично-рекреаційного потенціалів. Незважаючи на це, існує ряд обставин, що гальмують подальший розвиток туристичного бізнесу в Україні. Тому, доцільним є дослідження напрямів покращення умов розвитку туристичної діяльності в країні.

Методологія

На сьогоднішній день розвиток цієї галузі економіки пов'язаний з рядом екологічних проблем, які потребують негайної уваги та пошуку шляхів їх вирішення. Одним з шляхів вирішення цих проблем є стійкий напрямок розвитку туристичної діяльності. Саме цей напрямок обрала Всесвітня туристична організація за підтримки ООН. Існує велика кількість досліджень, які розкривають зміст поняття "стійкий розвиток". На їх основі необхідно сформулювати принципи формування такого розвитку туристичної галузі, який би підпорядковувався принципам саме такого розвитку та збігався із загальними програмами всесвітніх організацій, які спрямовані саме на цей напрямок. Для того, щоб виокремити головні проблеми, що існують в туристичній галузі, треба проаналізувати причини та джерела цих проблем та спробувати відшукати шляхи виходу з кризи. Ці шляхи потребують узагальнення та подальшого розгляду

Результати дослідження

Із кожним роком розвиток туризму в Україні набуває все більших обертів. Туристична галузь має надзвичайно важливе значення для економіки нашої держави, а розвиток цієї сфери суспільного життя повинен стати одним із пріоритетних завдань на найближче майбутнє. Україна має всі передумови для швидкого й успішного розвитку туризму, як іноземного, так і внутрішнього. Проте на заваді цьому стоять певні проблеми, що тривалий час лишаються невирішеними та, відповідно, гальмують розвиток цієї сфери економіки.

Головна мета підприємницької діяльності в туризмі полягає в розробленні маршрутів, формуванні туристичних потоків за обраними маршрутами, у виробництві туристичних товарів і наданні туристичних послуг,

комплектуванні туристичного продукту відповідно до попиту споживачів з вигодою (прибутком) для себе. Якщо діяльність не передбачає одержання прибутку, то вона не відноситься до підприємницької.

До основних **суб'єктів підприємницької діяльності** у туризмі належать: туристичні оператори, туристичні агенти та інші структури, що сприяють розповсюдженню туристичних послуг (дилери).

Туристичні оператори – це юридичні особи (підприємства), створені згідно із законодавством України, основною діяльністю яких є організація туризму, формування туристичного продукту, його реалізація та посередницька діяльність із надання характерних і супутніх туристичних послуг мандрівникам. **Туристичними агентами** можуть бути як юридичні, так і фізичні особи – суб'єкти підприємницької діяльності, які здійснюють посередницькі функції з реалізації туристичного продукту туроператорів або окремих послуг інших суб'єктів туристичного бізнесу. Сукупність підприємницьких структур з обслуговування туризму утворює **туристичну інфраструктуру**, яка являє собою комплекс юридичних і фізичних осіб економічної та соціальної сфер діяльності, що надають туристам послуги з тимчасового розміщення (проживання), харчування, перевезення, екскурсійного обслуговування, відпочинку, рекреації тощо. Розвиток масового туризму сприяв переходу його інфраструктури на індустріальну основу, внаслідок чого і з'явилася індустрія туристичного бізнесу.

Туристичний бізнес як складова економічного комплексу країни характеризується такими властивостями і **функціями**:

- має свою індустрію виробництва і надання послуг туристам;
- створює та реалізовує туристичні послуги;
- організовує маркетинг і рекламу з метою визначення місткості ринку вироблюваних і запроектованих до впровадження туристичних послуг;
- формує ринок туристичних послуг;
- виступає мультиплікатором росту національного доходу, валового внутрішнього (національного) продукту, зайнятості населення, розвитку місцевої інфраструктури і підвищення рівня життя населення;
- є сферою, в якій створюються робочі місця і забезпечується високий рівень ефективності й швидка окупність інвестицій;
- виступає ефективним засобом охорони навколишнього середовища та історико-культурної спадщини людства, що є матеріальною ос-

новою ресурсного потенціалу туризму, який утворює специфічну сферу діяльності;

- сумісність практично з усіма сферами, галузями і видами діяльності людини;
- має переваги в інтеграційних і глобалізаційних процесах, що відбуваються у світовому просторі;
- упроваджує інновації у виробництво туристичних послуг з метою формування туристичного продукту.

Щоб виконувати ці функції, підприємництво в туризмі повинне ґрунтуватися на науково-технічній, організаційно-управлінській та виробничо-комерційній творчості.

Об'єктом підприємницької діяльності в туристичному бізнесі виступає виробництво туристичних послуг, формування та збут туристичного продукту.

Економічний успіх підприємництва забезпечується за допомогою інноваційного менеджменту. Це пояснюється тим, що інноваційна заповзятливість у туризмі забезпечує появу нових послуг (продукту), привабливих не тільки для туристів, а й для інвесторів.

Варто особливо підкреслити, що Україна має потребу в такому туризмі, в якому інноваційність, діловитість, ефективна комунікативність стали б нормою господарювання кожного суб'єкта туристичного бізнесу. На сьогодні, крім загального відставання розвитку рекреаційно-туристичної сфери України від подібної галузі багатьох країн світу, існує досить суттєва диференціація різних територіальних одиниць країни за рівнем розвитку санаторно-курортної та туристичної діяльності. Існуючий стан розвитку індустрії відпочинку і туризму в межах України різниться по кожного регіону (АР Крим, адміністративні області, м. Київ, м. Севастополь) країни. Сьогоднішній стан розвитку туризму, не адекватний природо-ресурсному, історико-архітектурному та рекреаційному потенціалові України.

Основними причинами цієї ситуації є невирішені внутрішньонаціональні проблеми в галузі туризму, до яких варто віднести:

- недостатній рівень розвиненості безпосередньо мережі та об'єктів туристичної інфраструктури, їх невідповідність світовим стандартам;
- відсутність скоординованої висококваліфікованої та грамотної системи дій просування туристичного продукту України на світовий ринок, яка б давала відчутні результати;

- технологічна відсталість галузі. В Україні слабо застосовуються туристичні технології, які використовуються в розвинених країнах: електронні, інформаційні довідники щодо готелів, транспортних маршрутів і туристичних фірм з переліком і вартістю послуг, які вони надають. Але доцільно відзначити, що останнім часом в галузі інформаційних технологій України спостерігається значне пожвавлення. Тому слід також активно використовувати цю можливість для наближення до виходу на світовий рівень обслуговування клієнтів;
- низький рівень обслуговування, зумовлений загальною кваліфікацією працівників галузі. Рішення зазначеної проблеми пов'язане з необхідністю підвищення якості навчання в даній галузі. Необхідною умовою підвищення якості підготовки менеджерів з туризму є узгодженість навчальних програм, раціональність дисциплін, закріплення теорії на практиці, створення центрів перепідготовки на підвищення кваліфікації працівників туристичної сфери.

Створення високоефективної туристичної індустрії в регіонах сприятиме економічному та соціальному розвитку регіонів, збереженню навколишнього середовища, залученню інвестицій, створенню нових робочих місць.

Основною проблемою модернізації туристичного та рекреаційного потенціалів регіонів України є їх неефективна реалізація. Система управління туристичною та рекреаційною діяльністю в регіонах України ще не відповідає сучасним вимогам. Відсутня координація суб'єктів різних форм власності та відомчої підпорядкованості туристичного та рекреаційного потенціалів регіонів України. Серед проблем, що стримують модернізацію туристичного та рекреаційного потенціалів регіонів України, варто відзначити відсутність розгалуженої системи інформаційно-рекламного забезпечення діяльності галузі та туристичних представництв за кордоном. Візовий режим, митні та валютні перепони не сприяють вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санітарно-курортного комплексу

Таким чином саме комплексний підхід дозволить аналізувати туристичну індустрію, забезпечить можливість уникнути помилок, сприятиме формуванню розвитку туризму, посилить його вплив на економічний розвиток регіонів та України в цілому.

Україна відкрита і для міжнародного туристичного співробітництва, яке повною мірою віддзеркалює загальноєвропейські інтеграційні політич-

ні та соціально-економічні процеси, враховує основні загальнонаціональні пріоритети. Виходячи з національних інтересів, міжнародна туристична політика України багатовекторна, реалізується на засадах економічної доцільності та взаємовигідної співпраці з конкретною країною або регіоном, враховує особливості певного туристичного ринку.

Проблеми, які існують на цей час в туристичному бізнесі, потребують вирішення як на макрорівні, мезорівні, так і на мікрорівні. На макрорівні це стосується механізмів державного регулювання, які повинні бути спрямовані на стабілізацію економічного середовища в країні; на мезорівні – раціональне використання туристичного потенціалу території та підтримка місцевими органами влади, можливостей мобілізації наявних і прихованих резервів для утримання даного бізнесу в умовах кризи; на мікрорівні – пошук інструментів, заходів та швидке реагування на прояви негативних тенденцій в економіці та галузі.

Висновки

Отже, доцільно виділити головні стратегічні напрями подальшого розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України. До них належать:

- забезпечення загальнодержавної і регіональної підтримки туризму, залучення до його розвитку як державних, так і підприємств інших форм власності, а також окремих громадян;
- створення розвиненої туристичної інфраструктури з метою надання якісних і різноманітних послуг туристам;
- забезпечення пріоритетності вітчизняного внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму на основі використання туристичних ресурсів, національної історико-культурної спадщини українського народу;
- розвиток інформаційно-рекламної і маркетингової діяльності;
- підготовка і перепідготовка та підвищення кваліфікації кадрів для потреб рекреаційно-туристичної діяльності.

Реалізація вказаних заходів сприятиме підвищенню темпів розвитку туристичної галузі, здійсненню активної загальнодержавної політики в цій галузі, забезпеченню координації заходів центральних і місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, громадських організацій, стимулюватиме місцеву ініціативу, розвиток соціального туризму.

Туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, починає підвищувати свої показники. Але не можна зупинятися на досягнутому.

Саме від ефективності та темпів розвитку туристичної галузі залежить все її майбутнє зокрема та майбутнє економіки України загалом.

Список літератури: 1. Школа І.М., Вдовівен А.А., Ореховська Т.М. та ін. Стратегія розвитку підприємств невиробничої сфери регіону: навч. посібн./за ред. І.М. Школа, А.А. Вдовічена. – Чернівці: Книги-XXI, 2008. – 288 с. 2. Уварова Г. Рекреаційно-туристичний потенціал України //Географія та основи економіки в школі. - 2010. - № 2. - С. 29-36

Надійшло до редколегії 08.12.2011

УДК 330.341.1

А.С. ЗАХАРЧЕНКОВ, к.э.н., НТУ «ХПИ», Харьков

ИННОВАЦИОННОЕ ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК РЕАКЦИЯ НА РЫНОЧНУЮ КОНКУРЕНЦИЮ: ПРОБЛЕМЫ И НАПРАВЛЕНИЯ РЕШЕНИЙ

У статті розглядаються загальні проблеми, з якими зіштовхуються підприємства при проведенні інноваційних перетворень виробничо-технологічної бази промислових підприємств на основі технологічної санації.

В статье рассматриваются общие проблемы, с которыми сталкиваются предприятия при проведении инновационных преобразований производственно-технологической базы промышленных предприятий на основе технологической санации.

The article considers common problems faced by enterprises during the transformation of innovative industrial and technological base of industry based on technological renovation.

Ключевые слова: инновация, промышленность, конкуренция, преобразование, санация.

Введение

Необходимость инновационных преобразований на основе санации производственно-технологической базы топ-менеджмент и собственники предприятия (кстати, в меньшей степени, особенно обычные акционеры) замечают и осознают тогда, когда у предприятия возникают проблемы, т.е. когда его состояние уже можно считать кризисным. Однако кризис может поразить не только предприятие, но и всю отрасль, а порой и всю экономическую среду (рецессия). В этот период в экономическом окружении, в отрасли на самом предприятии возникает необходимость найти способ усилить конкурентные возможности производственной базы, если не в

краткосрочной перспективе, то хотя бы в перспективе среднесрочной. Поскольку кризисные явления, провоцируемые колебаниями рыночной конъюнктуры, сопровождают производство все время, то на многих предприятиях с дальновидным менеджментом наблюдается опережающий (в сравнении с увеличением дохода и потребления) рост чистых инвестиций в инновационные проекты разного масштаба и длительности, порой даже за счет средств, которые ранее предназначались на иные цели.

Попытка решить проблемы конкурентоспособности предприятия за счет повышения цены продукта или упрощения условий послепродажного сервиса или иными подобными методами, которые перекладывают на потребителей отдельных субрынков финансовые и иные проблемы, весьма опасна, а порой и просто бесперспективна.

Инновационные программы технологической санации должны включаться только после предварительного серьезного общего, в том числе финансового санирования предприятия, которое в этом случае как необходимый этап включает снижение необоснованных издержек и в отдельных случаях реструктуризацию, которая, в частности, состоит в ликвидации убыточных бизнес-процессов и в снижении расходов на управленческие структуры. Сэкономленные финансовые средства можно, в первую очередь, использовать для проведения инноваций. Под термином «технологическая санация» предприятия понимается преобразование на принципиально новой технологической основе производственно-технической базы и соответствующих организационно-производственных отношений.

Бизнес-сообщество даже в периоды рецессии, пусть достаточно осторожно и взвешенно, но все же непременно вкладывает средства в обновление и реконструкцию предприятий, перспективы которых инвесторы и собственники коллегиально оценивают положительно. При этом следует иметь в виду, что большая часть таких проблемных, но перспективных предприятий может испытывать трудности в привлечении финансовых средств, в обеспечении необходимого уровня прибыльности, в инвестициях, которые могли бы реструктуризовать и технологически санировать производство, обновить продуктовую линейку. Кроме того, весьма часто многие предприятия для изменения производственной структуры используют довольно тривиальный прием реструктуризации, в частности, выделяют внутри первоначального многопрофильного предприятия несколько компаний, чаще всего в форме LTD, с более узкими видами деятельности, а также дополнительно создают подконтрольную фирму, на балансе кото-

рой состоит вся недвижимость и наиболее стратегически важные производственные активы. Последняя необходима для страховки на случай, если один из видов производственной деятельности окажется неэффективным. В итоге первоначальное предприятие или одна из вновь созданных, по существу, фирм становится главой возникшего на такой основе холдинга.

Результаты исследования

Предлагаемые изменения кризисного менеджмента в этом случае состоят в том, что каждое новое предприятие получает значительную самостоятельность, формирует свой ассортимент и рынки сбыта. Если холдинговое образование создается с целью только сохранения имущества собственников, то количество его сотрудников сводится к минимуму. Все функции управления передаются в дочерние предприятия (маркетинг, управление финансами, бухгалтерия, кадровые вопросы и т.п.), кроме, может быть, отдельных наиболее важных вопросов по формированию стратегии и представительства.

В этом случае полагают, что главная холдинговая структура может взять на себя ряд основных управленческих, в частности, учетных и контролирующих функций, таких как ведение бухгалтерии, финансовый менеджмент, внутренний аудит и т.д.

Дочерние предприятия или самостоятельные подразделения, внутри основного проблемного предприятия, могут создаваться для реализации конкретной цели инновационных преобразований, на основе последующего проведения технологической санации. Такая целевая программа должна быть структурирована, т.е., создано дерево целей. При этом, каждая дополнительная цель на определенном верхнем уровне, как правило, содержит несколько подцелей и требует согласования возможностей коллектива с данной общей целевой программой, вплоть до определения меры ответственности каждого сотрудника или группы сотрудников. Рассматривая эту задачу с другой стороны, необходимо формировать коллектив согласно сформулированным целевым функциям. Таким образом, при последовательном уточнении всех вопросов, связанных с инновационным преобразованием промышленного предприятия в рамках проводимой технологической санации происходит итерационное согласование как целей самого предприятия, так и функциональных обязанностей членов вновь сформированного коллектива. Цели на каждом кадровом и структурном уровнях должны стать основой для формирования заданий, определения срока их исполнения. Отношения с управляющей холдинговой структурой в этом случае сводятся к делегированию ей

определенных управленческих функций и согласованию уровня оплаты за эти услуги.

В условиях кризиса для проблемного предприятия кроме целевого управления при проведении технологической санации логично использовать проектное управление, основой которого является определенный график выполнения работ согласно календарным планам. Каждый вид работы требует материальных и трудовых затрат, кадровой и иной поддержки, финансирования и т.д. В целом, прогноз успешности любой работы в этом направлении, как правило, рассматривается на основе нескольких сценариев развития событий, вероятность каждого из которых оценивается экспертами или менеджерами предприятий. Результат определяется взвешиванием успешности выполнения данного вида или комплекса работ, причем, мерою веса будет вероятность данного сценария развития событий. При формировании календарного плана инновационных преобразований на основе проведения технологической санации, также используется итерационное согласование объема работ, сроков и реальных возможностей предприятия для выполнения принимаемого решения. Менеджмент предприятия, которое теснят конкуренты, в основном осознает, что в ближайшей перспективе начнутся серьезные проблемы со сбытом, а затем и с прибылью. Единственным способом выйти из данной предкризисной ситуации можно либо за счет комплекса общих санационных мер, таких, как маркетинговые и рекламные, либо на основе инновационных преобразований. Для их реализации понадобятся средства, которые, в принципе, могут предоставить банки и частные инвесторы. При этом следует иметь в виду, что банковское кредитование даже среднесрочных программ малопривлекательно для потенциальных партнеров (для клиента дорого, а банкам не желательно расставаться с финансовыми средствами надолго), поэтому предприятия обычно ищут инвесторов, предлагая им оформить долговые обязательства или приобрести долю в данном инвестиционном проекте. Однако, инвесторам, которых удалось заинтересовать перспективами данного проблемного предприятия в среднесрочном периоде (долгосрочные планы их тоже интересуют мало), нужно представить анализ конкурентоспособности предприятия, оценить его позицию на рынке, проанализировать затраты, выделить себестоимость каждого вида нынешней и планируемой продукции (на основе современных методик расчета ценообразования), определить точки безубыточности по каждому виду такой продукции, продемонстрировать намерения и достигнутые успехи в оптимизации финансовой деятельности, в повышении эффективности производства, в организации

маркетинга. В конечном итоге им надо предложить экономически обоснованную программу инновационного обновления предприятия с введением в производство новейших технологий как самостоятельно, так и с помощью инвесторов. Выбор же самих инновационных технологий определяется не только длительностью их жизненного цикла, объемами потенциального рынка, уровнем конкуренции, затратами на приобретение и внедрение, но в условиях информационной прозрачности куда в большей степени ожиданиями потребителей.

Итак, для выхода из кризиса на основе проведения технологической санации и для обеспечения большей конкурентоспособности предприятия, топ-менеджментом на основе всех этих соображений как для внутреннего пользования, так и для привлечения инвесторов, должен быть сформирован портфель инновационных проектов.

При принятии решения о переходе на путь инновационных преобразований топ-менеджмент должен оценить все возможности предприятия. Речь идет о собственных трудовых, технических и финансовых возможностях, о способности и потенциальных объемах привлечения заемного капитала, о наличии новых инвесторов, то-есть об общем инновационном потенциале предприятия.

Высший менеджмент предприятия должен решить, используя собранную персоналом необходимую и достаточно обширную информацию о том, на базе какой, уже апробированной на рынке новой технологии будет формироваться экспансия выпускаемого на ее основе продукта на рынок. Это может быть собственное технологическое решение или, что более реально, в условиях страны с реформируемой экономикой, - приобретенная технология.

При решении вопроса об использовании конкретной технологии в производстве следует тщательно рассмотреть все аргументы за и против её использования. Идеальные условия для внедрения новой технологии следующие:

- базовая технология является оригинальной, не имеет аналогов, защищена патентами, что исключает в значительной степени конкуренцию;
- продукция, изготовленная на основе базовой технологии, пользуется значительным неудовлетворенным спросом, это проявляется в том, что потребитель готов заплатить за неё заведомо большую цену.

Если ответить на все данные ключевые вопросы пока сложно, то следует часть средств, выделенных на разработку технологии или её приобретение,

потратить на исследование рынка для выяснения его реакции на появление и продвижение нового продукта. Для диверсификации риска следует проанализировать альтернативные или дополняющие (подобные) инновационные проекты внедрения новых технологий, формируя в конечном итоге пул проектов, часть из которых будет способна потенциально покрыть убытки от невыполнения или свертывания других проектов. Высшее звено управления предприятием должно оценить необходимость приобретения технологии (приобретение лицензии, а иногда и приобретение малой высокотехнологичной фирмы), выяснить соответствие ее стратегическим целям развития производства, сопоставляя выгоды от использования технологии с затратами на её приобретение, причем здесь же следует учесть расходы на консалтинг и сопровождение технологии специалистами-разработчиками, на наем специалистов для обслуживания технологических линий, на повышение квалификации персонала. Если предприятие имеет специалистов нужного профиля, имеет опыт внедрения технологий данной сложности, то затраты на внедрение технологии и запуск производства заметно сокращаются. В процессе принятия решения о приобретении технологии и даже при её внедрении нужно постоянно проводить мониторинг того сегмента рынка, где планируется продвигать и реализовывать продукт данной технологии.

Стратегия инновационного развития в рамках проводимой для ее реализации технологической санации предприятия должна включать в себя оценку конкурентоспособности инновационных проектов на локальных рынках (для крупного предприятия речь может идти и о глобальных рынках). Полезно определить характер конкуренции среди производителей подобных продуктов новых технологий в отрасли, выяснить возможности позиционирования на рынках и потенциальные доли контроля над ними.

Основным фактором, быстро меняющим ситуацию на рынке, можно считать быстрый рост обмена информацией и либерализацию условий торговли в связи со вступлением страны в ВТО. В последнее время другим важным фактором усиливающим конкуренцию является уже не только рост числа конкурентов, что пока еще можно наблюдать в переходной экономике ряда государств СНГ, а рост финансового и производственно-сбытового потенциала немногих крупных игроков на рынке. Усиливают конкуренцию процессы слияния и поглощения фирм и компаний. Изменяется и характер самой конкуренции, которая характеризуется тем, что используются новые формы торговли и способы продвижения бренда за счет быстро развивающихся информационных технологий.

Возможны трудности и иного характера. В частности, довольно часто возникает необходимость получить подтверждение требуемого рынком уровня качества продуктов новых инновационных технологий, их высокой потребительской ценности со стороны государственных и частных, национальных и региональных центров сертификации, а также, возможно, общественных организаций потребителей.

Другими словами, следует прогнозировать максимум возможных проблем, которые могут возникнуть при проникновении технологически saniруемого предприятия или отдельных его продуктов на конкретные рынки. Для этого необходимо выявить количество и состав предприятий-конкурентов на данном рынке, уровень устойчивости сбыта их продукции, выяснить растет ли объем рынка.

Проблемой здесь является лишь получение информации о наиболее полном потенциале рынка. Анализ типа и характера конкуренции на рынке нужно проводить непрерывно на основе всей доступной информации о его работе: это не только количество и уровень капитализации участников, но и выделение группы крупных рыночных игроков и доминирующих средних предприятий, а также выявление сегментов рынка, занятых отдельными рыночными участниками с анализом всех характеристик этих сегментов.

Вывод

Инновационная деятельность проблемного предприятия, проводящего инновационные преобразования производства на основе технологической санации, не может рассматриваться как изолированный процесс, поскольку он осуществляется на общем фоне конкуренции, в первую очередь с непосредственными конкурентами. Основные приемы и методы анализа непосредственных конкурентов и возможные направления их оценки приведены в ряде работ по инновационной экономике в частности [1].

Список литературы: 1. *Ивин Л.Н.* Инновационная экономика: монография / *Л.Н.Ивин, В.М.Куклин, А.С.Захарченков* и др.: под редакцией *Л.Л.Товажнянского*. – Х.; ИздОво «Едена», 2010. – 716 с.

Надійшло до редколегії 09.12.2011

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., доцент, ХІФ УДУФМТ

МОДЕЛЬ ДОКУМЕНТООБІГУ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЙМОВІРНІСНОГО ПІДХОДУ

Розглянуто ймовірнісний підхід до вивчення моделі документообігу підприємства. Для деяких прикладів отримані чисельні динамічні характеристики цього процесу. Для аналітичного дослідження, яке дозволяє контролювати та корегувати систему, яка вивчається, був використаний метод z –перетворень.

Рассмотрено ймовірнісний подход к изучению модели документооборота предприятия. Для некоторых примеров полученные численные динамические характеристики этого процесса. Для аналитического исследования, которое разрешает контролировать и корректировать систему, которая изучается, был использован метод z -преобразований.

The probabilistic approach to the study of the documental circulation model of an enterprise considered. The numerical dynamic characteristics of this process for some examples was obtained. The method of the z – transforms for analytical investigation which allows to control and to correct studied system was used.

Ключові слова: ймовірнісний підхід, ланцюги Маркова, документообіг, чисельні характеристики, аналітична форма, z –перетворення, матриця.

Вступ Для будь-якого великого підприємства актуальними є проблеми автоматизації процесів зберігання, пошуку і обробки інформації, забезпечення безпеки її передачі і можливості сумісного використання. М. Пушкар зазначає, що при проектуванні інформаційних систем необхідно прагнути того, щоб кількість первинних документів була мінімальною, а інформативність – максимальною [1]. На думку Б. Гейтса, тільки електронні технології здатні повністю змінити документування бізнес-процесів підприємства та стати дієвим інструментом для створення безпаперового офісу [2].

Формуванням інформаційних потоків займаються суб'єкти на всіх рівнях управління економікою країни. Унаслідок цього інформаційні потоки стали потужнішими, але проблема забезпечення ефективності самої інформації та її отримання і досі залишається актуальною [3]. Гостро поставила проблема створення адекватних систем інформаційного сервісу, які являють сукупність елементів інфраструктури підприємства, процесів інформаційних технологій та вхідних елементів зовнішнього інформаційного простору, що знаходяться в нерозривній взаємодії стосов-

но формування попиту користувачів на інформаційну послугу й задоволення цього попиту. [4].

В роботах Круковського М.Ю [5-6] пропонуються методи та системи для підвищення ефективності внутрішнього документообігу підприємств. Розглянутий в нашому дослідженні підхід розширює кількість методів, які можуть бути застосовані на підприємствах для вдосконалення їх внутрішнього документообігу.

Метою цієї роботи є розробка моделі оцінки внутрішнього документообігу на підприємстві на основі ймовірнісного підходу (теорії ланцюгів Маркова), яка може досліджуватись як чисельними, так і аналітичними методами на основі z-перетворень.

Постановка задачі. Реформування економічних, соціальних та екологічних складових сталого розвитку України потребує відповідних інформаційних джерел для підтримки прийняття управлінських рішень на всіх рівнях управління економікою країни. Зростаючі потреби в оперативній і достовірній інформації для прийняття управлінських рішень вимагають адекватного планування, належного обліку та контролю всіх ресурсів підприємства, ефективної системи документообігу. Проте, на багатьох підприємствах потреби керівництва в такій інформації повною мірою не задовольняються, документообіг затримує прийняття рішень, що негативно позначається на загальній ефективності їх діяльності.

Тому виникла потреба зміни або вдосконалення традиційних облікових схем, зміни функцій операційного документування господарських операцій та побудови документообігу підприємницької та непідприємницької діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання.

Визначення оптимальної системи внутрішнього обігу документів на підприємстві, являється актуальною задачею.

Методологія

Нехай на підприємстві створена система документообігу визначає, скільки документів після візування залишається у керівника, а скільки направляється у відділи виконавцям, які розглядають документи, готують пропозиції й повертають їх для прийняття рішення керівнику. За статистичними даними маршрутизації документів можна побудувати перехідну матрицю, яка визначає ймовірність переходу документів між станами: керівником і виконавцями. Теорію ланцюгів Маркова [7-9] можна використовувати для замкнутої системи. Внутрішню систему документообігу можна вважати замкнутою для кожного документу, який відноситься до

певної групи класифікації і усереднюється за ймовірністю його переходу з одного стану до іншого. За ергодичною теоремою Маркова можна знайти стаціонарні значення ймовірності обігу документа за групами класифікації між виконавцями і керівником, які визначають при покроковому (година, день) переході системи до граничного стану кількість кроків, тобто час виконання документа.

Граф моделі документообігу на підприємстві представлений на рис. 1

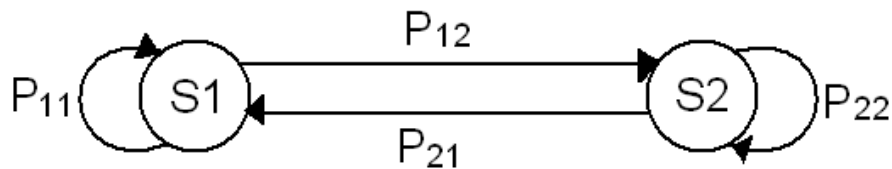


Рис. 1 - Граф моделі документообігу

На рис.1 S_1 і S_2 – стани системи документообігу (S_1 – керівник, S_2 - виконавці), P_{ij} – умовні ймовірності переходу документа із i – го стану у j – тий стан.

Для стаціонарного потоку документів за статистичними даними можна побудувати матрицю переходу документа певної групи із одного стану в інший. Нехай для першої групи документів за класифікацією матриця переходу A має вигляд:

$$A = \begin{pmatrix} 0,2 & 0,8 \\ 0,9 & 0,1 \end{pmatrix} \quad (1)$$

Початковий стан документа визначається вектором $P_0(1,0)$. За ергодичною теоремою Маркова знаходимо граничний стан документа – $P_k (P_{k1}, P_{k2})$:

$$P_k * A = P_k$$

$$\sum_{i=1}^2 P_{ki} = 1, \quad (2)$$

де друге рівняння є нормировкою ймовірностей.

З системи рівнянь (2) отримуємо значення для $P_k = P_k (0,11 \ 0,89)$. У граничному стану P_{11} дорівнює P_{21} . що означає : через n кроків система приходить до стану, коли документ повертається до керівника.

На рис. 2 представлений покроковий перехід системи з початкового до граничного стану за алгоритмом

$$P_{n-1} * A = P_0 A^n \quad (3)$$

де n – число кроків.

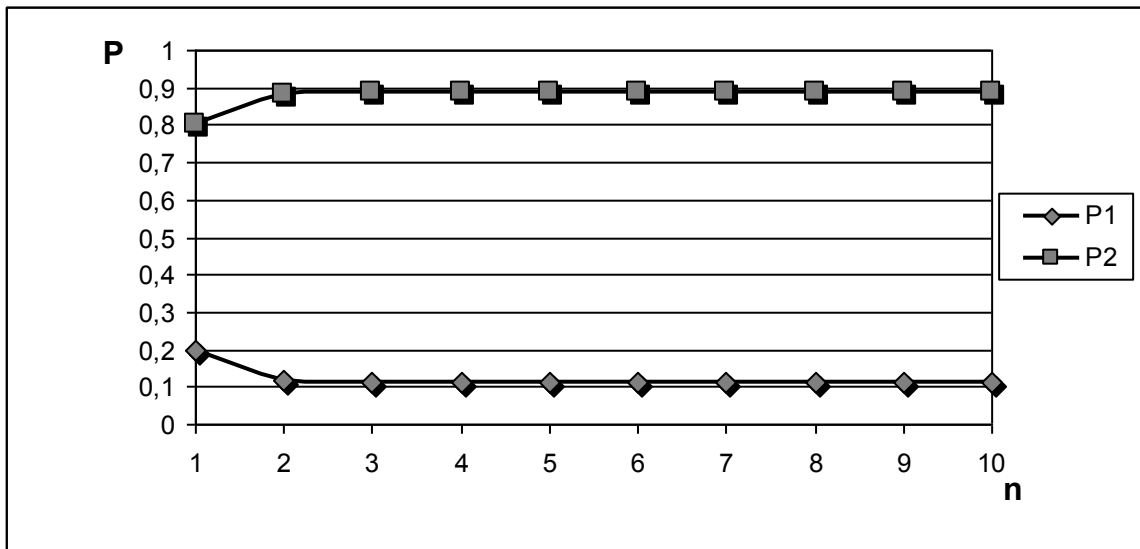


Рис.2 - Перехід системи до граничного стану

P_1, P_2 – компоненти вектора стану P (P_1, P_2).

Рис.2 показує, що через $n=4$ кроків документ першої групи буде виконаний.

Для документа другої групи матриця переходу B за статистичними даними має вигляд

$$B = \begin{pmatrix} 0,3 & 0,7 \\ 0,4 & 0,6 \end{pmatrix} \quad (4)$$

З рівнянь (2) заміною матриці A на B отримаємо для другого документа вектор граничного стану P_k (0,36 0,64).

На рис.3 приведений покроковий перехід системи документів другої групи до граничного стану

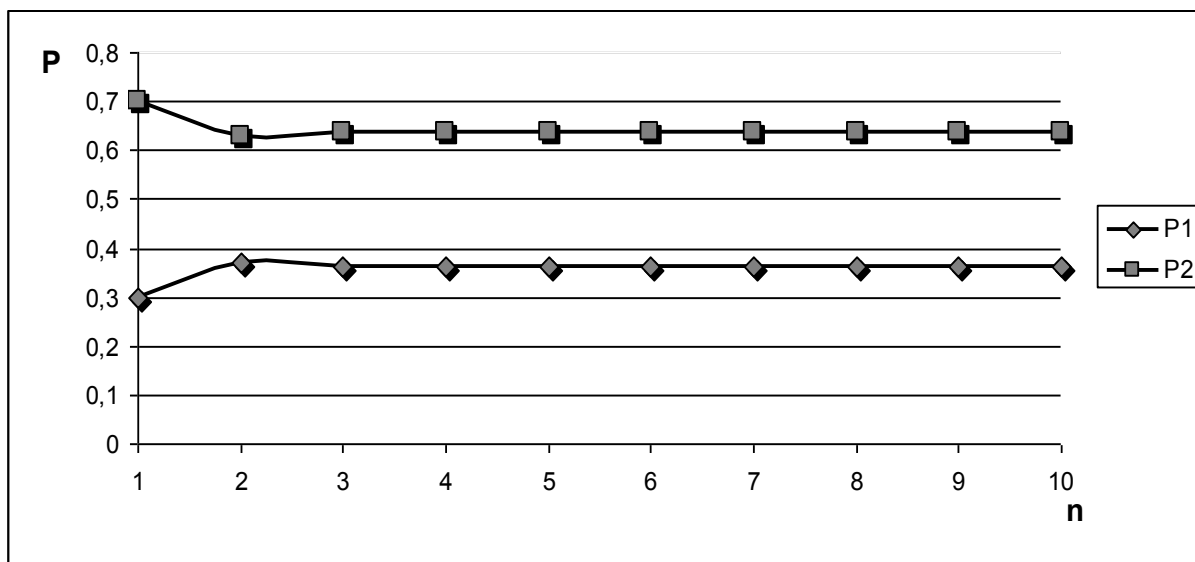


Рис.3 - Перехід системи до граничного стану

Через $n = 5$ кроків документ другої групи буде виконаний. Аналогічні дослідження можна провести для документів інших груп.

Для аналітичного дослідження поведінки ланцюга Маркова до переходу в граничний стан використаємо метод z -перетворень [10]. Застосуємо z -перетворення до складових рівняння (3), поклавши $P_{n-1} \longrightarrow H(z)$:

$$H(z)A = H(z) - p(0) z^{-1} \quad (5)$$

З рівняння (5) обираємо вираз для $H(z)$:

$$H(z) = P_0 (I - zA)^{-1} \quad (6)$$

де I – одинична матриця, а $I - zA^{-1}$ - обернена матриця до матриці $I - z(A)$.

Зворотне z - перетворення функцій рівняння (6) дає з рівняння (3) аналітичну форму добутку n - матриць переходу A : A^n дорівнює зворотно-му z -перетворенню матриці $I - zA^{-1}$.

Розглянемо цей алгоритм на двох прикладах які вже досліджувались у статті.

Для першої групи документів матриця $(I - zA)$ має вигляд:

$$(1 - zA) = \begin{pmatrix} 1 - \frac{z}{5} & \frac{-4z}{5} \\ \frac{-9z}{10} & 1 - \frac{z}{10} \end{pmatrix}, \quad (7)$$

Обернена матриця $I - zA^{-1}$ дорівнює відношенню приєднаної матриці до матриці $(I - zA)$ на визначник цієї матриці:

$$\Delta(z) = (1 - z)(1 + \frac{7z}{10}), \quad (8)$$

а саме

$$(1 - zA)^{-1} = \begin{pmatrix} \frac{1 - \frac{z}{10}}{(1 - z)(1 + \frac{7z}{10})}; & \frac{\frac{4z}{10}}{(1 - z)(1 + \frac{7z}{10})} \\ \frac{\frac{9z}{10}}{(1 - z)(1 + \frac{7z}{10})} & \frac{1 - \frac{z}{5}}{(1 - z)(1 + \frac{7z}{10})} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \frac{\frac{9}{17}}{(1 - z)} + \frac{\frac{8}{17}}{(1 + \frac{7z}{10})}; & \frac{\frac{8}{17}}{(1 - z)} - \frac{\frac{8}{17}}{(1 + \frac{7z}{10})} \\ \frac{\frac{9}{17}}{(1 - z)} - \frac{\frac{9}{17}}{(1 + \frac{7z}{10})}; & \frac{\frac{8}{17}}{(1 - z)} + \frac{\frac{9}{17}}{(1 + \frac{7z}{10})} \end{pmatrix} =$$

$$= \frac{1}{(1 - z)} \begin{pmatrix} \frac{9}{17} & \frac{8}{17} \\ \frac{9}{17} & \frac{8}{17} \end{pmatrix} + \frac{1}{(1 + \frac{7z}{10})} \begin{pmatrix} \frac{8}{17} & \frac{-8}{17} \\ \frac{-9}{17} & \frac{9}{17} \end{pmatrix} \quad (9)$$

Зворотнє z- перетворення матриці $I - zA^{-1}$ визначає A^n :

$$A^n = K + T(n) = \begin{pmatrix} \frac{9}{17} & \frac{8}{17} \\ \frac{9}{17} & \frac{8}{17} \end{pmatrix} + (-1)^n (\frac{7}{10})^n \begin{pmatrix} \frac{8}{17} & \frac{-8}{17} \\ \frac{-9}{17} & \frac{9}{17} \end{pmatrix} \quad (10)$$

Звернемося до другого прикладу. У цьому випадку матрицю A заміняємо на матрицю B , яка визначається формулою (4). Тоді

$$(1 - zB) = \begin{pmatrix} 1 - \frac{3z}{10} & \frac{-7z}{10} \\ \frac{-2z}{5} & 1 - \frac{3z}{5} \end{pmatrix}, \quad (11)$$

Визначник цієї матриці має вигляд:

$$\Delta(z) = (1 - z)(1 + \frac{z}{10}) \quad (12)$$

Обернена матриця до $I - z(B)$ дорівнює

$$\begin{aligned}
(1 - zL_2)^{-1} &= \begin{pmatrix} \frac{1 - \frac{3z}{5}}{(1-z)(1 + \frac{z}{10})}; & \frac{\frac{7z}{10}}{(1-z)(1 + \frac{z}{10})} \\ \frac{\frac{2z}{5}}{(1-z)(1 + \frac{z}{10})} & \frac{1 - \frac{3z}{10}}{(1-z)(1 + \frac{z}{10})} \end{pmatrix} = \begin{pmatrix} \frac{\frac{4}{11}}{(1-z)} + \frac{\frac{7}{11}}{(1 + \frac{z}{10})}; & \frac{\frac{7}{11}}{(1-z)} - \frac{\frac{7}{11}}{(1 + \frac{z}{10})} \\ \frac{\frac{4}{11}}{(1-z)} - \frac{\frac{11}{11}}{(1 + \frac{z}{10})}; & \frac{\frac{7}{11}}{(1-z)} + \frac{\frac{11}{11}}{(1 + \frac{z}{10})} \end{pmatrix} = \\
&= \frac{1}{(1-z)} \begin{pmatrix} \frac{4}{11} & \frac{7}{11} \\ \frac{4}{11} & \frac{7}{11} \end{pmatrix} + \frac{1}{(1 + \frac{z}{10})} \begin{pmatrix} \frac{7}{11} & \frac{-7}{11} \\ \frac{-4}{11} & \frac{4}{11} \end{pmatrix} \quad (13)
\end{aligned}$$

Добуток n матриць переходу для документів другого класу B^n визначається виразом:

$$B^n = K + T(n) = \begin{pmatrix} \frac{4}{11} & \frac{7}{11} \\ \frac{4}{11} & \frac{7}{11} \end{pmatrix} + (-1)^n \left(\frac{1}{10}\right)^n \begin{pmatrix} \frac{7}{11} & \frac{-7}{11} \\ \frac{-4}{11} & \frac{4}{11} \end{pmatrix} \quad (14)$$

Матриця k у формулах (10) та (14) визначає матриці стаціонарного стану, яка не залежить від n , а матриця T n показує швидкість збігу матриць A^n та B^n до матриці стаціонарного стану.

Визначаємо, що чисельні дослідження добре збігаються з теоретичними.

Таким чином, запропонована модель дає можливість визначати термін виконання документів різних за класифікацією груп і може бути використана для аналізу і вдосконалення документообігу на будь-якому підприємстві. Аналітична форма добутку перехідної матриці дозволяє на будь-якому кроці прийняти рішення про зміну системи документообігу (перехідної матриці) або заміну в неї персоналу.

Список літератури: 1. Пушкарь М. С. Бухгалтерский учет в производственных объединениях: организация и методология / М. С. Пушкарь – Львов : Свит, 1990. – 188 с. 2. Гейтс Б. Бизнес со скоростью мысли / Б. Гейтс. – [изд. 2-е, испр.]. – М. : Эксмо, 2002. – 480 с. 3. Організація первинного обліку та економічного аналізу на прикладі підприємств торгівлі / В.С. Рудницький, І. Д. Лазаришина, В. І. Бачинський, В.Л. Поліщук – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 480 с. 4. Оліферов О. В. Інформаційний сервіс у системі управління торговельним підприємством / О. В. Оліферов, Н. М. Спіцина // Управління розвитком. – 2008. – № 18. – С. 48 – 50. 5. Круковский М.Ю. Методология построения композитных систем документооборота / М.Ю. Круковский // Математичні машини і системи. – 2004. – №1. – С. 101–114. 6. Круковский М.Ю. Графовая модель композитного документооборота / Математичні машини і системи. – 2005. – №1. – С. 120–136

7.Шефтель З. Г. Теория ймовірностей : підручник / З. Г. Шефтель. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Вища школа, 1994. – 192 с. 8.Вентцель Е. С. Теория случайных процессов и ее инженерные приложения : учеб. пособие для вузов / Е. С. Вентцель, Л. А. Овчаров. – 2-е изд., стер. – М. : Высшая школа, 2000 – 383 с. 9.Кемени Дж. Конечные цепи Маркова / Дж. Кемени, Дж. Снелл. – М. : Наука, 1970. – 272 с. 10. Ховард Р. А. Динамическое программирование и марковские процессы / Р. А. Ховард. – М. : «Советское радио», 1964. – 195 с.

Надійшло до редколегії 12.12.2011

УДК 658.588.8

О.А. БАТОВСЬКА, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

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

РОЛЬ ПЛАНУВАННЯ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглядається важливість процесу планування в управлінні розвитком підприємства. Наведено основні етапи планування прибутку підприємства в сучасних умовах, яке характеризується досить високим рівнем складності через велику кількість можливих альтернатив і відповідальності за рішення, які приймаються.

В статье рассматривается важность процесса планирования в управлении развитием предприятия. Приведены основные этапы планирования прибыли предприятия в современных условиях, которое характеризуется довольно высоким уровнем сложности через большое количество возможных альтернатив и ответственности за решение, которые принимаются.

In the article importance of planning process is examined in a management development of enterprise. The basic stages of planning income of enterprise in modern terms, which is characterized the high enough level of complication from plenty of possible alternatives and responsibility for decisions which are accepted, are resulted.

Ключові слова: планування, управління, прогнозування, стратегічний аналіз, довгострокові плани, розвиток підприємства.

Вступ. Реалізація стратегії розвитку підприємства передбачає побудову збалансованої системи прогнозів і планів на довго-, середньо-, і короткострокову перспективу. Розвиток підприємства має бути прогнозованим і керованим. Персонал має знати, до яких цілей прагне підприємство, якими шляхами може відбуватися досягнення встановлених цілей, які завдання в загальній системі має виконувати кожен підрозділ і конкретний працівник.

Сучасні економічні умови вимагають максимального розширення фронту планування, подальшого вдосконалення методології та методики розробки прогнозів. Прогноз, у свою чергу, є одним з найважливіших напрямів управління підприємством, який обумовлює його розвиток, що під-

тверджується увагою науковців до цього напрямку досліджень [1, 3]. Чим вищий рівень прогнозування процесів розвитку підприємства, тим ефективнішими є процеси планування й управління на підприємстві.

Постановка задачі. Мета роботи – теоретичне дослідження ролі планування в управлінні розвитком підприємства та формування стратегії підвищення прибутковості підприємства за допомогою методів планування собівартості, прибутку та рентабельності.

Методологія. Теоретичною методологічною основою роботи є основні положення і висновки, сформульовані в наукових фундаментальних працях вітчизняних і закордонних економістів [1-4].

Результати дослідження. Планування – це вид управлінської діяльності (функція управління), пов'язаний зі складанням планів підприємства та його окремих підрозділів. Плани містять перелік того, що має бути зроблене, визначають послідовність, ресурси і час виконання робіт, необхідних для досягнення поставлених цілей.

Численні дослідження зв'язку між плануванням та результативністю діяльності підприємства показали, що планування на підприємстві, зазвичай, означає вищі доходи, більші прибутки та загальне поліпшення фінансово-економічного стану підприємства.

Протягом існування командно-адміністративної системи в СРСР діяла струнка система п'ятирічних і деталізованих річних планів підприємств. Основним методом їх розробки був баланс і мали вони суворо директивний характер. Реформою 1965 р. в країні почав здійснюватись перехід до економічних методів управління і на перше місце діяльності підприємств був поставлений прибуток, в результаті чого країна досягла значних успіхів в економічному розвитку. Однак уже наприкінці 80-х років темпи економічного зростання почали уповільнюватися. Початок 90-х років – поступовий перехід до ринку і розвал СРСР – можна характеризувати як закінчення ери директивної системи планування [4].

У процесі ринкових перетворень і створення в Україні самостійної моделі економіки відбулися зміни і в системі планування. На жаль, ці зміни переважно полягали в послабленні ролі планування на усіх рівнях народного господарства. Розвиток ринкових відносин не заперечує планування, а тільки переміщує цю роботу у первісні виробничі ланки. Підприємства, що успішно працюють, здійснюють не тільки стратегічне планування, а і детально розробляють тактичні та оперативні плани щодо кожного підрозділу, кожного окремого робочого місця. У країні в цілому теж

зберігається необхідність планування і його не можна замінити невидимою регулюючою рукою ринку. Держава повинна обов'язково планувати стратегію свого економічного розвитку, розробляти великі соціальні, економічні та науково-технічні програми, формувати і розподіляти бюджет країни, планувати витрати на охорону здоров'я, освіту, оборону та інші цілі.

Сучасне планування внутрішньовиробничої діяльності можна уявити як розробку варіантів бажаного майбутнього стану підприємства і знаходження шляхів більш ефективного наближення до нього.

Таким чином, планування на підприємстві – це процес безперервної творчої діяльності у напрямку організації виробництва і реалізації тих видів продукції та послуг, які користуються попитом нині та в довгостроковій перспективі, встановлення найважливіших економічних і соціальних цілей його розвитку, пошуку найкращих технічних засобів і організаційних способів вирішення перспективних цілей і завдань. Загальним підсумком будь-якої планової діяльності на підприємствах усіх форм власності є проекти планів, які мають різноманітні назви: комплексний план соціально-економічного розвитку, стандарт-план, замовлення-наряд, бізнес план та ін., що характеризують об'єкт планування та систему конкретних показників подальшого розвитку цього об'єкта. Конкретними об'єктами планування на підприємстві є такі окремі сфери діяльності, як виробництво, маркетинг, розробка нової продукції, постачання, продаж, фінанси, праця та ін..

Планування на підприємстві є складником економічної системи, її основним регулятором. Взаємодіючи на макрорівні з маркетингом, організацією виробництва, управління підприємством, внутрішньовиробниче планування дає змогу знаходити відповіді на більшість фундаментальних запитань, які визначають основну сутність планування.

Управління розвитком підприємства можна розглядати як циклічний процес, що складається із п'яти основних блоків (рис. 1). При проведенні діагностичного аналізу вивчається стан підприємства внаслідок впливу внутрішніх і зовнішніх, контрольованих та неконтрольованих чинників, які залежно від сфери діяльності, галузі господарства, форми власності, розвитку ринкових відносин впливають по різному.

Базуючись на результатах діагностичного аналізу фахівці та керівництво підприємства підготовлюють, приймають та реалізують ділові настанови, цілі діяльності.

Відповідно до намічених цілей здійснюють стратегічне планування, яке передбачає формування ієрархії стратегій і побудову обґрунтованої си-

стеми прогнозів і довгострокових планів розвитку підприємства. Необхідно побудувати збалансовану систему прогнозів і планів на довго-, середньо-, і короткострокову перспективу.

Прогнозування розвитку підприємства – процес розробки прогнозів, що ґрунтується на наукових методах пізнання економічних явищ, наукове обґрунтування можливих якісних і кількісних змін стану підприємства в майбутньому, а також альтернативних способів і строків досягнення очікуваного стану.

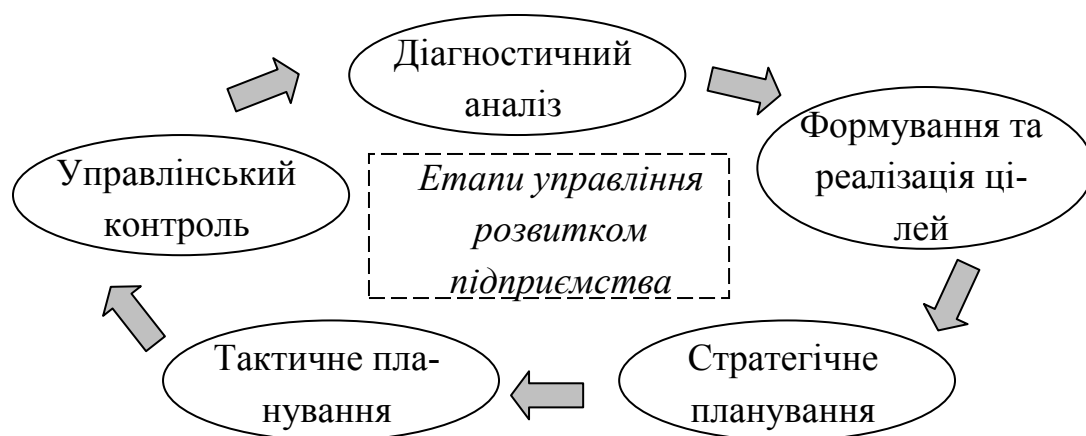


Рис. 1 – Циклічний процес управління розвитком підприємства

Стратегічний аналіз та прогнозування сприяє зменшенню невизначеності середовища, дозволяє зорієнтуватися в оточенні й перейти до вибору варіантів дій у певній стратегічній перспективі.

Проте деякі підприємства для прийняття рішень про майбутнє або зовсім не застосовують прогнози, або застосовують їх незначною мірою. Як правило, такі підприємства функціонують не довго, оскільки навіть ті зміни в навколишньому середовищі, які можна передбачити, стають для них несподіванкою: підприємство не готово для повної реалізації можливостей, що надаються зовнішнім середовищем, або зазнає краху під впливом будь-якої, навіть незначної, загрози.

Прогнозування має базуватись на наступних принципах: цілеспрямованість, змістовний опис поставлених завдань, системність, варіантність, безперервність, верифікованість, наукова обґрунтованість, багаторівневий опис, інформаційна єдність, послідовне вирішення невизначеності, ітеративна процедура просування від поставлених умов, адекватність

об'єктивним закономірностям розвитку, виявлення й оцінка стійких взаємозв'язків і тенденцій розвитку об'єкта, альтернативність.

По закінченню стратегічного планування передбачається розробка та реалізація оперативних дій, тобто відбувається тактичне планування. Ці дії супроводжуються управлінським контролем, що включає збір та оцінку даних щодо діяльності підприємства, рішення про проведення наступного діагностичного аналізу.

Висновки

Таким чином, за результатами теоретичного дослідження нами зроблені наступні висновки щодо необхідності планування:

- планування забезпечує координацію зусиль і є орієнтиром як для управлінського персоналу, так і для рядових працівників. Коли весь персонал розуміє, куди рухається підприємство і що вони мають зробити для досягнення цілей, можна значно ефективніше координувати і стимулювати діяльність колективів підрозділів з досягнення цілей;
- планування спонукає керівників і весь персонал передбачити зміни, реагувати на них належним чином, врахувати наслідки змін;
- планування зменшує дублювання управлінських функцій і робіт, допомагає заздалегідь встановити необхідність в ресурсах і окреслити джерела їх отримання за плановими періодами;
- розроблені в процесі планування цілі стають базою для здійснення функції ефективного контролю. За наявності істотних відхилень досягнутих результатів від планових можна вдатися до коригування діяльності окремих ланок підприємства і досягти кращих кінцевих результатів.

Список літератури: 1. *В.Г. Герасемчук, А.Е. Розенплентер.* Экономика и организация производства: Підручник – К.: Знання, 2007р. – 678с. 2 *С.Ф. Покропивний.* Економіка підприємства. – К.: КПЕУ, 2004. – 528 с. 3 *Гетьман О.О., Шаповал В.М.* Економіка підприємства. –К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 488 с. 4. *Липин Е.В.* Экономический потенциал предприятия: Монография. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 310 с. 5. *А.В. Шегди* Економіка підприємства. – К.: Знання, 2006 – 614 с.

Надійшло до редколегії 13.12.2011

К.І. ДОКУНІНА, аспірантка ХНУБА, Харків

МЕХАНІЗМИ АКТИВІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ ДО ВПРОВАДЖЕННЯ ПОЛІТИКИ ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ

В статті розглянуті основні механізми державної економічної політики, які стимулюють підприємства до впровадження енергозберігаючої політики.

В статье рассмотрены основные механизмы государственной экономической политики, которые стимулируют предприятия к внедрению энергосберегающей политики.

The article discusses the basic mechanisms of government economic policies that encourage businesses to implement energy conservation policies.

Ключові слова: енергозбереження, енергетичні ресурси, державна політика, енергетичний менеджмент.

Вступ. Розвиток економіки країни, як суверенної держави, неможливий без вироблення національної ідеї та психології бережного й економного використання наявних ресурсів. Використання напрацьованого досвіду іншими країнами в сфері енергетичних і сировинних ресурсів є резервом підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняного промислового виробництва та способом інтеграції економіки України у світове господарство.

З результатів розрахунків, проведених на базі прогнозних даних проекту енергетичної стратегії України до 2030 р., виходить, що в країні за рахунок енергозбереження до 2020 р. можна досягти економії енергоносіїв у загальному обсязі порядку 470 млн. т умовного палива, що відповідає зменшенню витрат на їх імпорт близько 38 млрд. дол. Чиста економія (із врахуванням витрат на енергозбереження) може скласти у 2020 р. близько 15 млрд. дол. США [1]. Такі переваги відповідають зниженню енергоемності ВВП більш ніж у 4,8 рази. Реалізація державних програм по енергозбереженню може стати одним з ключових чинників технологічного переоснащення всієї української економіки. Тому в сучасних умовах функціонування економіки України завдання впровадження енергозберігаючих технологій набуває особливого значення, що потребує розробки відповідних механізмів активізації підприємств до забезпечення енергозбереження.

Багато вчених сьогодні, як і раніше, приділяють значну увагу дослідженню питань, пов'язаних із енергозбереженням. Так, різним аспектам енергозбереження на підприємствах в умовах ринкової економіки присвячено праці таких науковців та практиків як: Надтока Т.Б. [2], Суходоля О.М. [7-9], Бакалін Ю.І. [5], Лапко О.О. [14], Сердюк Т.В. [11], Буравльов Є. [15] та ін. Зокрема, у їх роботах розглядаються механізми енергозбереження на підприємствах, забезпе-

чення інноваційних процесів в енергозбереженні, концептуальні основи енергозбереження та енергоменеджменту. Не зважаючи на високий рівень професіоналізму названих авторів, в умовах сьогодення процес енергозбереження має певні проблеми щодо раціонального споживання паливно-енергетичних ресурсів та потребує визначення більш дієвих механізмів активізації впровадження політики енергозбереження на підприємствах.

Постановка задачі. Метою даної статті є дослідження теоретичних та практичних аспектів функціонування існуючих механізмів впровадження політики енергозбереження на підприємствах та розробка рекомендацій щодо активізації їх реалізації вітчизняними суб'єктами господарювання.

Методологія. В процесі наукового дослідження використовувався системний підхід щодо вивчення стану теорії і методології організації механізмів впровадження політики енергозбереження на підприємствах.

Результати дослідження. Економіка України страждає від марнотратства, оскільки люди важко змінюють звички, досить часто сплячує за неекономно використані ресурси. Слід зазначити, що надмірне споживання паливно-енергетичних ресурсів не збільшує їх корисність для споживача, проте вони шкідливо впливають на навколишнє середовище і безповоротно втрачаються. На кожній із стадій виробництва, перетворення, передавання та споживання енергії мають місце її безповоротні втрати. Рішення питань їхнього зменшення та підвищення ефективності використання енергії на кожній з цих стадій являє собою сутність енергозбереження[2]. Законодавством України дане поняття визначається наступним чином: енергозбереження - це діяльність (організаційна, наукова, практична, інформаційна), спрямована на раціональне використання та економне витрачання первинної та перетвореної енергії і природних енергетичних ресурсів в національному господарстві і яка реалізується з використанням технічних, економічних та правових методів [3].

Закон України “Про енергозбереження”, прийнятий в розпалі кризових явищ в економіці в 1994 році, передбачив систему інституційних, регуляторних й заохочувальних заходів щодо стимулювання режиму ощадливого використання паливно-енергетичних ресурсів. Разом з тим, як показує практика, існує необхідність вдосконалення адміністративних методів регулювання енергозбереження. Держава повинна контролювати енергозбереження, базуючись на системі нормативів та стандартів. За прямі втрати ресурсів повинен розраховуватись не споживач, а відповідальні особи на підприємствах, що може забезпечуватись тільки розширенням адміністративних функцій держави [3].

Практика визначення нормативів витрат енергоресурсів на виробництво конкретної продукції видається не зовсім зрозумілою. Так, по багатьох видах продукції нормативи витрат, які затверджуються Державним комітетом України з енергозбереження, не один рік перевищували фактично досягнуті значення питомих витрат. За останні роки прийнято ряд законодавчих актів, направлених на активізацію процесів енергозбереження, але істотних зрушень у напрямку розробки енергозберігаючої політики так і не відбулося. Більшість підприємств, як основні споживачі усіх видів енергії, не приділяють даній проблемі належної уваги, хоча від її вирішення багато в чому залежить ефективність виробничо-господарської діяльності та підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

На початку формування системи управління енергозбереженням в Україні були створенні органи управління на загальнодержавному рівні - Держкоменергозбереження та Державна інспекція з енергозбереження, на які було покладено формування нормативно-правових актів, що стимулюють енергозбереження та формують механізми для діяльності суб'єктів господарювання у цій сфері. За роки своєї роботи Держкоменергозбереженням підготовлено достатню базу нормативно-правових актів для врегулювання цієї, відносно нової для України, сфери діяльності держави. Загалом на сьогодні сферу енергозбереження регулюють Закони України, нормативно-правові акти, методичні документи, а також національні (ДСТУ) та міждержавні (ГОСТ) стандарти.

В Україні вже багато років енергетична проблема загрожує економічній безпеці країни і є однією з головних на шляху розвитку виробничого потенціалу. Екологічні проблеми величезні, але вирішуються теж поки що в кращому разі тільки на папері. Тому для України реалізація політики енергозбереження це явище не просто доцільне, а необхідне, яке не має альтернатив.

Основним завданням державної політики у сфері енергозбереження є запровадження економічного механізму стимулювання раціонального використання та економії паливно-енергетичних ресурсів, створення виробництва і широкого застосування енергетично ефективних технологічних процесів, обладнання та матеріалів. Джерелами фінансування заходів щодо раціонального використання і економії паливно-енергетичних ресурсів є фонд енергозбереження, власні та позикові кошти підприємств, установ і організацій. Слід зазначити, що головним стимулюючим чинником реалізації заходів з енергозбереження є зацікавленість усіх учасників в економії енергоресурсів. Тому стимулювання цього процесу є найважливішою складовою державної політики[4].

У зв'язку з тим, що проблема енергозабезпечення та раціонального енергоспоживання є однією з найважливіших загальнолюдських проблем, розв'язання

цього питання потребує узгоджених дій урядових установ, організацій і окремих людей. Тому на сучасному етапі господарювання доцільним при вирішенні проблем енергозбереження, є впровадження концепції енергетичного менеджменту, що передбачає радикальний перегляд існуючих точок зору щодо функціонування енергетичних структур на підприємствах різних галузей народного господарства, на будь-якому рівні управління. Маючи за основну мету досягнення енергоефективності та енергозбереження, енергетичний менеджмент - один з ефективних засобів енергозбереження [5].

До основних завдань енергетичного менеджменту на підприємствах відносяться: енергозбереження; оптимальна експлуатація та розвиток виробляючих, перетворюючих та споживаючих енергію систем; пошук нових ефективних джерел енергії; систематичний аналіз та компенсація екологічних наслідків енерговикористання. За допомогою впровадження на підприємстві енергетичного менеджменту досягається скорочення витрат на виробництво продукції за рахунок зменшення ними енергоспоживання. Встановлено, що впровадження на вітчизняних підприємствах прогресивних принципів організації виробництва і методів управління (енергетичного менеджменту) може забезпечити до 20% скорочення енерговитрат. Виявлений потенціал зменшення енерговитрат без значних капіталовкладень становить 10-15%. Таким чином, енергетичний менеджмент є дієвим інструментом підвищення ефективності енерговикористання та енергозбереження [6].

Оскільки розвиток енергозбереження потребує залучення фінансових коштів, фінансування енергозберігаючих заходів може здійснюватись з кількох джерел, а саме, за рахунок власних коштів підприємств, за рахунок коштів держави та за рахунок залучення позабюджетних інвестицій. В умовах ринкової економіки підприємства частіше орієнтуються на власні інвестиції і несуть повну відповідальність за ефективне використання коштів. Участь держави в такій ситуації повинна складатись в розгляді можливих джерел і умов фінансування і в забезпеченні заходів по стимулюванню таких інвестицій. Проте в умовах перехідної економіки, коли одним з найдефіцитніших ресурсів є саме фінансові засоби, без залучення державних навряд вдасться широко запровадити процес енергозбереження [7-10].

В цілому, оскільки реалізація енергозберігаючих заходів, як правило, являє собою звичайний процес інвестування, тільки відповідної конкретної спрямованості, поживленню цього процесу на підприємствах може сприяти активізація механізмів, що забезпечують збільшення обсягів інвестування за рахунок власних коштів. Для цього може застосовуватись прискорена амортизація основних

фондів, адже внаслідок швидкого накопичування амортизаційного фонду відбуватиметься активніша заміна неефективного обладнання на більш енергоефективне.

В разі реалізації енергозберігаючого інвестиційного проекту за рахунок переважно власних коштів або запозичених на загальних засадах, стимулювання енергозберігаючих процесів з боку держави доцільно проводити за допомогою пільгового оподаткування прибутку підприємств після реалізації енергозберігаючого інвестиційного проекту [11].

При переході до ринкових відносин, економічної самостійності підприємств роль держави в управлінні енергозбереженням перш за все зводиться до створення умов зацікавленості в його здійсненні. Поряд з тим, що основи енергозбереження закладаються на рівні держави, регіону, галузі, ефективність виявлення та використання резервів економії все більше залежить безпосередньо від підприємств.

Дієвим фактором має бути надання додаткових пільг щодо оподаткування прибутку, який використовується на технічне оновлення, модернізацію тощо. Цей прибуток повинен бути виведений з системи оподаткування, оскільки він витрачається на інноваційний розвиток фірми і тим самим сприяє збагаченню держави. В системі оподаткування повинно бути передбачено, що всі витрати, які несе підприємець по реалізації енергозберігаючих заходів, зменшують суму податків з його доходів за поточний період або в майбутньому [12]. Прибуток виробників енергозберігаючого обладнання, засобів контролю за витрачанням ресурсів також повинен обкладатись за пониженими податковими ставками або на 2-3 роки взагалі звільнюватися від податку. Пільгове оподаткування прибутку, отриманого за рахунок раціонального використання ПЕР, прибутку, отриманого від реалізації енергозберігаючої продукції, в кінцевому результаті принесе ще більший дохід у формі прибуткового податку, який збільшиться на величину зниження валових витрат виробництва, що відбудеться внаслідок реалізації енергозберігаючих заходів на підприємстві.

На підприємствах, які впроваджують енергозберігаючі технології, використовують відновлювальні джерела енергії слід застосовувати пільгове фінансування. Як конкретні заходи можна рекомендувати надання пільгового кредиту підприємствам, які купують ресурсозберігаюче обладнання, також надання підприємцям можливості отримувати знижки на придбання обладнання, устаткування, будівельні матеріали і конструкції, яке є високоенергоефективними.

Механізм надання пільгових кредитів (без відсотків або з низькими процентними ставками), має враховувати умови відшкодування банку витрат для ви-

дачі таких позик за рахунок коштів органів, які приймають рішення щодо надання пільг по кредитуванню: державного і регіональних фондів енергозбереження, місцевих бюджетів та позабюджетних фондів. Тут ще раз виявляється необхідність ретельної експертизи проектів фондами енергозбереження, яка б забезпечувала гарантовану економію ресурсів, котрі потім спрямовуються на погашення кредиту, адже в цьому випадку фонд виступає гарантом перед банком.

Держава повинна реалізовувати заходи, що стимулюють кредитування підприємств вітчизняними комерційними банками. Це може бути забезпечено шляхом пропорційного цьому кредитуванню зниження вимог резервування, скасування або зменшення податків на прибуток по кредитах.

Хоча в розвинених країнах застосування прискореної амортизації є одним з традиційних шляхів поживлення інвестиційної діяльності підприємств, спрямованої на відтворення основних фондів, офіційні статистичні дані щодо фінансових результатів діяльності вітчизняних підприємств свідчать, що для переважної більшості з них цей спосіб залучення фінансових ресурсів може бути придатним тільки в перспективі, якщо покращиться їх становище за допомогою інших методів, оскільки застосування прискореної амортизації тільки збільшуватиме негативний результат діяльності підприємств, погіршуватиме фінансові показники підприємства та зменшуватиме їх стійкість та відповідно цінність для інвесторів.

Серед альтернативних джерел та механізмів фінансування енергозбереження слід виділити таке нове поняття для української економіки, як енергозберігаючі сервісні компанії [8], які в усьому світі відомі як компанії, що за власний рахунок або за рахунок залучених коштів реалізують проекти по зниженню енергоспоживання на підприємствах або в будинках замовника. Енергосервісна компанія гарантує клієнту певний рівень енергозбереження і повертає інвестиції, отримуючи при цьому прибуток за рахунок частини коштів, які замовник починає економити на оплаті за енергоресурси. При цьому замовник, не вкладаючи власних коштів, отримує гарантовану економію. У 2000 році з'явився перший практичний досвід діяльності цієї компанії, який свідчить, що в Україні, попри недосконалість законодавчої бази і досить високі кредитні ставки, є значний ринок для розгортання діяльності енергозберігаючих сервісних компаній.

Наприклад, Харківською енергосервісною компанією ТОВ «КМТ-Енергія», діяльність якої направлена на забезпечення енергетичної ефективності виробництва, підвищення енергонезалежності об'єктів, зниження частки енергоресурсів у структурі собівартості продукції, було проведено у 2006р. енерге-

тичне обстеження. В результаті чого було визначено комплекс заходів з ранжуванням за вартістю та термінам окупності. В процесі реалізації запропонованих заходів з середнім строком окупності 12-14 місяців, заплановано досягнення річної економії грошових коштів в розмірі 1-1,5 млн. грн. [13].

Отже, активізація енергозбереження на сьогодні розглядається як глобальна проблема, яка повинна вирішуватись як на рівні окремих підприємств, так і на макрорівні - в усіх сферах економіки. Поряд з тим, що основи енергозбереження закладаються на рівні держави, регіону, галузі, ефективність виявлення та використання резервів економії все більше залежить від підприємств.

Масштабне впровадження високих сучасних технологій в енергетичній галузі та використання відновлювальних та нетрадиційних джерел енергії потребує значних витрат. І хоча в цих напрямках необхідно працювати, більш пріоритетним для України на найближчий період має стати енергозбереження як напрямок більш швидкоокупний. Зазначене вище вимагає проведення відповідної науково-технічної політики.

Стан, структура та ефективність основних фондів промисловості - це спадок, якого не можна позбутись та одномоментно виправити, і який виступає одним з головних факторів, що визначають перспективи розвитку. Економічний спад та неспроможність підприємств фінансувати інноваційну діяльність посилили технічну та технологічну відсталість виробництва, що було характерно для багатьох промислових підприємств ще з соціалістичних часів.

Таким чином, до пріоритетних напрямків енергозбереження слід віднести впровадження нових технологій і енергозберігаючого обладнання, удосконалення існуючих технологічних процесів і енергоспоживаючого обладнання [14,15]. Водночас, сучасний стан економіки України характеризується відсутністю надійних стабільних джерел фінансування енергозберігаючих проектів як з боку підприємств, так і бюджетів.

Висновок. Узагальнення результатів дослідження з теоретичних та практичних аспектів функціонування механізмів активізації підприємств до впровадження політики енергозбереження, дозволяє зробити наступні висновки:

- законодавча база України з питань енергозбереження є недостатньо дієвою з огляду на практичний досвід діяльності вітчизняних підприємств у цій сфері і, в подальшому, це питання має бути визначено як пріоритетне завдання Уряду країни, що сприятиме подоланню кризових явищ в економіці та підвищенні економічного потенціалу держави;

- для проведення ефективної цілеспрямованої політики держави щодо реалізації заходів з енергозбереження необхідне виконання основних завдань дер-

жавної політики енергозбереження з використанням економічних важелів та стимулів, що створить зацікавленість для підприємств, установ та організацій на оптимальне використання і економію паливно-енергетичних ресурсів;

- основними механізмами державної економічної політики, що стимулюють підприємства до впровадження енергозберігаючої політики є: фінансова підтримка енергозберігаючих інвестиційних та інноваційних проектів шляхом пільгового оподаткування прибутку або часткового покриття витрат на їх впровадження; пільгове кредитування енергозберігаючих заходів; використання пільгового оподаткування енергозберігаючого виробництва. Серед альтернативних механізмів активізації впровадження вітчизняними підприємствами енергозберігаючих заходів слід виділити розвиток таких інституцій, як енергозберігаючі сервісні компанії, практичний досвід функціонування яких в інших країнах свідчить про можливість впровадження таких компаній на ринок України.

Список літератури: 1.Енергетична стратегія України на період до 2030року від 15.03.2006р. №145-Р. [Електронний ресурс] – Режим доступу:www.uazakon.com 2.Надтока Т.Б., Амельницька О.В. Енергетична безпека підприємства як інструмент забезпечення його сталого розвитку. [Електронний ресурс] – Режим доступу:www.nbu.gov.ua 3.Закон України «Про енергозбереження».-www.uazakon.com 4.Онищук Г.І. Енергозбереження в міському господарстві - ключове питання формування регіонів високої енергоресурсної ефективності. [Електронний ресурс] – Режим доступу:www.nbu.gov.ua 5.Бакалін Ю.І. Енергозбереження та енергетичний менеджмент: навчальний посібник-Харків:ХІУ, 2002. - 200с. 6.Стратегія енергозбереження в Україні: Аналітично-довідкові матеріали в 2-х томах: Механізми реалізації політики енергозбереження/За ред. В.А. Жовтянського, М.М. Кулика, Б.С. Стогнія.-К.: Академперіодика, 2006. Т.2. -600с. 7.Суходоля О.М. Розвиток нормативно-правової бази енергозбереження та створення механізмів фінансового забезпечення енергозберігаючих проектів. [Електронний ресурс] – Режим доступу:www.esco-ecosys.narod.ru 8.Суходоля О.М. Механізми фінансування енергозберігаючих проектів у ринкових умовах господарювання. [Електронний ресурс] – Режим доступу:www.esco-ecosys.narod.ru/2003_12/art03.htm 9.Суходоля О.М. Розвитокмеханізмівенергозбереження у регіонах. [Електронний ресурс] – Режим доступу:http://esco-ecosys.narod.ru/2002_2/art38.htm 10.Про ефективність інвестицій в енергозбереження України. [Електронний ресурс] – Режим доступу:www.tecom.com.ua 11.Сердюк Т.В. Організаційно-економічний механізм енергозбереження в промисловості. Монографія. – Вінниця: УНІВЕРСУМ-Вінниця, 2005.-154с. 12.Закон України «Про оподаткування прибутку підприємств». [Електронний ресурс] – Режим доступу:www.uazakon.com 13.Офіційний сайт ТОВ «КМТ-Енергія». [Електронний ресурс] – Режим доступу:www.kmte.com.ua/r/licence/lic5.html 14.Ланко О.О. Інноваційні процеси в енергозбереженні//Вісник Українського Будинку економічних та науково-технічних знань. – 1998.-№5. – 15-18с. 15.Буравльов Є. Сума технологій як передумова сталого розвитку// Вісник НАН України. -№5. -2001.

Надійшло до редколегії 13.12.2011

О.Л. ЗАГОРЯНСЬКА, к.е.н, доц., Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського, Кременчук;

О.П. КОСЕНКО, к.е.н, доц., НТУ «ХПІ», Харків;

П.Г. ПЕРЕРВА, д.е.н., проф. НТУ «ХПІ», Харків

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В СУЧАСНИХ УМОВАХ РОЗВИТКУ

Запропоновано методичні підходи до визначення інтегрального показника конкурентних переваг вантажних автомобілів. Розроблено заходи щодо підвищення конкурентоспроможності та формування конкурентних переваг продукції машинобудівних підприємств.

Предложены методические подходы к определению интегрального показателя конкурентных преимуществ грузовых автомобилей. Разработаны мероприятия по повышению конкурентоспособности и формирование конкурентных преимуществ продукции машиностроительных предприятий.

The methodical going is offered near determination of integral index of competitive edges of trucks. Measures are developed on the increase of competitiveness and forming of competitive edges of products of machine-building enterprises.

Ключові слова: конкурентна перевага, конкурентоспроможність, стратегія конкурентоспроможності, машинобудівні підприємства

Вступ. Продукція машинобудівних підприємств матеріало- і наукомістка. Реалізувати таку продукцію в ринкових умовах не завжди легко з тієї причини, що необхідно досягти оптимального співвідношення між розміром корисного ефекту в споживача й витратами виробника. Лише в цьому випадку виробники можуть розраховувати на успіх в умовах гострої конкурентної боротьби. Таке становище вимагає від підприємств машинобудівної галузі постійного підвищення конкурентоспроможності своєї продукції, розширення її частки на відповідному ринку за рахунок модифікації або випуску зразків, які задовольняють потреби споживачів на більш високому рівні ніж вироби підприємств-конкурентів, формування додаткових конкурентних переваг. В умовах глобальної фінансової кризи, недоступності кредитних ресурсів і різкого зменшення споживчого попиту, вітчизняні підприємства втрачають свою конкурентоспроможність у порівнянні з європейськими, азійськими й американськими компаніями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вирішенню окремих завдань проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підп-

приємств, присвячені дослідження вітчизняних і закордонних учених. Основні принципи і підходи до визначення суті, механізмів управління конкурентними перевагами підприємств на ринку промислової продукції в умовах нестабільності економічного середовища ґрунтуються на працях вітчизняних і зарубіжних вчених: Г.Азоева, Р. Акоффа, О.Алимова, О.Амоші, І. Ансоффа, В.Глушкова, О.Градова, В.Гриньової, П.Друкера, Ж.Ламбена, М.Лєпи, Г. Перерви, М.Портера, О.Тридіда, М.Чорної, М.Чумаченка та ін. [1, 2, 3, 4, 5, 8, 10]

Проте, наукові дослідження на сучасному етапі здійснюються недостатньо. Має місце нагальна потреба в розробці напрямків підвищення конкурентоспроможності і формування додаткових конкурентних переваг для виробництва ключових видів продукції, зокрема, машинобудівних виробів.

Постановка задачі Недостатнє висвітлення методологічних і практичних проблем управління конкурентоспроможністю, а також відсутність чіткої методики визначення комплексного показника конкурентоспроможності продукції, визначають актуальність даної роботи.

Методологія. Теоретико-методологической основой исследования, результаты которого представлены в данной статье, послужили труды отечественных и зарубежных ученых, посвященных проблеме маркетинговых исследований и управлению рынком машиностроительной продукции.

Результати дослідження. Питома вага машинобудування в структурі промислового виробництва України становить лише 13%, у той час як в економічно розвинених країнах він досягає 35-50% [9]. Понад 50% виготовленої в Україні машинобудівної продукції експортується, але обсяги імпорту цієї продукції в 2,4 рази перевищують обсяги її експорту. Темпи росту імпорту значно випереджають темпи експорту, що негативно впливає на торговельний баланс. В 2008 році частка продукції машинобудування в структурі експорту склала 16,4%, а в 2009 – 7,1%, імпорт в 2008 – 31,1%, тоді як в економічно розвинених країнах світу машинобудування визначає їхній експортний потенціал і забезпечує від 32 до 40% усього експорту [7]. Серед номенклатури експорту переважають: механічне устаткування, машини, механізми, транспортні засоби, прилади, а ринками збуту залишаються в основному Росія, Казахстан та інші країни СНД, імпортується ж наукомістке устаткування, зокрема металургійне, поліграфічне, для текстильної промисловості, сільського господарства, медична техніка.

До настання кризи, машинобудування було лідером щодо росту обсягів реалізації продукції серед інших галузей промисловості. Ще в першому півріччі 2008 збільшення виробництва по галузі становило 29,5% (у середньому по промисловості – 7,7%). Машинобудування почало активно виходити на зовнішні ринки. У січні 2009 обсяги виробництва в машинобудуванні зменшилися в порівнянні з аналогічним періодом минулого року на 58,3%.

Галузі машинобудування мають різний потенціал розвитку після кризи. Зростання обсягів виробництва автомобілебудування залежить від поновлення кредитоспроможності банків, за рахунок чого формується основна частина попиту. Перспективним є виробництво електричного устаткування, попит на яке на світових ринках зберігся й надалі буде зростати. Нагальним є формування додаткових конкурентних переваг машинобудівних підприємств, до яких на нашу думку. В першу чергу слід віднести якість продукції, ефективність брендової політики, завоювання лояльності споживачів.

Обсяг ринку машинобудівної продукції в 2009 році склав 74 млрд. грн. (табл. 1). Це 15,5% від загального обороту обробної промисловості або 11% від обороту всіх українських промислових підприємств. Основною причиною такого різкого падіння обсягів виробництва в 2009 році, є зменшення споживчого попиту, а також використання імпортних комплектуючих, вартість яких різко зросла з девальвацією гривні. Частка збиткових підприємств в 2009 році склала 47,4% [4].

Проведений аналіз показав незадовільний стан конкурентоспроможності української економіки, розвиток енерго-, капітало-, еколого-, трудомістких виробництв, які мають експортний потенціал, і зміцнення в системі міжнародного поділу праці її сировинної низько технологічної спеціалізації. У короткостроковому плані економіка одержує переваги від нарощування низько технологічного експорту, і це суперечить стратегічним інтересам України. Проведений моніторинг конкурентного стану основних галузей вітчизняної економіки виявив, що машинобудування на сьогодні є низько конкурентним і потребує технологічної модернізації та інвестиційної підтримки.

Таблиця 1 - Обсяги виробництва продукції машинобудівної галузі України, млрд. грн.

Роки	Транспортні засоби та обладнання	Електричне, електронне та оптичне обладнання	Машини та устаткування
2001	10	7	8
2002	12	7	9
2003	13	8	10
2004	17	17	18
2005	20	15	25
2006	22	18	25
2007	24	27	47
2008	39	24	60
2009	23	20	28
2010	24	21	33
2011	26	22	33

Кременчуцький регіон представлений наступними підприємствами (табл. 2), які займають провідне місце в промисловості України.

Таблиця 2 - Характеристика машинобудівних підприємств м. Кременчука [3].

Найменування підприємства	Сфера діяльності	Обсяги реалізації продукції		
		2008	2009	2010
ХК «АвтоКрАЗ»	Виробництво автомобілів вантажопідйомністю від 10 до 27 т.	3413 шт.	278 шт.	1002 шт.
ВАТ «Колісний завод»	Виробництво коліс для вантажних і легкових автомобілів, с/г техніки	3474,18 тис. шт.	1528,64 тис. шт.	2160,51 тис. шт.
ВАТ «Крюківський вагонобудівний завод»	Виробництво: - вантажних вагонів; - пасажирських вагонів; - вагонів метро	6420 107 -	3314 25 -	9090 38 20
ВАТ «Кредмаш»	Асфальтозмішувальні установки	102	26	47
ВАТ «Завод технічного вуглецю»	Виробництво 10-ти марок технічного вуглецю (N539, N550, N339, N330, N375, N220, N660)	68996 тонн	35822 тонн	40191 тонн
ТОВ «Автоскладальний завод»	Крупновузлове складання автомобілів наступних марок: BA3, FAW, Ssangyong, Geely, Great Wall, Chana.	7670 штук	3748 штук	6341 штук

Дані табл. 2 показують, що в 2009 році всі машинобудівні підприємства м. Кременчука різко знизили обсяги виробництва продукції. Кризові явища в країні негативно вплинули на діяльність цих підприємств. Основними причинами такого стану стали зовнішні фактори, неефективне управління, а також відсутність стратегії розвитку та стабілізації.

Діяльність підприємства повинна бути спрямована на виробництво продукції для певного сегмента ринку, що є важливою його конкурентною перевагою. Забезпечуючи й підтримуючи конкурентоспроможність продукції, виробники несуть відповідні витрати й дуже важливо, щоб рівень цих витрат був оптимальним (дозволяв продукції бути конкурентоспроможним, а підприємству рентабельним). У свою чергу, таку оптимізацію необхідно здійснювати на всіх етапах підвищення конкурентоспроможності продукції, враховуючи особливості кожного сегмента ринку, виходячи з наступної, запропонованої класифікації (табл. 3) .

Таблиця 3 - Класифікація ринків збуту машинобудівної продукції [3]

Найменування сегменту ринку	Основні ознаки				
	Платоспроможність	вимоги стандартів	вимоги до післяпродажного сервісу	якість товарів - конкурентів	імідж підприємства-виробника
Сегмент А	низька	середньої жорсткості	низька	низького рівня	середньої важливості
Сегмент В	низька	середньої жорсткості	низька	середнього рівня	середньої важливості
Сегмент С	середня	жорсткі	середня	середнього рівня	середньої важливості
Сегмент D	висока	жорсткі	висока	високого рівня	важливий

Така класифікація базується на основних положеннях теорії маркетингу що дозволяє характеризувати кожний сегмент ринку за однаковими показниками. Виділення окремого сегмента ринку базується на наступних критеріях: змінюваність сегмента, доступність впливу на сегмент, обсяг сегмента й подібність представників сегмента. Сегментування ринку використовується при позиціонуванні товару, яке визначається тим, що споживач думає про товар і з яким набором властивостей він його ідентифікує, що доведено в роботі [3].

Таким чином, кожний ринок збуту, виходячи зі своїх особливостей функціонування, висуває різні вимоги до продукції й головне завдання

створеної на підприємстві системи економічних заходів щодо підвищення рівня конкурентоспроможності продукції, полягає в поліпшенні споживчих характеристик продукції згідно тих або інших вимог ринку.

Висновки. У статті, з урахуванням особливостей періоду становлення в Україні ринкових відносин, специфіки й виняткової важливості машинобудування для економіки держави, встановлено, що реальне підвищення конкурентоспроможності вітчизняного машинобудування може забезпечити лише комплекс макро- і мікроекономічних заходів по посиленню існуючих та формуванню нових конкурентних переваг машинобудівних підприємств та їх продукції, а саме:

- активізація інноваційних процесів на машинобудівних підприємствах, що дозволить виготовляти продукцію для різних сегментів ринку, враховуючи їх вимоги;
- технологічне відновлення виробничих фондів машинобудівних підприємств;
- активізація системного стратегічно-орієнтованого управління конкурентоспроможністю машинобудівних підприємств;
- підвищення якості продукції до рівня провідних світових виробників;
- розвиток брендової політики та підвищення авторитету вітчизняного машинобудування на світовому ринку.

Список література: 1. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л.Азоев, А.П.Челенков — М.: ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. — 256 с. 2. Загорянська О.Л. Визначення комплексного індексу конкурентоспроможності вантажних автомобілів / О.Л. Загорянська // Регіональні перспективи. 2002. - №1 (20). - С. 61-63. 3. Загорянська О.Л. Проблеми становлення конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в сучасних умовах розвитку / О.Л.Загорянська // Електронне наукове видання Дніпропетровського державного аграрного університету "Ефективна економіка" №6, 2011 р.- Режим доступу: <http://economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=607> 4. Лена Н. Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия /Н.Н.Лена //НАН України. Институт экономики промышленности. - Донецк: ООО «Юго-Восток, Лтд» 2003. - 296 с. 5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. Електронний ресурс <http://www.ukrstat.gov.ua>. 6. Павленко Ф. Підвищення конкурентоспроможності виробництва в країнах з перехідною економікою/ Ф. Павленко, М. Якубовський // Економіка України. — 1998. — № 11. — с. 42–51. 7. Пасхавер О. Економічна криза в Україні: наслідки та ефективність антикризової політики. Електронний ресурс <http://www.c-e-d.info>. 8. Портер М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Е. Портер // Пер. с англ. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 715 с. 9. Фарінович І. В. Тенденції розвитку машинобудівної галузі в економічному розвитку України / І. В. Фарінович // Науковий вісник НЛТУ України. 2009. - № 19. - С. 83-88. 10. Чорна М.В. Трансформація підходів до визначення джерел формування конкурентних переваг підприємства/М.В.Чорна// Вісник економічної науки України.- 2009.- №1.- С.184-186

Надійшло до редколегії 13.12.2011

В.Я. ЗАРУБА, д-р экон.наук, профессор, НТУ «ХПИ», Харьков
Л.В. СОКОЛОВА, д-р экон.наук, профессор, ХНУРЭ, Харьков
М.М.ГУРЕВИЧОВ, д-р экон.наук, профессор, НТУ «ХПИ», Харьков

ФОРМИРОВАНИЕ И ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КОНЬЮНКТУРЫ РЫНКА ПРОМЫШЛЕННЫХ СРЕДСТВ АВТОМАТИЗАЦИИ

Розглянуто питання формування кон'юнктури ринку електротехнічної продукції, що є носієм науково-технічного прогресу. Особлива увага приділена дослідженню ринкових показників, які впливають на кон'юнктуру ринку: попит, пропозиція, якість продукції, цінові співвідношення.

Рассмотрены вопросы формирования конъюнктуры рынка электротехнической продукции, которая является носителем научно-технического прогресса. Особое внимание уделено исследованию рыночных показателей, которые оказывают решающее влияние на конъюнктуру рынка: спрос, предложение, качество продукции, ценовые соотношения.

Questions of formation of market condition of electrotechnical production which is the carrier of scientific and technical progress are considered. The special attention is given research of market indicators which make solving impact on market condition: demand, the offer, quality of production, price parities.

Ключевые слова: конъюнктура рынка, средства автоматизации, спрос, предложение, качество, цена.

Постановка проблемы. Эффективная деятельность предприятий и фирм в условиях рыночной экономики в значительной степени зависит от того, насколько достоверно они предвидят дальнюю и ближнюю перспективу своего развития, то есть от прогнозирования конъюнктурных изменений на целевом рынке. Особое значение данная посылка имеет применительно к электротехническим средствам автоматизации производственных процессов. Прогнозирование деятельности предприятий и фирм – это оценка перспектив их развития на основе анализа конъюнктуры рынка, изменения рыночных условий на предстоящий период. Результаты прогнозирования деятельности предприятий и фирм учитываются в программах предприятий по маркетингу, при определении возможных масштабов реализации продукции, ожидаемых изменений условий сбыта и продвижения товаров. Прогнозирование как результат маркетинговых исследований является исходным пунктом организации производства и реализации именно той продукции, которая требуется потребителю.

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации является актуальным, поскольку при благоприятной рыночной конъюнктуре товаропроизводитель сможет вовремя ее учесть и приспособиться к ней, что повлияет на финансовые результаты деятельности всего машиностроительного комплекса. Весомый взнос в разработку проблем развития этой отрасли, изучения спроса и предложения и связанной с ними цены, внесли ученые-экономисты: О.А.Кратт [3, 4], В.Р. Кучеренко [5], В.А. Карпов [5], И. Соломенцев [5], Л.Г.Липич [6], О.В.Коций [6], И.Н.Грищенко [1], П.Г.Перерва [7], Н.П.Ткачева [8], Т.А.Кобелева [8], Р.В. Федорович [9] и другие. Вместе с тем, целый ряд научных положений применительно к оценке, формированию и прогнозированию конъюнктуры внутреннего и внешнего рынка промышленных товаров в целом, и электротехнических средств автоматизации, в частности, требуют своего дальнейшего развития и совершенствования.

Целью статьи является развитие теоретических положений и практических рекомендаций по измерению и оценке конъюнктуры рынка продукции машиностроительных предприятий, специализирующихся на производстве электротехнических средств автоматизации. .

Методология. Теоретическую и методологическую основу исследования составляют классические и прикладные труды отечественных и зарубежных специалистов в области теории маркетинга, исследований конъюнктуры рынка, экономической теории, статистики, аналитической диагностики и методов анализа.

Изложение основного материала. Термин «конъюнктура» происходит от средневекового латинского *conjuncture* (лат. *conjungo* — связываю, соединяю) и означает сложившуюся обстановку, создавшееся положение, временную ситуацию в какой-либо области общественной жизни, например «международная конъюнктура». Конъюнктура экономическая — конкретные условия процесса воспроизводства на каждый данный момент. В основе формирования и изменения конъюнктуры лежат главным образом факторы, определяющие движение цен, ценных бумаг, размеров производства, занятости и др.

Рынок продукции электротехнической промышленности Украины сегодня занимает особое место в машиностроительном комплексе промышленности страны в целом. Украинское электротехническое производство развивается высокими темпами. Что касается производства непосредст-

венно средств автоматизации (низковольтной аппаратуры, всех видов электродвигателей, релейной продукции, трансформаторов и т.п.), то современное состояние отечественного рынка этой продукции определяется в первую очередь жесткой внутриукраинской конкуренцией заводоизготовителей.

В связи с возросшим интересом зарубежных производителей электротехнического оборудования к украинскому рынку, а также желанием отечественных компаний расширить свой рынок сбыта за счет зарубежных потребителей. Резкое снижение импорта электротехнических средств автоматизации в 2008 возможно было связано с приближением мирового финансового кризиса

Предположительно, в ближайшее время, рост производства электротехнических средств автоматизации будет связан в основном с освоением выпуска новых энергоэкономичных, конкурентоспособных средств автоматизации, имеющих повышенный спрос.

По нашей оценке, наконец-то прекращается многолетний спад производства в машиностроении. В большинстве подотраслей машиностроительного комплекса наблюдается заметное оживление деловой активности (за исключением железнодорожного, сельскохозяйственного и строительно-дорожного машиностроения). Увеличивается спрос на комплектующие, в том числе и на электродвигатели переменного тока с высотой оси вращения 63 – 355 мм, которые и представляют одно из основных составляющих (сегментов) рынка электротехнических средств автоматизации.

За последние шесть месяцев 2011 года и соответствующего периода 2010 года производство электротехнических средств автоматизации возросло на 5,1% и, учитывая определенный спад в летние месяцы, годовое производство, по оценке специалистов, возрастет на 4%.

Общий объем продаж электротехнических средств автоматизации на рынках Украины с учетом импорта возрастет на 2,3%, а объем продаж отечественной продукции возрастет более чем на 5%, что будет обусловлено дальнейшим снижением импорта в 2012 г. за счет расширения ассортимента выпускаемой на отечественных заводах продукции. Постоянно растет средняя единичная мощность электродвигателей (с 8,6 кВт в 2004 г. до 9,5 кВт в 2011 г.), что также способствует сокращению импорта электродвигателей высокой мощности и электротехнических средств автоматизации в целом.

Как нам представляется, важным элементом конъюнктурных исследований является выявление и обоснование различного рода факторов и показателей, которые оказывают решающее влияние на формирование и прогнозирование рыночной конъюнктуры. Применительно к электротехническим средствам автоматизации нами определены следующие группы и показатели формирования конъюнктуры.

На наш взгляд, большинство основных экономических показателей сферы (процесса) воспроизводства и исследования конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации можно свести в характерные группы [5], характеризующие те или иные стороны (особенности) состояния и проявления рыночной конъюнктуры:

1. Показатели устойчивости, цикличности и динамики развития рынка электротехнических средств автоматизации:

- средние показатели конъюнктуры (спроса, предложения, объемов производства, объемов потребления и т.п.);
- показатели вариации конъюнктуры (прогнозные изменения важнейших показателей, их границы, достоверность прогноза вариации конъюнктурных изменений и т.п.);
- показатели формы конъюнктурной волны (прогноз стадии большого цикла конъюнктуры);
- показатели динамики конъюнктуры (темпы роста, векторы и параметры тренда, функции тренда);
- параметры моделей сезонности и цикличности развития (к средствам автоматизации параметр сезонности также имеет отношение, так как агропромышленный комплекс является существенным сегментом данного рынка).

2. Показатели рыночного предложения электротехнических средств автоматизации:

- объем, структура и динамика предложения электротехнических средств автоматизации;
- функциональные возможности предложения электротехнических средств автоматизации;
- эластичность предложения электротехнических средств автоматизации на целевом рынке.

3. Показатели рыночного спроса электротехнических средств автоматизации:

- объем, структура и динамика спроса электротехнических средств автоматизации;
- показатели сегментации и дифференциации спроса на электротехнические средства автоматизации;

- функциональные возможности спроса (емкость рынка электротехнических средств автоматизации);
- эластичность спроса на электротехнические средства автоматизации на рынке.

4. Пропорциональность существующего и перспективного рынка электротехнических средств автоматизации:

- показатели соотношения спроса и предложения (объемы и цена равновесия);
- структуры рынка электротехнических средств автоматизации (показатели производства основных производителей, структура потребления, структура товарооборота и т.п.);
- раздел рынка между основными производителями, торговыми посредниками и торговлей;
- территориальная структура рынка;
- соотношение с другими рынками;
- показатели масштаба рынка, уровень монополизации и конкурентности.

5. Деловая активность и коммерческий риск на рынке электротехнических средств автоматизации:

- объем, число, частота и динамика сделок с покупкой и продажей электротехнических средств автоматизации;
- индексы деловой активности, макроэкономические показатели и индексы экономического барометра;
- показатели производственных (торговых) возможностей предложения электротехнических средств автоматизации;
- показатели сбытовых возможностей предложения (портфель заказов, его состав, заполненность и динамика);
- уровень коммерческого риска (инвестиционный риск, риск принятия решений, риск конъюнктурных колебаний, непредвиденный риск и другие виды рисков).

Разработанная система показателей формирования конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации, как нам представляется, охватывает самые основные, наиболее применяемые показатели, которые могут быть использованы при анализе важнейших изменений произошедших за исследуемый период, и необходима при определении перспектив развития и моментов перелома конъюнктуры, т.е. для составления прогноза ее изменения. Обращает на себя внимание то обстоятельство, что многие важные из приведенных показателей конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации отражают не статичные явления, а динамические или вариационные процессы, другие – характеризуют структуру явления, соотношения и их сдвиги. Некоторые конъюнктурные характеристики, в частности тенденции и их устойчивость, могут быть получены

только в результате соответствующей обработки трендовых моделей. Один из основных объемных показателей - спрос, представляет собой не реальную, непосредственно измеряемую величину, а потенцию и в силу этого доступен лишь косвенным оценкам [5].

Выводы и рекомендации. Исследование конъюнктуры рынка машиностроительных предприятий в, в частности, конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации, представляет собой сложную многоаспектную научную задачу. Использование при решении поставленных вопросов концепции конъюнктуроформирующих показателей позволяет вознести методологию решения на новый научно обоснованный уровень, добиться в большей степени обоснованных результатов и осуществлять с большей эффективностью формирование конъюнктуры рынка конъюнктуры рынка электротехнических средств автоматизации.

Список литературы. 1. Грищенко І.М. Інноваційні підходи до дослідження кон'юнктури товарних ринків України [Текст] / І. М. Грищенко // Проблеми науки. – 2006. – №6. – С. 9-13. 2. Кобелева Т.О. Показники і критерії оцінки кон'юнктури товарного ринку / Т.О.Кобелева, П.Г.Перерва // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу: матеріали ІV Міжнар. наук.-практ. конф., 29.09 -01.10.2011р.- Суми: ТОВ «Папіріус», 2011.- С.161-163. 3. Крафт О.А. Визначення поняття "кон'юнктура ринку" / Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 56. - Донецьк, ДонНТУ, 2003. - С.195-201. 4. Крафт О.А. Типізація об'єктів кон'юнктурних досліджень // <http://www.vesna.org.ua/txt/sxid/econ2003/52.html>. 5. Кучеренко В.Р., Карпов В.А., Соломенцев І. Проблеми кон'юнктурних досліджень на ринках товарів і послуг. /Научное издание- Одесса : ОГЭУ, 2006.- 205 с. 6. Ліпич Л. Г. Система показників оцінки кон'юнктури ринку / Л.Г.Ліпич, О.В.Коцкій. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvvnv/ekonomika/2007_12/R1/1.pdf. 7. Перерва П.Г. Ценовые характеристики конкурентоспособности при проведении кон'юнктурных исследований//П.Г.Перерва, Т.О.Кобелева, Н.П.Ткачева// Вісник Національного технічного університету «ХПІ».- 2011.- Випуск 8.- С.191-197. 8. Ткачева Н.П. Формирование конъюнктуры электротехнических изделий на основе их конкурентных преимуществ/ П.Г Перерва, Н.П.Ткачева, Т.А. Кобелева//Вісник НТУ «ХПІ» «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – Харків: НТУ «ХПІ». – 2010, - №59. – С.141-146. 9. Федорович Р. В. Маркетинговий аналіз кон'юнктури ринку / Р.В.Федорович, С.В. Семенюк //Галицький економічний вісник. — 2009. — № 2. — С. 47-52.

Надійшло до редколегії 15.12.2011

Н.С. ІЛЛЯШЕНКО, к.е.н, доц. Сумського державного університету, Суми;
А.В. КОСЕНКО, к.е.н, доц., НТУ «ХПІ», Харків

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ КОН'ЮНКТУРИ ЦІЛЬОВОГО РИНКУ ПІДПРИЄМСТВА В РАМКАХ КОНЦЕПЦІЇ ІННО- ВАЦІЙНОГО МАРКЕТИНГУ

Проведено детальний аналіз існуючих принципів управління підприємствами з метою їх використання для формування кон'юнктури цільового ринку. Обґрунтовано структуру та ієрархію принципів управління на засадах концепції інноваційного маркетингу.

Проведен детальний аналіз существующих принципов управления предприятиями с целью их использования для формирования конъюнктуры целевого рынка. Обоснована структура и иерархию принципов управления на началах концепции инновационного маркетинга.

The detailed analysis of existent principles of management enterprises is conducted with the purpose of their use for forming of the state of affairs of target market. Grounded structure and hierarchy of principles of management on principles of conception of the innovative marketing.

Ключові слова: кон'юнктура ринку, принципи управління, інноваційний маркетинг, машинобудівне підприємство

Вступ. Розвиток цільових ринків промислових підприємств ставить нагальну задачу по розробці методів формування кон'юнктурних співвідношень. Це є запорукою того. Що навіть в кризових умовах діяльності промислові підприємства мають змогу завчасно прогнозувати зміни в кон'юнктурі та планувати заходи по їх врахуванню. Саме через функцію перспективного планування відбувається процес координації дій основних суб'єктів господарювання на підприємстві, головною метою яких є досягнення поставлених цілей та виконання місії підприємства в галузі виробництва та збуту своєї продукції.

Постановка проблеми. Особливого значення формування кон'юнктурних співвідношень набуває для інноваційно-активних підприємств, адже виявити чи спрогнозувати майбутні потреби і запити споживачів та запропонувати шляхи їх задоволення є однією з найскладніших задач їх діяльності. Однак, як свідчить практика без впровадження інновацій на сьогодні не можливе виживання та активний розвиток вітчизняних підприємств, які за рівнем конкурентоспроможності досить сильно відстають від закордонних конкурентів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні та практичні аспекти ринкової діяльності підприємствами висвітлені в роботах таких відомих вчених, як Тейлор Ф., Мескон М.Х., Альберт М., Хедоури Ф., Іванова В.Н., Мішенін Е.В. та ін. Окрім того питанням планування господарської діяльності вітчизняних підприємств присвячені роботи Воєводіна С.О., Круглова М.І., Лапіна Є.В., Мішеніна Є.В. та ін. Однак, слід відзначити недостатнє розроблення комплексу питань, пов'язаних з плануванням діяльності саме інноваційних підприємств, господарювання яких досить часто відбувається в умовах невизначеності та ризику.

Мета статті. В умовах інноваційного розвитку економіки та переходу підприємств до концепції інноваційного маркетингу виникає необхідність аналізу та розробки рекомендацій стосовно процесу планування діяльності інноваційно-активних підприємств, формування і прогнозування кон'юнктури цільового ринку продукції, що і є метою даної роботи.

Виклад основного матеріалу. Починаючи свою ринкову діяльність, формуючи показники кон'юнктури, органи управління підприємством повинні визначити основні принципи управління, які в подальшому є головними корпоративними правилами його діяльності. На основі аналізу публікацій щодо існуючих принципів управління [1-15], для промислових підприємств, які керуються концепцією інноваційного маркетингу нами пропонується використовувати наступні [3]:

- принцип орієнтації підприємства на інноваційний шлях розвитку – передбачає орієнтацію підприємства на безупинний пошук і використання нових способів і сфер реалізації інноваційного потенціалу в мінливих умовах зовнішнього середовища відповідно до обраної місії та стратегії економічного розвитку [7]. Для підприємств, що керуються концепцією інноваційного маркетингу цей принцип є одним з основних, адже саме інновації є головним інструментом даних підприємств в досягненні поставленої мети.

- принцип орієнтації на споживачів – передбачає постійний аналіз рівня споживацького задоволення і виявлення шляхів його підвищення. Головною місією підприємств, що керуються концепцією інноваційного маркетингу є задоволення потреб і запитів споживачів. Таким чином, будь-яке відхилення від місії є неприйнятним і потребує негайних рішень і дій.

- принцип орієнтації на працівників – передбачає ретельну роботу по підбору на навчання працівників, підвищення рівня їх кваліфікації та професіоналізму, урахування їх потреб, надання можливості участі в при-

йнятті управлінських рішень. Інновації як відомо є результатом певної ідеї. Генератором ідей досить часто виступають саме працівники підприємств. Тому, для інноваційно-орієнтованих підприємств необхідною умовою їх функціонування є ефективний процес відбору працівників та їх професійного розвитку, а також надання їм можливості висловлювання власної думки та застосування нових знань.

- принцип забезпечення максимізації прибутку підприємства при одночасній максимізації добробуту кожного працівника [14]. Будь-яке підприємство (окрім некомерційних), реалізуючи свою господарську діяльність має на меті отримання прибутку. Однак, максимізація прибутку повинна відбуватись в тісній взаємозалежності та взаємоузгодженості з покращенням рівня кожного зайнятого у господарській діяльності працівника. Це пов'язано з тим, що працівники ефективно проводять свою діяльність лише коли бачать певні результати саме для себе, особливо, коли ці результати сприяють підвищенню їх рівня добробуту.

- принцип наукового обґрунтування системи управління – передбачає врахування при формуванні системи економічних законів та законів мислення, застосування наукових підходів, направлених на підвищення рівня стабільності системи управління [1, 14, 15]. Цей принцип дозволить підприємствам, що керуються концепцією інноваційного маркетингу, шляхом використання наукових підходів до управління, а також останніх досягнень в різних галузях науки підвищити рівень конкурентоспроможності і досягти реалізації бажаної мети.

- принцип збереження та розвитку конкурентних переваг – виявлення сильних та слабких сторін функціонування підприємств дозволяє формувати стратегію діяльності на основі їх прогнозування, досягати першості у випуску товару в порівнянні з конкурентами [15]. Так, підприємство не повинно зупинятись на досягнутому. Адже, досягнувши лідерства, підприємство повинно постійно підтримувати власні позиції і намагатись не лише не допустити конкурентів до зайнятого відсотку ринку, але й намагатись збільшити цей відсоток.

- принцип системності – передбачає розгляд підприємства як системи, сукупності взаємопов'язаних елементів (підсистем), зв'язок з зовнішнім середовищем. Системний підхід дає можливість врахувати всі необхідні взаємозв'язки та взаємодії в системі управління, дозволяє при постановці цілей всебічно зважувати всі фактори та направляти механізми управління на досягнення цілей. Система управління промисловим підприємством, що керується

концепцію інноваційного маркетингу, є відкритою системою, яка постійно повинна адаптуватись до змін зовнішнього середовища, тим самим намагатись зменшити негативний його вплив і використовувати ринкові можливості. До основних системних принципів відносять [11]:

- цілісність – принципову неможливість зведення властивостей системи до суми властивостей її елементів; залежність кожного елемента, властивості і відношення системи від його місця, функцій усередині;
- структурність – можливість опису системи через визначення її структури;
- взаємозалежність системи і зовнішнього середовища – система формує і виявляє свої властивості в процесі взаємодії із середовищем;
- ієрархічність – кожний елемент системи може розглядатись як окрема система і може являти собою один із компонентів системи більш високого рівня;
- множинність описів кожної системи – через принципову складність кожної з них їх адекватне пізнання потребує побудови множини моделей, що описують певні аспекти системи.
- принцип правової регламентації управління – економіко-правове регулювання процесів управління підприємством з дотриманням вимог нормативних актів, які регламентують законність управління [4]. Особливої уваги цей принцип отримує у зв'язку з недостатньо розвинутою в країні законодавчою базою в сфері інноваційної діяльності та інтелектуальної власності. Тому врахування цієї проблеми є досить важливим для функціонування підприємства.
- принцип єдності теорії та практики управління – будь-яке управлінське рішення повинно відповідати логіці, принципам та методам управління та вирішувати одну з практичних завдань [15]. Таким чином, органи управління підприємством приймаючи рішення про розробку та впровадження певної інновації повинні розуміти, що даний процес не порушує принципів та методів управління, які є основою менеджменту підприємства та необхідні для виконання його місії і досягнення поставленої мети діяльності.
- принцип співставлення варіантів управлінських рішень при їх виборі – альтернативні варіанти управлінських рішень призводять в порівнянний вигляд за наступними факторами: часу, якості, рівню освоєння, методу отримання інформації, факторам ризику та невизначеності [7]. Реалізуючи інноваційну діяльність підприємство повинно постійно приймати рішення про вибір однієї або декількох альтернатив. Для того, щоб рішення було чітко обґрунтованим,

необхідно проводити постійне порівняння кожної з альтернатив за встановленими експертами критеріями.

Нами пропонується розглядати ці принципи в певній ієрархії корпоративних правил, яка дозволяє виокремити найбільш вагомі з них для підприємств, які керуються концепцією інноваційного маркетингу. Дана ієрархія представлена наступним чином [3].

А. Принципи вищої ланки (найбільш вагомі принципи):

- принцип орієнтації на споживачів – саме цей принцип лежить в основі місії підприємства, що функціонує на засадах інноваційного маркетингу;
- принцип орієнтації підприємства на інноваційний шлях розвитку – в його основі представлена головна сутність концепції інноваційного маркетингу – інновації (як продуктові і технологічні, так і маркетингові);
- принцип орієнтації на працівників – його виконання дозволяє підвищити ефективність і раціоналізувати процес генерації ідей інновацій на підприємстві, основними джерелами яких є його працівники.

Б. Принципи середньої ланки :

- принцип забезпечення максимізації прибутку підприємства при одночасній максимізації добробуту кожного працівника, який доповнює принцип орієнтації на працівників;
- принцип збереження та розвитку конкурентних переваг, який передбачає процес постійного розвитку інноваційної та маркетингової діяльності як основних функцій підприємства.

В. Принципи нижньої ланки:

- принцип системності;
- принцип наукового обґрунтування системи управління;
- принцип співставлення варіантів управлінських рішень при їх виборі;
- принцип правової регламентації управління;
- принцип єдності теорії та практики управління.

Всі вище перелічені принципи в групі «А» та в групі «Б» дозволяють підприємству визначати основні цілі діяльності та завдання по їх досягненню. Найбільше значення ці показники мають для виконання завдання по формуванню кон'юнктури цільового ринку підприємства. У руслі концепції інноваційного маркетингу основною ціллю діяльності підприємства є лідерство на ринку (сегменті, ніші). Відповідно до методичного підходу М. Портера, підприємство може досягти першості на ринку або за ціновими параметрами, або за унікальністю. Саме інновації дозволяють підприємству створювати унікальність з метою задоволення потреб та запитів споживачів. Таким чином, ос-

новним інструментом досягнення поставленої цілі на підприємстві є виробництво і розповсюдження інновацій та використання при цьому інноваційних інструментів, форм та методів маркетингу.

Всі інші принципи (група «В») відносяться до нижньої ланки, які мають приблизно однакову вагомість для підприємств. Майже завжди вони є орієнтирами для будь-якого підприємства, не залежно від його концепції діяльності і основних цілей. Через реалізацію вищезазначених дій, а саме встановлення цілей та завдань полягає виконанням підприємством однієї з його управлінських функцій, а саме функції планування, завданням якої є визначення поточної ситуації підприємства, встановлення потенційних та бажаних результатів ринкової діяльності по формуванню кон'юнктурних співвідношень і визначення шляхів їх досягнення.

Висновки. Підсумовуючи вищевикладене, варто зазначити, що система управління підприємством, виконанням завдань по формуванню кон'юнктурних співвідношень, яке керується в своїй діяльності концепцією інноваційного маркетингу має певні відмінності від традиційної системи управління, однією з яких є те, що головними принципами управління є принцип орієнтації на інноваційний шлях розвитку, принцип орієнтації на споживача та принцип орієнтації на працівника. Якраз і принципи в повній мірі забезпечують виконання основного принципу маркетингу – орієнтації на споживача, що і дозволяє сформувати позитивну для підприємства та його колективу кон'юктуру цільового ринку.

Список літератури: 1. Воеводин С.А. Экономический механизм управления промышленным производством: методология и практика организации / С.А. Воеводин. – К. : Вища школа, 1991. – 152 с. **2.** Ілляшенко С.М. Управління портфелем замовлень науково-виробничого підприємства : Монографія / С.М. Ілляшенко, О.М. Олефіренко [За заг. ред. Ілляшенко С.М.]. – Суми : ВТД «Університетська книга», 2008. – 272 с. **3.** Ілляшенко Н.С. Планування діяльності підприємств на засадах концепції інноваційного маркетингу / Н.С. Ілляшенко // // Маркетинг: теорія і практика. Збірник наукових праць Східноукраїнського національного університету ім. В. Даля. – 2011. – С. 107-111. **4.** Лапин Е.В. Содержание и структура экономического потенциала предприятия / Е.В. Лапин // Механизм регулирования экономики. – 2002. – №1-2 – С.188–192. **5.** Менеджмент для магистров : Учеб. пособие / [Под ред. А.А. Епифанова]. – Сумы : Университетская Книга, 2003. – 762 с. **6.** Менеджмент організацій : Підручник / [За заг. ред. Л.І. Федулової]. – К. : Либідь, 2003. – 448 с. **7.** Мескон М.Х. Основы менеджмента / М.Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури ; пер. с англ. – М. : «Дело», 1992. – 702 с. **8.** Основы менеджмента : Учебное пособие [2-е изд.]. – М. : Изд. дом "Дашков и К", 2000. – 176 с. **9.** Основы менеджмента: современные технологии : Учебно-методическое пособие / [Под ред. М.А. Чернышева]. – 2-е изд., изм., доп. – М. – Ростов/Дону : МарТ, 2004. – 320 с. **10.** Основы современного социального управления : Учебное пособие / [Под ред. проф. В.Н. Иванова]. – М., 2000. – 270 с. **11.** Пит Г. Уточнение содержания контролинга как функции управления и его поддержки / Г. Пит, Э. Шерм // Проблемы теории и практики управления. – 2001 – №3 – С. 102–107. **12.** Тейлор Ф. Научная организация труда / Ф. Тейлор. – М., 1925. – 125 с. **13.** Тейлор Ф. Научные основы организации промышленных предприятий / Ф. Тейлор. – СПб. : Изд-во Л.А. Левенстерна, 1916. – 105 с. **14.** Тейлор Ф. Принципы научного менеджмента / Ф. Тейлор. [Электронный ресурс]. – Режим

УДК 334.138+657.63

П.Г. ПЕРЕРВА, д.е.н., проф. НТУ «ХПІ», Харків

ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ ПРОВЕДЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Запропоновано методичні підходи до проведення зовнішнього та внутрішнього аудиту маркетингової діяльності промислового підприємства. Обґрунтовано фактори, що визначають ефективність проведення аудиту маркетингу.

Предложены методические подходы к проведению внешнего и внутреннего аудиту маркетинговой деятельности промышленного предприятия. Обоснованы факторы, которые определяют эффективность проведения аудиту маркетинга.

Is offered methodological approach conduct external and internal audit The marketing activity of industrial enterprise. Is substantiated factors, what define the effectiveness of conduct audit marketing.

Ключові слова: маркетинг, аудит маркетингової діяльності, технології, промислове підприємство

Вступ. Особлива роль в організації маркетингу на підприємстві належить аналітичній функції, яка передусім передбачає вивчення й аналіз маркетингового середовища. Важливість цієї функції зумовлена тим, що якість маркетингової інформації про зовнішнє і внутрішнє середовище господарюючого суб'єкта є визначальною для прийняття аргументованих управлінських рішень. Тому через певні проміжки часу кожне підприємство зобов'язане проводити оцінку своєї маркетингової діяльності та її ефективності. У сфері маркетингу завдання, стратегії і програми швидко застарівають, тому виникає необхідність переоцінки підприємством свого загального підходу до ринку. Кожен керівник, в принципі, знає, що існує три типи аудиту – фінансовий, управлінський і маркетинговий. Разом з тим, керівники, час від часу проводячи фінансовий аудит, а інколи і управлінський, рідко розглядають такий важливий напрямок, як маркетинговий аудит. Маркетинговий аудит є інструментом, який розвиває маркетинг компанії, оскільки не лише оцінює поточний стан справ, але і показує, в якому напрямі слід рухатися далі. Маркетинговий аудит можна проводити в компаніях з будь-яким рівнем постановки маркетингу. За результатами аудиту і на основі отриманих даних корегується

загальна стратегія маркетингу, забезпечуються прибутковість і довгострокова стабільність роботи фірми, тобто мета всього цього – прорахувати важливі події які можуть сильно позначитися на положенні фірми на ринку, перерахувати максимально можливе число небезпек і можливостей і їх вплив на діяльність фірми.

Мета статі - вивчити теоретичну базу маркетингового аудиту, удосконалити методи визначення витрат на маркетинг, а також розробити технології використання аудиту маркетингу на промислових підприємствах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням динамічних змін ринкового середовища, завчасної адаптації стратегій господарюючих суб'єктів до майбутніх змін, а також сутності і концептуальним моделям маркетингу присвячені праці зарубіжних і вітчизняних науковців: Р.Александера, І.Ансоффа, Г.Армстронга, Б.Бермана, Дж.Гелбрейта, Б.Гросса, П.Дойля, П.Друкера, Ф.Котлера, Дж.М.Кейнса, Т.Левіта, А.Маслоу, Ж.Ж.Ламбена, М.Портера, х.Хершгена, Л.Фестингера, Павленка А.Ф., Войчака А.В., Кардаша В.Я., Куденко Н.В., Герасимчука В.Г., Лук'янець Т.І., Гаркавенко С.С., Решетілової Т.Б. Аналіз сучасних наукових розробок дав змогу зауважити, що представниками різних течій, залежно від об'єкта дослідження, пропонується різна кількість показників, вибір яких значною мірою залежить від поставленої мети та завдань, які висувають вимоги часу. Велика кількість наукових розробок з зазначеної тематики підкреслює актуальність теми дослідження та наголошує на значній кількості проблем, що вимагають подальшого розв'язання.

Результати дослідження. Проведені дослідження свідчать про те, що потреба в маркетинговому аудиті не очевидна керівникові, поки справи на підприємстві йдуть нормально. Коли ж починають зменшуватися об'єми збуту, знижується прибуток, втрачаються частки ринку, керівник усвідомлює необхідність його проведення. Маркетинговий аудит - це систематична, неупереджена перевірка і оцінка зовнішнього середовища, ринку, діяльності конкурентів, а також маркетингових дій підприємства.

На наш погляд, є нагальна необхідність в проведенні як внутрішнього, так і зовнішнього маркетингового аудиту. В результаті проведення аудиту зовнішнього середовища підприємства, підприємство отримує:

- оцінку відповідності стратегічних цілей підприємства існуючому стану ринку;

- цілісний зріз інформації про ринок, що дозволяє визначити можливості розвитку підприємства і передбачати можливі "погрози" з боку зовнішнього середовища;

- визначення результатів діяльності конкурентів, що дозволяє переймати вдалий досвід, і не повторювати допущені ними помилки;

- виявлення нових способів взаємодії з ринковим середовищем, обумовлених постійним розвитком технологій.

Проведення маркетингового аудиту внутрішнього середовища підприємства дозволяє отримати наступні результати:

- об'єктивну незалежну оцінку поточного стану системи управління маркетингом компанії;

- визначення результатів діяльності компанії за період аудиту, ефективності діяльності, визначуваної як співвідношення отриманого прибутку до витрат (грошовим, тимчасовим, і так далі);

- оцінку результатів проведення маркетингових заходів;

- аналіз якості проведених маркетингових досліджень, включаючи оцінку прийнятих на їх основі рішень;

- оцінку комплексу маркетингу і його складових;

- виявлення сильних і слабких сторін підприємства, оцінка їх впливу на можливості і "погрози" з боку зовнішнього середовища.

Аудит маркетингу рекомендується здійснювати на різних етапах за допомогою окремих елементів контрольно-аналітичної системи. Вона включає:

- ситуаційний аналіз — попередній аналітичний етап маркетингового планування, мета якого - визначити положення підприємства на ринку. Використовується аналіз складових зовнішнього і внутрішнього середовища маркетингу у формі відповідей на заздалегідь підготовлені групи питань;

- контроль маркетингу — завершальний етап маркетингового планування мета якого виявити відповідність і результативність вибраної стратегії і тактики реальним ринковим процесам. Здійснюється у вигляді стратегічного, поточного контролю прибутковості з використанням стандартизованих форм;

- ревізія маркетингу — процедура перегляду або суттєвого корегування стратегії і тактики маркетингу в результаті змін умов як зовнішнього, так і внутрішнього характеру. Проводяться відповідні розрахунки і оцінки;

- аудит маркетингу — аналіз і оцінка маркетингових функцій підприємства. Здійснюється фахівцями у формі незалежної зовнішньої перевірки всіх елементів системи маркетингу. Будується на загальних принципах аудиту, направлених на виявлення упущених вигод від неадекватного викорис-

тання маркетингу на підприємстві. Представляє собою новий напрям в області маркетингового консультування. Використовує загальноприйняті процедури управлінського консультування (діагностика, прогноз і так далі).

Контроль маркетингу — процес виміру і оцінки результатів реалізації планів маркетингу, виконання дій, що коректують, забезпечують досягнення маркетингових цілей. Контроль укладає цикл управління маркетингом і одночасно дає початок новому циклу планування маркетинговою діяльністю. Так, виявлення сильних і слабких сторін маркетингової діяльності, аналіз рівня виконання планів маркетингу необхідні для правильного вибору цілей і стратегій маркетингової діяльності на наступний плановий період.

При здійсненні функції контролю ми рекомендуємо використовувати деякі нормативи, стандарти, в яких відбитий очікуваний рівень оцінюваних характеристик, — наприклад, зниження числа скарг споживачів за рік на 20%, збільшення за той же період числа нових клієнтів на 10%, не перевищення у витратах на маркетинг показників бюджету маркетингу. За результатами контролю вносяться корективи в маркетингову діяльність. Наприклад, якщо об'єм продажів нижче очікуваного, необхідно визначити, чим це обумовлено і що слід зробити для виправлення ситуації. Якщо об'єм продажів вище очікуваного, то слід визначити, чим це викликано. Можливо, необхідно підняти ціну на продукт. Це неминуче приведе до деякого зниження об'єму продажів, але, можливо, забезпечить вищий прибуток.

Часто необхідно розглядати і деталі, особливо якщо виявлено відхилення від планових завдань. В цьому випадку знаходять причини таких відхилень і розробляють заходи по їх усуненню.

Пропонується виділяти чотири основних види контролю маркетингу: контроль річних планів, контроль прибутковості, контроль ефективності і стратегічний контроль (табл.).

Контроль річних планів — оцінка і коректування рівня виконання річних завдань за об'ємом продажів, прибули і іншим показникам в розрізі окремих ринків і продуктів. Оскільки саме в річному плані маркетингу у вказаних розрізах, як правило, детально опрацьовуються окремі напрями і показники маркетингової діяльності, то інформація про рівень їх реалізації представляє великий інтерес для керівництва організації. Маркетингова діяльність передбачає істотні витрати. Оцінка їх розумності і ефективності проводиться також при контролі річних планів маркетингу. Далі при даному вигляді контролю роблять аналіз правильності припущень відносно зовнішнього середовища маркетингу, закладених в річний план маркетингу.

Таблиця - Класифікація видів маркетингового контролю (аудиту)

Види контролю	Головна відповідальність	Цілі контролю	Зміст
1. Контроль річних планів	Керівництво вищого і середнього рівнів	Перевірити, чи були досягнуті заплановані результати	Аналіз: об'єму продажів, з ринкової долі, відношення об'єму продажів до витрат, фінансів, думок споживачів і т.д.
2. Контроль прибутковості	Контролер маркетингової діяльності	Перевірити, де підприємство отримує і втрачає гроші	Визначення прибутковості продуктів, територій, споживачів, каналів збуту
3. Контроль ефективності	Керівники служб. Контролер маркетингу	Оцінити і підвищити ефективність маркетингової діяльності	Аналіз ефективності роботи збувальників, реклами, стимулювання торгівлі, розподілу
4. Стратегічний контроль	Вище керівництво, аудитори маркетингу	Перевірити можливості по відношенню до ринків, продуктів і каналів збуту	Аналіз ефективності маркетингової діяльності, аудиторський контроль маркетингової діяльності

При проведення контролю річних планів виконуються аналіз продаж, аналіз ринкової долі, аналіз співвідношення між витратами на маркетинг і об'ємом продажів, фінансовий аналіз, аналіз думок споживачів і інших учасників ринкової діяльності.

Аналіз продажів полягає у вимірі і оцінці фактичного об'єму продажів різних продуктів на різних ринках збуту по відношенню до поставлених в цій області цілей.

Аналіз ринкової долі направлений на з'ясування позиції на ринку по відношенню до конкурентів. Передбачимо, що попередній аналіз показав, за рік об'єм продажів виріс. Це збільшення може бути обумовлене як вигідною ринковою кон'юнктурою, якою можуть скористатися також і конкуренти, так і підвищенням ефективності діяльності даної компанії по відношенню до конкурентів. Аналіз ринкової долі повинен показати, посилилися чи ні конкурентні позиції даної компанії. У разі, коли конкуренти з більшою вигодою для себе використовували конкретну ринкову ситуацію, чим дана компанія, може скластися ситуація, коли об'єм продажів даній компанії виріс, а показник ринкової долі — знизився. Отже, її конкурентні позиції на ринку погіршали.

Аналіз співвідношення між витратами на маркетинг і об'ємом продажів дозволяє організації оцінити ефективність маркетингових витрат і визначити їх найбільш прийнятну величину. Зазвичай такий аналіз прово-

диться стосовно окремих складових маркетингових витрат, тобто вивчаються величини і динаміка таких співвідношень, як: витрати на рекламу до об'єму продажів, витрати на маркетингові дослідження до об'єму продажів, витрати на стимулювання збуту до об'єму продажів, витрати на збувальників до об'єму продажів.

Результати даного аналізу мають бути оцінені з точки зору фінансової діяльності організації в цілому. Це необхідно для того, щоб зрозуміти, за рахунок чого і де організація отримує гроші. Фінансовий аналіз проводиться для виявлення чинників, які визначають окупність вкладених засобів. Підвищення даного показника зазвичай здійснюється в двох напрямках:

1. Шляхом збільшення прибутку за рахунок збільшення об'єму продажів і скорочення витрат.

2. Шляхом підвищення оборотності капіталу, що досягається за рахунок збільшення об'єму продажів або зменшення активів (матеріальних запасів, основних фондів, числа неоплачених рахунків і так далі).

Таким чином виявляється роль маркетингових чинників в забезпеченні фінансового благополуччя організації.

Ефективність проведення маркетингового аудиту, на наш погляд, досягається дотриманням основних характеристики аудиту маркетингу.

Всеосяжність. Аудит охоплює всі головні види маркетингової діяльності і не обмежується аналізом лише окремих критичних моментів. Аудит називається функціональним, якщо він охоплює діяльність збувальників, ціноутворення і інші функції маркетингу. Хоча функціональний аудит корисний, проте часом він дезорієнтує керівництво відносно його реальних проблем підприємства. Наприклад, проблеми з реалізацією товару можуть бути наслідком не слабкої підготовленості збувальників або поганої системи стимулювання їх праці, а — слабкості продуктів і системи їх просування.

Систематичність. Аудит маркетингу включає впорядковану послідовність діагностичних кроків, що охоплюють зовнішнє середовище маркетингу для даної організації, внутрішні системи маркетингу і окремі функції маркетингу. За діагнозом слідує розробка плану дій, що коректують, що включає як короткострокові, так і довгострокові пропозиції по поліпшенню загальної ефективності маркетингової діяльності.

Незалежність. Аудит маркетингу може бути реалізований шістьма способами: самоаудит, перехресний аудит, аудит з боку вищестоящих підрозділів або організацій, аудит з боку спеціального аудиторського підроз-

ділу, аудит, що проводиться спеціально створеною групою, і зовнішній аудит. Самоаудит, заснований на використанні спеціального опитного аркуша керівником підрозділу для оцінки ефективності своєї діяльності, може бути корисним, проте може бути відсутньою його незалежність і об'єктивність.

Щонайкраще аудит здійснюють незалежні консультанти, які володіють необхідною об'єктивністю і незалежністю, великим досвідом аудиту в подібних галузях і можуть цілком присвятити себе даній роботі. Залучення професіоналів-аналітиків і консультантів "с сторони" забезпечує підприємству глибше опрацювання проблеми, вихід на об'єктивні і неупереджені результати обстеження маркетингової діяльності і вироблення ефективних рекомендацій по її вдосконаленню. Послуги зовнішніх маркетингових ревізорів можуть обійтися підприємству значно дорожче за внутрішній маркетинг-аудит. Проте зовнішній маркетинг-аудит, як правило, відрізняється комплексним підходом експертів-аналітиків до вироблення стратегії маркетингу підприємства, створенню умов для зміцнення позицій підприємства на ринку.

Основні переваги незалежного аудиту:

Широта обхвату: В процесі маркетингового аудиту розглядаються всі основні напрями маркетингу компанії, а не лише "проблемні місця", що дозволяє виявити дійсні джерела проблем.

Системність: аудит має на увазі впорядковане вивчення мікро- і макро- маркетингового середовища компанії, її маркетингових цілей і стратегій, систем маркетингу і окремих заходів.

Незалежність: аудит, що проводиться зовнішніми фахівцями-консультантами відрізняється об'єктивністю і високопрофесійним підходом, заснованому на великому досвіді роботи в різних областях.

Зниження ризиків: унеможливорюється помилок, причиною яких може стати некомпетентність співробітників.

Висновки. В статті розглянуто теоретичну базу аудиту маркетингу, способи формування бюджету маркетингу і практичні приклади використання маркетингового аудиту на підприємстві, внаслідок чого, можна зробити вивід, що в сучасних ринкових стосунках, що розвиваються, аудит маркетингу повинен стати невід'ємною частиною будь-яких підприємств, що орієнтуються на досягнення стабільності, фінансової незалежності і матеріальної задоволеності своїх співробітників. Також слід зазначити, що аудит маркетингу стосується лише тих підприємств, де керівництво приймає стратегічні рішення на базі концепції довгострокових партнерських

стосунків, тобто з турботою про задоволення кожного покупця з сегменту, а, отже, і з орієнтацією на довгостроковий прибуток. Але, на жаль, багато російських підприємств продовжують працювати по-старому (пасивне відношення до маркетингу, суб'єктивізм і дистанціювання керівників від співробітників і споживачів, забуваючи, що саме вони є основним інструментом для досягнення цілей підприємства і так далі), унаслідок чого, в країні виробляється дуже мало товарів, які перевершували б імпортні по очікуваних споживчих цінностях.

Підводячи підсумок, можна зробити вивід, що маркетинговий аудит – це систематичне всебічне вивчення діяльності, середовища, цілей і стратегій компанії для виявлення проблем і можливостей компанії. Це не разовий захід, а постійний і безперервний процес, який поставляє інформацію про перебування всіх елементів системи маркетингу на підприємстві і про ринки. Маркетинговий аудит дозволяє з'ясувати, чи дійсно фірма використовує кращі з можливостей, що є у неї, і наскільки ефективно вона це робить.

Список літератури: 1. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М., Анн Х. Маркетинг: Учебник для вузов / Под общ. ред . Г.Л. Багиева. – М.: Экономика, 1999. – 703 с. 2. Белявцев М.І. Маркетинговий менеджмент/ М. І. Белявцев, В.Н. Воробйов/Навч. Посібник.- К.: Центр навчальної літератури, 2006.- 407с. 3. Гаркавенко С.С. Маркетинг: Підручник. – К.: Лібра, 2002. – 712с. 4. Глазов М.М., Фірова І.П. Маркетинг підприємства: аналіз і діагностика.: Андріївський видавничий будинок, 2007.-268с. 5. Дадьо Я. Маркетинговий аудит – засіб підвищення конкурентоздатності підприємств //Маркетинг в Україні. – К., 2006. – № 2. – С. 47 – 51. 6. Дерев'янченко Т.Є. Маркетинговий аудит як складова маркетингової діяльності підприємства/Т.Є. Дерев'янченко // Проблеми формування ринкової економіки: Міжвідомчий науковий збірник. – Вип. 9. – К.:КНЕУ, 2001. - С. 237-245. 7. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. — М: Прогресс, 1991. — 736с. 8. Кравецький А.В. Маркетинговий аудит: сутність, складові та особливості проведення [Електронний ресурс]/ А.В. Кравецький, Л.А. Фірсова, В.В. Луцяк.- Режим доступу: http://www.rusnauka.com/34_NIEK_2010/Economics/75123.doc.htm 9. Марков Ст Д. Маркетинг, Менеджмент.: Омега-л – 2008. - 204 с. 10. Плаксій Т.О.Маркетинговий аудит: сутність, складові та особливості проведення/ Т. О. Плаксій, Г. В. Пухальська// Вісник ХНУ. Економічні науки. – Хмельницький. – 2009. – № 2, Т. 1. – С. 74-77. 11. Слободян Н. Г. Використання маркетингового аудиту в стратегічному аналізі діяльності підприємства // Вісник ХНУ. Економічні науки. – Хмельницький. – 2005. – № 2, Т. 1. – С. 206 – 209. 12. Соловьев Б.А. Маркетинг: Підручник – М.: Инфра-М, 2007. – 383с.

Надійшло до редколегії 20.12.2011

В.М. КОБЕЛЄВ, доц. каф. економіки і маркетингу НТУ «ХПІ», Харків
О.О. КРИВИХ, магістр НТУ «ХПІ», Харків

СИСТЕМА МАРКЕТИНГОВОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуті проблеми маркетингового планування туристичних підприємств. Маркетингове планування розглядається як складова і основоположна частина при розробці маркетингової стратегії. Запропоновано алгоритм гнучкого планування маркетингової діяльності підприємств сфери туристичного бізнесу.

В статье рассмотрены проблемы маркетингового планирования туристических предприятий. Маркетинговое планирование рассматривается как составная и основоположная часть при разработке маркетинговой стратегии. Предложен алгоритм гибкого планирования маркетинговой деятельности предприятий сферы туристического бизнеса.

This article is about the problem of marketing planning of tourist enterprises. Marketing planning is considered as a compound and basic part by working out of marketing strategy of the enterprise. Here you can find an algorithm of flexible planning of the marketing activity of the enterprises in tourist business.

Ключові слова: маркетингове планування, маркетингова стратегія, туристичне підприємство, реалізація маркетингової стратегії, система маркетингового планування.

Вступ

Одним із важливих напрямків розвитку суспільства є сфера послуг, зокрема туристичний бізнес. Формування цієї перспективної галузі в Україні по суті тільки починається. Туризм є однією з найбільших і динамічних галузей економіки. Високі темпи його розвитку, великі обсяги валютних надходжень активно впливають на різні сектори економіки, що сприяє формуванню власної туристської індустрії. Туризм за доходами, зайнятістю населення й іншими показниками займає перше місце у світовій економіці. Таким чином, у наші дні не можна не помітити величезного впливу індустрії туризму на світову економіку.

Успіх господарюючих суб'єктів в умовах ринку багато в чому залежить від того, наскільки ефективно вони планують свою діяльність. Формування ринкової економіки викликало великий інтерес до нових форм і методів управління виробничо-комерційною діяльністю. Особливе місце серед них займає маркетинг, що забезпечує не тільки ефективне задоволення потреб ринку, але й успіх підприємств в конкурентній боротьбі.

Туризм являє собою сегмент сфери послуг, що забезпечує задоволення потреб людей і реалізацію їхньої діяльності у вільний час, за рахунок відпочинку, розваг, подорожей. Дослідження господарської діяльності підприємств туристичного бізнесу дало змогу зробити висновок, що особливості розвитку туристичних підприємств обумовлені, перш за все, специфічними характеристиками послуги. Це стосується неосяжності, не збереженості, мінливості якості та невіддільності від об'єкта споживання і джерела надання, якими характеризується будь-яка туристична послуга [2]. Специфічність підприємств туристичного бізнесу полягає в тому, що предметом господарсько-фінансової діяльності є надання туристичних послуг; у процесі створення туристичних продуктів задіяні різні підприємства транспорту, готельного господарства, харчування, торгівлі, надання культурно-розважальних послуг, оздоровлення, відпочинку тощо; здійснюються специфічні бізнес-процеси (маркетинг, управління ризиками, управління продажами) [3]. У силу цього, планування маркетингу у туристичному бізнесі має ряд характерних особливостей, які потребують вивчення [4, с. 22].

Зародившись у виробничій сфері, маркетинг довгий час не знаходив застосування в сфері туристичного бізнесу. Однак зростання конкуренції, комерціалізація туристичної діяльності призвели до необхідності нагального впровадження маркетингу в практику роботи туристичних підприємств.

Постановка задачі

В умовах економічних змін сучасні туристичні фірми як і будь-які підприємства, які виробляють товари чи послуги, стикаються з багатьма проблемами. Джерелами підвищеної складності управління є висока ступінь невизначеності ринкової ситуації, сезонна нестабільність попиту на туристичні послуги, посилення конкуренції в туристичному бізнесі, нестача фінансових ресурсів та ін. В таких умовах фірма не може обмежуватись тільки поточним плануванням і оперативним управлінням своєю діяльністю. Назріла необхідність стратегічного мислення, яке повинно втілитись в програму дій, яка уточнює цілі і засоби реалізації вибраного шляху розвитку.

Проблемами становлення та розвитку туристичної галузі в Україні займаються багато вчених, до них належать: Алексєєва Ю.В., Басюк Д.І., Гавран В.Я., Король О.Д., Лихоманова О.В., Лозинська М., Руденко В.П., Ткаченко Т.І., Шульгіна Л.М. та ін. Питанням планування маркетингу присвятили свої роботи Баюра В.І., Голубков Е.П., Сокур М.І., Циба Т.Є. та інші. Також цій проблемі присвячені дослідження зарубіжних учених: М. Аллена, П. Друкера, Б. Карлоффа. Разом з тим треба зазначити, що багато

проблем галузі організації планування маркетингової діяльності не повною мірою вивчені та вимагають адаптації до умов, у яких знаходяться українські туристичні підприємства. Вітчизняними вченими вирішені тільки окремі аспекти цієї проблеми, без ув'язування їх в єдиний комплекс, так як проблеми маркетингового планування туристичних підприємств досліджуються в сучасній літературі відносно рідко. Серед досліджень цього спрямування слід назвати навчальний посібник Мальської М.П. і Бордун О.Ю. [6]. В роботах цих авторів досліджуються загальні проблеми планування маркетингу, проте в сучасних умовах виникає необхідність в деталізації особливостей маркетингового планування туристичних підприємств з врахуванням специфіки їх діяльності.

Проблеми маркетингового планування туристичних підприємств у розвинених країнах постійно привертають увагу. Діяльність туристичних підприємств здійснюється в умовах жорсткої конкурентної боротьби, спостерігається відсутність стратегічної орієнтації; планування діяльності, в основному, здійснюється, виходячи з внутрішніх можливостей і ресурсів підприємства. При такому підході виявляється, що турпідприємство не в змозі реалізувати свою мету, оскільки її досягнення принципово залежить від бажань і потреб клієнтів, а також від поведінки конкурентів, у результаті чого турфірма рано чи пізно вибуває з бізнесу. В умовах ринкової економіки недостатньо використовувати лише інструменти стратегічного менеджменту, туристичний ринок вимагає маркетингового підходу до управління всіма сферами діяльності підприємства [2, с.22]. Для поліпшення організації маркетингового планування є доцільним та необхідним запропонувати алгоритм гнучкого планування маркетингової діяльності підприємств сфери туристичного бізнесу.

Методологія

Методологія досліджень будується на аналізі діяльності туристичних підприємств; визначено проблеми та недоліки в організації процесу маркетингового планування, проаналізовано особливості маркетингового планування та запропоновано алгоритм гнучкого планування маркетингової діяльності.

Результати досліджень

Під час аналізу діяльності туристичних підприємств нами було виявлено, що розвиток суб'єктів туристичної індустрії відбувається нестабільно, спонтанно, без довгострокових чітко виражених цілей, а, надалі, і стратегій різного рівня через недостатньо повний аналіз умов і змін у зовніш-

ньому та внутрішньому середовищі організації. Основними причинами такого становища є відсутність якісного моніторингу навколишнього середовища, недостатнє розуміння керівниками власного потенціалу організації, недосконалість процедур реалізації маркетингових планів. За цієї причини існують складності регулювання та забезпечення цілей і завдань перспективного їх розвитку.

У сучасних умовах фактором успіху туристичного підприємства є комплексний підхід до здійснення маркетингової діяльності на довгостроковій програмно-цільовій основі, що враховує існуючі тенденції зміни ринкового попиту, перспективи подальшого розвитку НТП і конкурентні можливості самого підприємства [3, с. 22].

Концепція маркетингу орієнтує діяльність туристичних підприємства на досягнення успіху шляхом задоволення потреб ринку. Для досягнення цієї мети необхідна організація довгострокового планування і визначення стратегії розвитку підприємства. Це, на перший погляд, не зовсім маркетингова проблема, але оскільки планування залежить від стану середовища підприємства, то маркетингове планування є ключовою частиною планування діяльності підприємств взагалі.

План маркетингу є базовою складовою загального плану діяльності туристичного підприємства, він створює основу для планування, так як надає інформацію про споживчі сегменти ринку, стан і тенденції розвитку попиту на туристичні продукти і прогнози попиту на плановий період, конкурентноздатність туристичних підприємств та іншу важливу інформацію для подальшого планування комерційної діяльності.

Маркетингове планування дозволяє підприємствам туристичного бізнесу найкращим чином використовувати власні ресурси для вирішення маркетингових задач. Саме тому у маркетинговому плануванні діяльності підприємства має бути чітке окреслення основних етапів процесу формування і реалізації маркетингових стратегій. Тому автори, які досліджували проблеми маркетингового планування на туристичних підприємствах запропонували наступну схему процесу формування і реалізації маркетингових стратегій на ринку туристичних послуг (рис. 1) [5, с. 22].



Рис. 1 - Схема процесу формування і реалізації маркетингових стратегій

Запропонована схематична модель досить чітко розділяє весь процес розробки та реалізації маркетингових стратегій, чітко відображає основні стадії її формування, детально визначає послідовні та паралельні етапи її реалізації та показує алгоритм взаємозв'язку між її маркетинговим інструментарієм.

Та все ж, процес формування і реалізації маркетингових стратегій потребує детального маркетингового планування. В цей час спостерігається тенденція відходу від єдиних уніфікованих схем планування і виникає необхідність у використанні гнучких систем планування.

Гнучка система планування - це повна відмова від періодизації етапів прийняття планових рішень, а висування планових вказівок у відповідності до появи нових проблем. Така система планування орієнтується на використання ситуаційних планів і сценаріїв, що розробляються у випадку виникнення небезпечних ситуацій на ринку, або появи нових перспектив для розвитку підприємств туристичного бізнесу [1, с. 22].

Проаналізувавши ситуацію, яка виникла на ринку туристичних послуг, ми пропонуємо алгоритм гнучкого планування маркетингу, який можна представити у вигляді схеми, що наведена на рис. 2.

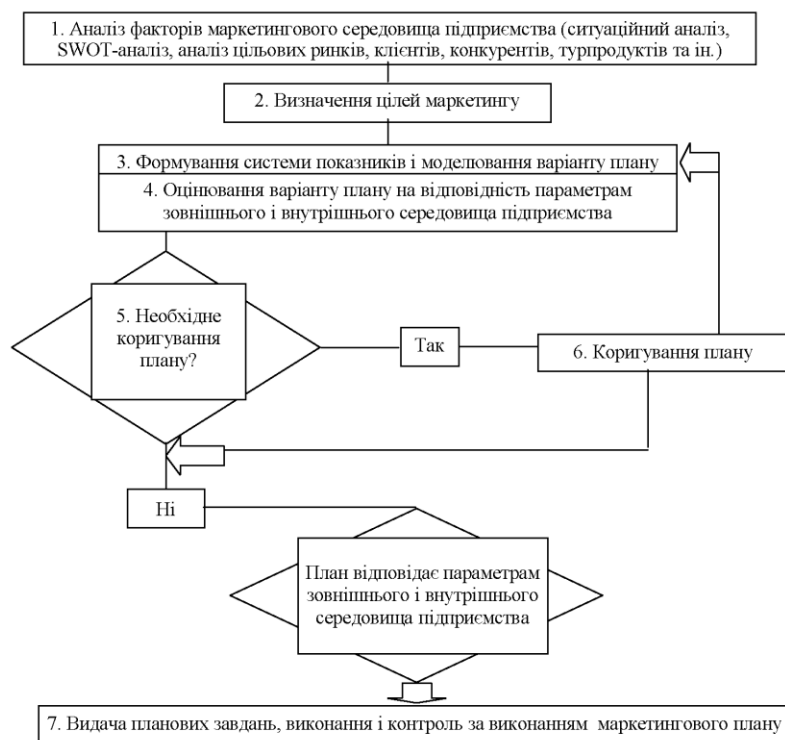


Рис. 2 - Алгоритм гнучкого планування маркетингової діяльності підприємств

Принцип гнучкості та адаптивності планування до змін у зовнішньому середовищі, необхідність врахування динаміки попиту на турпродукти підприємства стає практично головним.

Впровадження запропонованого алгоритму планування маркетингу на туристичних підприємствах дозволить значно підвищити якість планування за рахунок більшої гнучкості та збільшити адаптованість планів до змін у зовнішньому і внутрішньому середовищах підприємства.

Висновки

Дослідження ринку туристичних послуг, аналіз маркетингової діяльності туристичних підприємств дають підставу стверджувати, що впровадження і використання системи маркетингового управління є одним із важливих факторів ефективної діяльності. Проведені в статті дослідження дають можливість виділити основні проблеми маркетингового планування у процесі реалізації стратегій туристичних підприємств. Було визначено, що механізм успішного стратегічного планування маркетингу на туристичному підприємстві є досить складним за своєю побудовою. Планування - це процес, який спрямований на ухвалення рішення про те, що необхідно зробити. Планування неефективне, якщо не визначена його значущість і не

встановлена процедура його здійснення. В умовах постійної зміни ринкової ситуації не можна повністю гарантувати успішність виконання планових завдань, тому потрібно бути готовим до їх можливого коригування. Тобто створення гнучкої системи маркетингового планування туристичних підприємств та адаптованість їх планів до факторів зовнішнього і внутрішнього середовища стають головним завданням сьогодення.

Список літератури: 1. Циба Т.Є. Маркетингове планування. Навч. посібник / М.І. Сокур, В.І. Баюра. - К.: Центр навч. л-ри, 2007. - 128 с. 2. Близнюк В. П. Міжнародний стратегічний маркетинг в системі управління зовнішньоторговельною діяльністю підприємства / В. П. Близнюк // Вісник Сумського державного університету. – 2007. – № 2. – С. 130–134. 3. Проблемы разработки маркетинговой стратегии (материалы круглого стола) // Маркетинг и реклама. – 2005. – № 3. – С. 29–35. 4. Дядечко Л.П.. Економіка туристичного бізнесу : навч. посібник. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 224 с. 5. Голубков Е.П. Маркетинг: стратегії, плани, структура. -М.: Дело, 1995. - 192 с. 6. Мальська М.П., Бордун О. Планування туристичної діяльності. - К. : Знання, 2010. – 307 с. 7. www.tourism.gov.ua.

Надійшло до редколегії 20.12.2011

УДК 658.012.4

О.В. НАЗАРЕНКО, к.е.н., доц., НТУ “ХПІ”, Харків

О.Ю. ЄГОРОВА, к.е.н., доц., ХНАМГ, Харків

В.І. ШАПОВАЛ, к.е.н., доц., ХНУ ім. В.Н. Каразіна, Харків

ПРОБЛЕМИ ПРОВЕДЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ РЕФОРМ В УКРАЇНІ

У статті розглянуто оцінки міжнародних рейтингових агентств процесу проведення економічних реформ в Україні. Висловлюється думка про вдосконалення запроваджуваних реформ.

В статье рассмотрены оценки международных рейтинговых агентств процесса проведения экономических реформ в Украине. Высказывается мысль об усовершенствовании запровадживаемых реформ.

The article considers the international rating agencies' evaluations of the process of economic reforms in Ukraine. The opinion has been presented on improvement of the reforms pursued.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, конкурентоспроможність країни, бізнес-клімат, економічні реформи.

Вступ. За визначенням експертів Європейської бізнес-асоціації (ЄБА) на початок 2012 року привабливість України для іноземних інвесторів впала до дуже низького рівня [1]. Динаміку індексу інвестиційної привабливості України подано поквартально (максимальна оцінка – 5 пунктів):

2008 рік I квартал – 3,1; IV квартал – 2,2;

2009 рік	I квартал – 2,2; IV квартал – 2,6;
2010 рік	I квартал – 3,1; IV квартал – 3,3;
2011 рік	I квартал – 3,4; IV квартал – 2,19.

Постановка завдання. Українські проблеми проведення економічних реформ не можуть бути не помічені в світі. За даними щорічного рейтингу легкості ведення бізнесу згідно з докладом „Doing Business – 2011”, що був опублікований Вашингтонською групою Всесвітнього банку, Україна заходиться на 152-му місці серед 183 країн. До того ж, процедуру сплати податків на берегах Дніпра оцінено рекордно низько – вона третя за складністю в світі.

Конкурентоспроможність національної економіки – порівняльна характеристика, що містить у собі комплексну оцінку найважливіших показників економічного стану країни відносно зовнішніх аналогів. Всесвітній економічний форум (ВЕФ), який щорічно проводиться у швейцарському Давосі, досліджує глобальну конкурентоспроможність країн протягом більше тридцяти років. Індекс глобальної конкурентоспроможності (ІГК) став основним інструментом ВЕФ для оцінювання потенціалу росту економіки країн у середньо- та довгостроковій перспективах.

ІГК ґрунтується на новітніх економічних ідеях вимірювання конкурентоспроможності, приймаючи до уваги виважене середнє значення великої кількості різноманітних складових, що відображають різні аспекти поняття конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність оцінюють за такими компонентами [2]: державні та суспільні установи; інфраструктура; макроекономічна стабільність; охорона здоров'я та початкова освіта; вища освіта та професійна підготовка; ефективність ринку товарів та послуг; ефективність ринку праці; розвиненість фінансового ринку; оснащеність новими технологіями; розмір ринку; рівень розвитку бізнесу; інноваційний потенціал.

Однак у рейтингу конкурентоспроможності за 2010 рік Україна втратила 10 позицій у порівнянні з попереднім роком, перемістившись на 82 місце серед 135-ти оцінюваних країн. Економіка України виявилась нестійкою до світової економічної та фінансової кризи. Найбільші падіння у рейтингу спостерігаються за складовими: „макроекономічна стабільність” (на 15 пунктів), „рівень розвитку фінансового ринку” (на 21 пункт) та „оснащеність новими технологіями” (на 15 пунктів). А найнижчий рейтинг зафіксовано за показником „ефективність інституціонального середовища” – 120 місце.

Стержнем моделі конкурентоспроможності має стати перехід до інноваційно-інвестиційної моделі розвитку [3]. Найбільш ефективним може бути розвиток комплексів, де в Україні вже є конкурентні переваги. Це, на наш пог-

ляд, авіа- та суднобудування, сільське господарство, використання транзитного положення країни. Підприємства визначених галузей слід підтримувати цілісним механізмом державного регулювання (податкові пільги, субсидії, кредити).

Визначальним блоком економічної стратегії розвинутих країн є інноваційна політика, що являє собою форми та методи державного стимулювання науково-технічної діяльності з метою широкого втілення наукових розробок у кінцевий результат – нові конкурентоспроможні види продукції, технології, організаційні новації. Для цього потрібно всіляко розвивати свій науково-технічний потенціал та підвищувати рівень кадрового забезпечення економічних досліджень.

Основна частина. За період з початку червня 2009 по кінець травня 2010 року в Україні зафіксовано три покращення у порівнянні з попереднім періодом. У податковій сфері була покращена процедура звітності завдяки введенню відповідних електронних систем. Ще одна реформа була зафіксована в сфері отримання дозволів на будівництво. Однак, не дивлячись на спрощення процедур та часових меж отримання будівничих дозволів, ця процедура залишається однією з найтяжчих у світі (179-та позиція зі 183 країн). Те ж саме стосується і податкової системи, за ступенем важкості якої для легального бізнесу Україна займає третє місце в світі (181-ше місце в рейтингу). Найбільш вагомим покращенням є зниження мінімального розміру статутного капіталу для відкриття підприємства. Але і відкриття підприємства в нашій країні все ще залишається непростим завданням. За цим показником Україна займає 139-ту позицію в рейтингу.

Реформи в Україні проводяться недостатньо швидко, що не дає можливості наблизитись до економік, з якими Україна змагається за інвестиції та ринки збуту своїх товарів. Проведення реформ слід прискорити, а стратегічні дії повинні бути більш послідовними. На міжнародні рейтинги України може суттєво вплинути якість Податкового та Митного кодексів, доопрацювання яких ще триває. Проте нинішній уряд не відрізняється сміливістю в упровадженні талановитих та оригінальних управлінських рішень на користь розвитку малого та середнього бізнесу, сприянню чесної конкуренції між підприємствами. Відомий український соціолог Є. Головаха підкреслює неможливість реформ за умов авторитаризму [3]: «Реформа – це система взаємопов'язаних заходів. Кожна система повинна бути вбудована в систему інших. В Україні кожне покращення в бізнесі – це результат тиску міжнародних інститутів. У реформах,

що проголошуються, немає внутрішньої мотивації, їх проводять під зовнішнім тиском в очікуванні грошових траншів».

Причиною негативного сприйняття України як місця для бізнесу експерти називають пресинг з боку влади, прийняття Податкового кодексу та непрозорість законодавства. Представники бізнес-середовища більше не сподіваються, що реформи покращать інвестиційний клімат. Навпаки, йде концентрація влади та контроль бізнесу, збільшуються корупційні ставки, судова система підтримує в першу чергу податкові органи, а не бізнес. Змінити ситуацію має аналіз зроблених помилок та планування дій для поліпшення інвестиційної привабливості України в майбутньому.

Найкраще можливе рішення накопичених проблем – це залучення до органів державного управління нових молодих спеціалістів. Не політиків, а функціонерів, які не допустять блокування нововведень. Пріоритетними напрямками реформування економіки залишаються боротьба з корупцією, захист прав кредиторів, прозорість судових рішень та підвищення ефективності виконавчої системи. А також захист прав власності, детінізація економіки, єдиний земельний кадастр та реєстр нерухомості, покращення інфраструктури.

Необхідно визначити європейську інтеграцію стратегічною метою держави. До речі, Форум громадянського суспільства Східного партнерства, що пройшов у грудні 2011 року в Познані, оприлюднив рейтинг європейської інтеграції країн Східного партнерства, згідно з яким Україна змістилась з першого місця на третє, пропустивши вперед Молдову та Грузію. Експерти стверджують, що Україна поки не відповідає принципам ринкової економіки [4].

Ще одним загрозливим фактором є різка диференціація населення України. За останні 20 років, за даними досліджень Інституту Соціології НАН [5], розрив між доходами 10% найбагатших і 10% найбідніших українців збільшився втричі: з 12:1 у 1990 році, до 30:1 у 2000 році і до 40:1 у 2010 році.

Висновки. Для того, щоб повернути інвесторів, що «заморозили» свої інвестиції у зв'язку з несприятливістю бізнес-клімату, треба впроваджувати дійсні реформи. Дійсні реформи передбачають прозорість податкової системи, відміну більшої частини адміністративних функцій держави, які зараз ускладнюють процедуру створення й функціонування бізнесу. Погіршення економічних умов ведення бізнесу та зниження купівельної спроможності населення, що склалося під час впровадження перших економічних реформ, повинно повернути до питання ретельного визначення тих урядовців, хто буде здатним до сміливих рішень, які мають на меті покращення життя українського народу, сприяння роботі малого та середнього бізнесу, розвиток чесної конкуренції.

Довгострокова конкурентоспроможність України закладається формуванням культури демократії та прав людей, вихованням у них демократичних цінностей та постійної вимогливості до влади, для чого першочерговим має бути звернення освіти до закладання навичок практичного застосування економічних теорій, умінь вести дискусію, аналітично мислити, прогнозувати альтернативи розвитку, пропонувати креативні бізнес-рішення. Саме це повинно стати пріоритетами на шляху до суттєвого покращення конкурентоспроможності України.

Список літератури: 1. Карпенко К. Пік падіння. Хто винен у падінні рівня інвестиційної привабливості України. / Кореспондент, № 51, 2011. 2. Конкурентоспособность Украины опустилась на 10 позиций: <http://www.unian.net/rus/news/-384425.html>. 3. <http://www.unian.net/rus/news/-450706.html> 4. Сидоренко С. Україну поставили на место. Страна потеряла лидерство в рейтинге евроинтеграции / Коммерсантъ-Украина, № 200 (1474), 01.12.2011. 5. Тимків К. Принци та жебраки. Українські капіталісти багатші за бідняків у середньому в 40 разів. / Кореспондент, № 51, 2011.

Надійшло до редколегії 21.12.2011

УДК 338.2:657.31:006.032

М.В. МИРОШНИК, к.е.н., доц., НТУ «ХПІ», Харків
І.С. СЕРА, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФІНАНСОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В роботі розглядається менеджмент фінансового планування та його основні функції. Визначені складові, на основі яких може бути сформована система фінансових показників підприємства. З метою оптимізації процесу фінансового планування розроблено його алгоритм.

В работе рассматривается менеджмент финансового планирования и его основные функции. Определенные составу, на основе которых может быть сформирована система финансовых показателей предприятия. С целью оптимизации процесса финансового планирования деланно его алгоритм.

This paper considers the management of financial planning and its basic functions. The composition, based on which can be generated by the financial enterprise. To optimize the financial planning process developed his algorithm.

Ключові слова: фінансове планування, менеджмент, показники фінансового плану, міжнародні стандарти.

Вступ. Стабільність державної фінансової системи в повній мірі залежить від сталості фінансової сфери її галузей, економічну безпеку яких підтримують та забезпечують в цілому фінанси окремих підприємств, які в умовах ринкової економіки виконують три основні функції, а саме: накопичувальну, розподільну та контрольну. Реалізація означених функцій здійснюється кожним суб'єктом на принципі економічної самостійності, що передбачає повну автономію підприємства незалежно від форми господарювання та виду діяльності, але з урахуванням чинного законодавства відносно системи та порядку платежів в бюджетні та позабюджетні фонди, нарахування амортизаційних відрахувань, розподіл валютної виручки та ін. Домінантність вищезначеного принципу засновується на самофінансуванні, матеріальній відповідальності та зацікавленості в результатах власної комерційно-фінансової діяльності.

Постановка задачі. Питаннями фінансового планування та його значущості для підприємств в ринкових умовах функціонування присвячено багато публікацій вітчизняних та зарубіжних науковців [1-8]. Метою даних досліджень стало обґрунтування процесу фінансового планування безпосередньо з позиції менеджменту з деталізацією розширення функцій фінансового менеджменту та розробки алгоритму процесу створення фінансового плану підприємства. Методологічну основу статті склали основні наукові праці в галузі фінансового планування та фінансового менеджменту, при аналізі були використані основні методи маркетингових досліджень.

Результати досліджень. Процес формування, аналізу та контролю ефективності використання матеріальних та нематеріальних активів підприємства є основною складовою його фінансового менеджменту. Від менеджерів середнього та інституціонального рівнів управління, які безпосередньо здійснюють тактичне та стратегічне планування на підприємстві, залежить практична реалізація мети фінансового плану – забезпечення сталого, ефективного та конкурентоспроможного положення підприємства на ринку, в галузі та економіці країни в цілому.

Аналіз літературних джерел [1-3] дозволив провести деталізацію складових, на основі яких формування системи фінансових показників підприємства є оптимальним та ефективним. До них ми віднесли:

- визначення і конкретизація певних фінансових показників для аналізу та контролю процесів на всіх стадіях ЖЦТ;

- формування довгострокових фінансових показників на основі ретроспективного аналізу, проведення прогнозування контрольних показників та моделювання ринкової ситуації;
- забезпечення реалізації місії та цілей стратегічного плану на заставі формування реальних довгострокових показників виробниче – комерційної діяльності підприємств, що відповідають його загальній бізнес – концепції;
- застосування багатоваріантної системи фінансових показників, а саме: абсолютні та відносні показники (прибуток – у грн.; рентабельність – у відсотках (%); ціна товару – у гривневому еквіваленті та часткова ціна);
- формування означених показників у якості інтегральної конкурентоспроможності конкретних товарів на конкретному ринку за конкретний період;
- моделювання ринкової ситуації, всебічний аналіз кон'юнктури ринку, проектування багато вартісних (в т.ч. ситуаційних) розрахунків та визначення ступеня фінансового ризику;
- інформаційне забезпечення всього процесу фінансового планування, при цьому інформаційний масив має бути повним, якісним, достовірним, достатнім, актуальним, інформаційне цінним та характеризувати фактори як зовнішнього, так і внутрішнього середовища.

Фінансове планування на підприємстві виступає у якості взаємопов'язаних процесів, одним з яких є визначення майбутньої потреби в фінансових ресурсах, необхідних для реалізації обраної даним підприємством ринкової стратегії; другим – обґрунтування оптимальних напрямків їх залучення. Ефективна реалізація означених процесів базується на показниках виробничо-комерційної діяльності підприємства, основними з яких є: обсяг виробництва, прибуток, асортимент товару і послуг, собівартість продукції. Для конкретизації складових фінансового планування нами складено алгоритм розробки фінансових планів на промисловому підприємстві з деталізацією його головних завдань та розробки ефективної фінансової стратегії на довго-, середньо- та короткострокову перспективи (рис.).

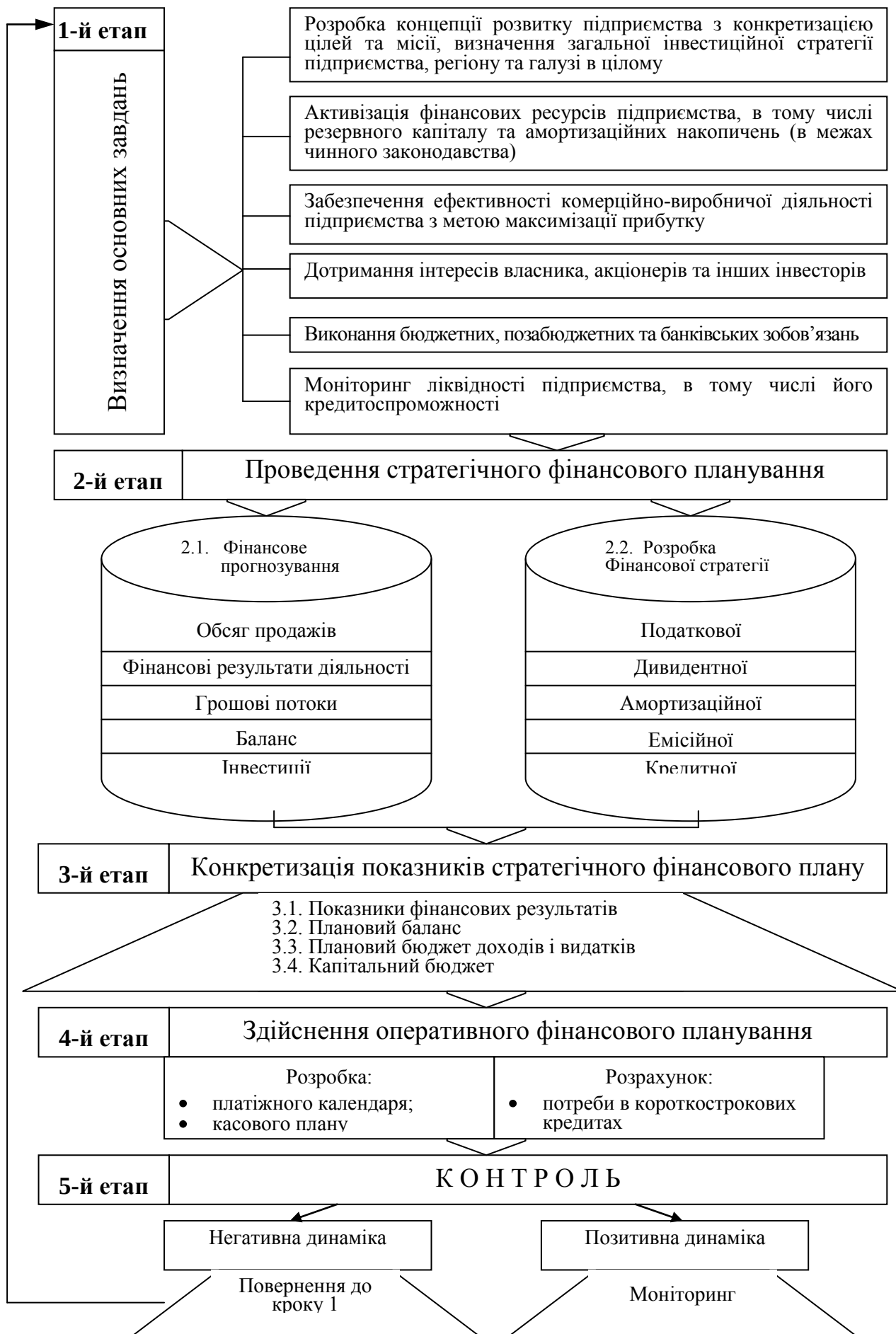


Рис. - Алгоритм процесу фінансового планування

Наведений алгоритм складається з послідовних п'яти етапів, практична реалізація яких починається з етапу 2 – «Проведення стратегічного фінансового планування», якому передумовлює розробка основних завдань (примірний перелік наведено в етапі 1 алгоритму). Означений вище етап 2 включає два кроки: фінансове прогнозування (2.1) та розробку фінансової стратегії (2.2). Фінансове прогнозування в умовах ринкової економіки здійснюється на підставі комплексного аналізу факторів мікро- і макроекономічного характеру. У якості внутрішніх факторів враховують статистично-облікові дані обсягів продажів за попередні роки, в тому числі прибутковість продукції (за її кожним видом); наявні та перспективні виробничі потужності, перспективи впровадження інновацій (товар, технології, обладнання), ЖЦТ; у якості зовнішніх - основні ринкові фактори (кон'юнктура ринку, рівень конкуренції, рівень цін товарів конкурентів, попит та його платоспроможність, політико-економічні фактори, в т.ч. перспектива виходу на зовнішні ринки, умови проведення зовнішньоекономічної діяльності, рекламної кампанії, сезонність товару та ключові фактори його ринкового успіху (у співставленні у товарами-конкурентами).

Від повноти кроку 2.1 етапу 2 алгоритму, його реальності та інтегрованості залежить реалізація етапу 3 «Конкретизація показників стратегічного фінансового плану». Недосконалість показників формування основного бюджету підприємства призводить до 20% втрати доходів [1-3].

Позитивність прогнозування фінансових результатів діяльності (етап 2, крок 2.1) забезпечується реальними даними про поточні та майбутні грошові потоки. У разі відхилення запланованих показників від фактичних проводиться комплексний аналіз ситуації, що дозволяє своєчасно мінімізувати негативні та максимізувати позитивні тенденції зовнішнього середовища.

До фінансового прогнозування (крок 2.1) ми віднесли також інвестиційну діяльність підприємства, як сукупність майнових та інтелектуальних цінностей, які утворюють прибуток або дозволяють досягти соціального ефекту. При цьому всі форми інвестицій (фінансові, матеріальні та нематеріальні активи) прогнозуються за джерелами надходження: а) з фонду накопичення; б) з фонду відшкодування.

Якість фінансового прогнозування (2.1) та розробка фінансової стратегії (2.2) в повній мірі залежить від якості і ефективності системи менеджменту підприємства в цілому.

Впровадження інтегративної системи менеджменту (ICM) є світовою практикою вдосконалення управління підприємством в умовах ринкової економіки. Ефективність фінансової політики підприємства в цілому, його ринкова сталість є також результатом відповідності інтегративної системи менеджменту вимогам міжнародних стандартів. До основних ми віднесли:

- стандарт результативності та ефективності функціонування всіх процесів підприємства (структурних підрозділів) – ISO серія 9001:2000;
- стандарт системи екологічного менеджменту – ISO 14001:2004, який враховує всі процеси, спрямовані на зниження негативної дії на зовнішнє середовище;
- стандарт системи оцінки професійної безпеки та здоров'я – OHSAS 18001:1999;
- стандарт соціальної відповідальності бізнесу – SA 8000;
- стандарт ОРМЗ – враховує процеси стратегічного менеджменту та управління;
- стандарт управління інформаційною безпекою ISO 27001:2005.

Так, міжнародний стандарт ISO 9001 передбачає домінування маркетингової спрямованості підприємства, використання цих стандартів при практичній реалізації кроків 2.1 та 2.2, в тому числі стандартів з функціонально-вартісного аналізу та методики оптимізації соціально-економічних процесів, дозволить фінансовому підрозділу розробити конкурентоспроможну та ефективну фінансову стратегію підприємства.

В свою чергу адаптація до реалій української економіки міжнародного стандарту ISO 14001 дозволить виробникам виходити на зарубіжні ринки країн – членів ЕС з конкурентоспроможною, сертифікованою продукцією, виробництво якої відповідає стандартам екологічного менеджменту. Стандарт OHSAS 18001 у світовій практиці вважається домінуючим стандартом менеджменту охорони праці. Підтвердити використання соціально-етичної підприємницької практики та відповідальності бізнесу дозволяє впровадження в практичну діяльність міжнародного стандарту SA 8000.

Використання рекомендацій міжнародного стандарту ISO 9001-2000 є основою реалізації циклу РДСА («Plan → Do → Chek → Act»), більш відомого як циклу Демінга [5,7].

В цілому розробка фінансової стратегії, як складової стратегічного фінансового планування, повинна базуватися на показниках середньострокового та оперативного планування (етапи 3, 4).

За основу етапу 5 «Контроль» рекомендуємо брати наступні показники:

- ліквідність активів;
- залучення позикових коштів;
- оборотність ресурсів;
- рентабельність продукції та виробництва;
- ринкова сталість підприємства.

Ці показники не є остаточними, конкретна система показників для кожного підприємства формується ще на етапі 3 «Конкретизація показників стратегічного фінансового плану» та далі деталізується кроками 3.1 – показники фінансової діяльності; 3.2 – показники планового бюджету; 3.3 – показники доходів і видатків; 3.4 – показники капітального бюджету.

Їх зміст та кількість підтверджується оперативним фінансовим плануванням (етап 4), при практичній реалізації якого проводиться розробка платіжного календаря і касового плану та здійснюється розрахунок потреби підприємства в короткострокових кредитах.

Позитивна динаміка визначених для контролю показників стратегічного фінансового планування передбачає проведення постійного, систематичного, повного, інтегрованого моніторингу; негативна – потребує визначення кількісного та якісного характеру відхилень, визначення причин та тенденцій цих відхилень; у разі неможливості мінімізації негативних тенденцій рекомендується цикл стратегічного фінансового планування починати знову з етапу 1 – «Визначення основних завдань» з поетапним проходженням всього алгоритму, що пропонується.

Висновки

Обґрунтована значущість фінансового планування для ринкової сталості підприємства та, як результат, стабільності державної фінансової системи в цілому. Визначені основні складові, на основі яких формування системи фінансових показників підприємства є оптимальним та ефективним.

Встановлено, що фінансове планування на підприємстві виступає у якості взаємопов'язаних процесів, ефективна реалізація яких базується на показниках виробничо-комерційної діяльності підприємства, основними з яких є: обсяг виробництва, прибуток, асортимент товару і послуг, собівартість продукції.

Розроблено алгоритм процесу фінансового планування, який складається з п'яти етапів та передбачає покрокову практичну реалізацію

від визначення основних завдань до контролю результатів за показниками діяльності підприємства, що рекомендуються (за фактом та в співставленні з запланованими).

Обґрунтовано, що якість фінансового прогнозування та розробка фінансової стратегії в повній мірі залежить від якості і ефективності системи менеджменту підприємства в цілому, так як впровадження інтегративної системи менеджменту (ИСМ) є світовою практикою вдосконалення управління підприємством в умовах ринкової економіки. Ефективність фінансової політики підприємства в цілому, його ринкова сталість є також результатом відповідності інтегративної системи менеджменту підприємства вимогам міжнародних стандартів.

Список літератури: 1. *Афанасьев М.В., Гончаров А.Б.* Економіка підприємства. – Х.: Вид. дім «ІНЖЕК», 2003. – 410 с. 2. *Беседовський О.М.* Аналіз і оцінка бізнес-процесів підприємства // Вісник ХНУ ім. Карабіна. Економічна серія. Еволюція наукових знань і сучасні проблеми економічної теорії. – № 663. – 2005. – С. 22-24. 3. *Гринев В.Ф.* Инвестиционный менеджмент : Учеб. пособие. – 2-е изд., стереотип. – Киев, МАУП, 2001. – 152 с. 4. *Дейвид Нортон.* Внедрение BSC: советы от автора концепции // Финансовый директор. – 2006. – № 4. – Режим доступа до статті : [http : www.fd.ru](http://www.fd.ru). – Назва з екрану. 5. *Деменіна О.М.* Методика оцінки ефективності оперативного контролінгу на промисловому підприємстві // Актуальні проблеми економіки. – 2004. – № 8. – С. 158-163. 6. *Малинин Т.А.* Трансформирование системы менеджмента качества в систему менеджмента предприятия / *Т.А. Малинин, Е.Т. Зуев, Г.С. Фомин* // Пищевая промышленность. – 2003. – № 4. – С. 45. 7. *Нив Г.Р.* Пространство доктора Деминга / *Г.Р. Нив*; пер. с англ. – Тольятти : Городской общественный фонд «Развитие через качество», 1998. – 336 с. 8. Система сбалансированных показателей (Balanced Scorecard). ГК «Бэст Консалт» Режим доступа до документу: http://www.bestconsult.ru/view_clauses.php?id=7. – Назва з екрану.

Надійшло до редколегії 21.12.2011

УДК 338.2:34612

Г.В. СУШКО, студент, НТУ «ХПІ», Харків

ЗНИЖЕННЯ РІВНЯ ТРАНСАКЦІЙНИХ ВИТРАТ ПЛАТНИКІВ ПОДАТКІВ ЯК ЗАСІБ ДОДАТКОВОГО НАДХОДЖЕННЯ ДО ДЕРЖАВНОГО БЮДЖЕТУ

В даній статті проводиться пошук шляхів зниження трансакційних витрат, спосіб його застосування та можливі наслідки.

В данной статье проводится поиск путей снижения трансакционных затрат, способ его применения и возможные следствия.

The aim of this work is to find the ways of reducing transaction costs, the method of its application and the possible consequences.

Ключові слова: корупція, сплата податку, трансакційні витрати сплати податків, податкова служба, державний бюджет.

Вступ

Всім добре відомо, що найбільшу долю у формуванні державного бюджету України та будь – якої іншої країни становлять податкові надходження. Адже, податкові збори – найважливіше джерело надходжень у державний бюджет, за допомогою якого утримується державний апарат на належному рівні. Саме тому, корупція в податковій сфері є дуже небезпечним явищем, яке є актуальним для багатьох країн світу і стимулює велику кількість досліджень цього питання [1, 2].

Та, нажаль, процедура сплати податків у сучасній Україні ускладнена чисельними бюрократичними процедурами, проходження яких потребує від платників податків додаткових витрат – трансакційних витрат сплати податків. Вони зв'язані з втратою часу на реєстрацію, заповнення певної сукупності документів, при чому без відповідних знань про дану процедуру, а також простою в безкінечних чергах, оскільки процедура відбувається на певне число місяця і у відповідних установах, які знаходяться, як правило, в різних частинах міста, де збирається велика кількість підприємців [3].

Але, логічно, що кожен платник намагатиметься мінімізувати свої витрати, навіть, якщо він сумлінно прагне сплатити податки та інші збори. Він буде намагатися зменшити витрати часу та обробки інформації, витрати проведення контролю та прийняття рішень, а також юридичного захисту виконання покладених на нього обов'язків [4].

Постановка задачі

Нашою головною метою є пошук шляху зниження транакційних витрат сплати податків. Додатково метою являється визначення користі для платника податку, державного бюджету та працівника податкової служби після його застосування.

Методологія

Для дослідження причин виникнення корупції у податковій сфері та пошуку шляхів зниження транакційних витрат сплати податків нами використовується інструментарій неоінституціональної економічної теорії.

Результат

Припустимо, існує певний платник «П», що постійно сплачує податок «N», який пов'язаний з трансакційними витратами сплати податків «Тп»..

Сукупні загальні витрати платника, зв'язані зі сплатою податків, можна зобразити у вигляді наступної формули:

$$E = N + T_{\text{п}}, \quad (1)$$

В даному випадку існують ненульові транзакційні витрати сплати податків, які іноді досягають величезних значень.

З метою мінімізації транзакційних витрат сплати податків платник податків може сплатити хабар працівнику податкової служби, внаслідок чого, він зможе знизити рівень транзакційних витрат сплати податків.

Тоді, дана ситуація матиме таке математичне тлумачення:

$$E = N + T_{\text{п}} * k + B + R * v, \quad (2)$$

де, k – введений нами коефіцієнт, що відображає рівень зміни транзакційних витрат сплати податків, в даному випадку приймає найменшого значення;

B – хабар, який сплачує платник;

R – штрафна санкція у випадку виявлення правоохоронними органами факту хабарництва;

v – вірогідність такого виявлення.

Але цей спосіб зниження транзакційних витрат є доволі ризиковим для платника у зв'язку з появою відповідальності за хабарництво в розмірі « $R*v$ ».

Для мінімізації транзакційних витрат сплати податків та відповідної мінімізації корупції в органах податкової служби, уряд може ввести певний офіційний платіж для прискорення податкового процесу (необов'язковий) « n », за умови сплати якого з'являється можливість уникнення простоїв у чергах, втрати часу на реєстрацію, помилок при заповненні документів та інших факторів, що збільшують рівень транзакційних витрат.

В результаті, загальні витрати платника податків будуть відображатись у вигляді наступної формули:

$$E = N + T_{\text{п}} * k + n, \quad (3)$$

В даному випадку коефіцієнт « k » відображає долю зменшення рівня транзакційних витрат сплати податку внаслідок введення даного офіційного платежу, що вказує на зменшення рівня « $T_{\text{п}}$ », в той час як відповідальність за хабарництво відсутня. Саме тому, ця модель буде безпечною та економічно ефективною для платника податку.

Вагомим позитивним наслідком, на нашу думку, є те, що окрім економії для платника податків « $T_{\Pi} * (1 - k)$ », існує додаткове надходження « n » до державного бюджету. Саме тому, дуже важливим питанням є вибір цього офіційного платежу, оскільки у випадку, якщо розмір « n » буде перевищувати трансакційні витрати сплати податків, платнику податків не буде сенсу користуватися цією «послугою». Це можна зобразити у вигляді нерівності:

$$n > T_{\Pi} * (1 - k), \quad (4)$$

З іншого боку, якщо даний офіційний платіж буде замалим, то спостерігатимуться незначні надходження до державного бюджету.

З метою підвищення зацікавленості працівника податкової служби у даній процедурі запропоновано встановити частку державного службовця від платежу « n » у розмірі « p ». Тоді, прибуток державного бюджету « PR_s » від даної сплати податку складатиме:

$$PR_s = N + n * (1 - p), \quad (5)$$

А загальний прибуток працівника податкової служби:

$$PR_t = S + p * n, \quad (6)$$

де, S – встановлена заробітна плата

Загальну схему нашої моделі зображено на рис.

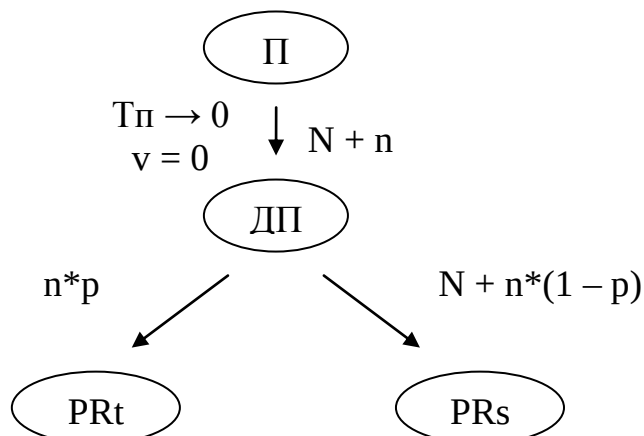


Рис. – Наслідок застосування офіційного платежу для прискорення податкового процесу « n »

Висновок

Таким чином, ми прийшли до висновку, що для зниження рівня трансакційних витрат та зменшення податкової корупції в органах державної податкової служби необхідне відрегулювання механізму сплати податків за допомогою введення офіційного платежу для прискорення податкового процесу.

Вагомим позитивним наслідком від внесення такого платежу є збільшення надходжень до державного бюджету. При цьому, для підсилення мотивації виконання більшого об'єму роботи працівниками органів податкової служби ми пропонуємо ввести оплату пропорційну об'єму виконаної роботи, що на нашу думку, може стати чинником зменшення корупції в Україні.

Список літератури: 1. *Mokhtari M.* Tax Collection, Transfers, and Corruption: the Russian Federation at the Crossroads / M. Mokhtari, I. Grafova // Экономический журнал ВШЭ. – 2003. – Т.7, №1. – С.3–19. 2. *Никитин С.* Теневая экономика и налогообложение / С. Никитин, М. Степанова, Е. Глазова // Мировая экономика и международные отношения. – 2005. – №2. – С.24–30. 3. *Сушко Г. В.* Трансакційні витрати як чинник податкової корупції / Г.В. Сушко // Україна і світ: гуманітарно-технічна еліта та соціальний прогрес: тези Міжнар. наук.-теор. конфер. студ. і аспір., 14-15 квітня 2011р.: у 2-х ч. /ред. кол. Л.Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, О.Г. РОМАНОВСЬКИЙ. – Харків: НТУ «ХПІ», 2011. – Ч.1. – С.256. 4. *Dalman C. J.* The Problem of Externality / C. J. Dalman // The Journal of Law and Economics. – 1979. – Vol22, № 1.

Надійшло до редколегії 21.12.2011

УДК 658.153

Н.Н. ПЕДЕНКО, к. э. н., доц., «ХСЭИ», Харьков
Т.В. ГОЛУБЕВА, к. э. н., доц., «ХСЭИ», Харьков
Д.Ю. КРАМСКОЙ, ст. преп., НТУ «ХПИ», Харьков

УПРАВЛЕНИЕ ДЕБИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТЬЮ

Розглянуто інструментарій аналізу та оцінки дебіторської заборгованості, напрямки удосконалення управління дебіторською заборгованістю фірми в цілях підвищення її економічного потенціалу.

Рассмотрен инструментальный анализа и оценки дебиторской задолженности, направления усовершенствования управления дебиторской задолженностью фирмы в целях повышения ее экономического потенциала.

Considered tools of analysis and evaluation of accounts receivable, directions to improve accounts receivable management firm to enhance its economic potential.

Ключевые слова: управление задолженностью, политика цен, коммерческий кредит, взыскание долгов, риск неплатежей, коэффициент инкассации.

Введение. Дефицит денежных средств в экономике Украины и неплатежеспособность многих предприятий обусловили приоритетность систематической работы с дебиторами в деятельности экономических служб. По общему признанию руководителей и специалистов украинских компаний проблема управления дебиторской задолженностью в значительной степени усложнена еще и несовершенством законодательной и нормативной базы в части востребования задолженности. Экономическая ситуация в Украине привела к неадекватному восприятию содержания управления дебиторской задолженностью. Данное восприятие сводится к:

- поиску цепочек взаимозачетов;
- оценке возможностей бартерного обмена;
- применению денежных заменителей в платежах между поставщиками и покупателями.

Постановка задачи. Процесс управления дебиторской задолженностью представляет собой составную часть общей политики комплексного управления оборотными активами и краткосрочными пассивами. Данная политика направлена на оптимизацию объема производства и продаж, ускорение инкассации денежных средств и снижение объема дебиторской задолженности. Общая сумма средств, находящихся в конкретный момент на счетах дебиторов, определяется двумя факторами:

- 1) средним периодом между реализаций товаров (услуг) и получением выручки от их продажи;
- 2) объемом реализации товаров в кредит.

Необходимость правильного управления уровнем дебиторской задолженности определяется не только стремлением к максимизации денежных потоков предприятия, но и желанием снизить затраты фирмы, возникающие из-за того, что любое увеличение дебиторской задолженности должно быть профинансировано каким-либо способом: за счет роста внешних заимствований (средств кредиторов или краткосрочных кредитов банков) или за счет собственной прибыли.

Методология. Метод анализа-синтеза, логическое обобщение.

Результаты исследования. Анализ и управление дебиторской задолженностью имеет особое значение в периоды инфляции, когда подобная

иммобилизация оборотных активов становится особенно невыгодной для предприятия-поставщика. Высокие темпы дебиторской задолженности по расчетам за товары (работы и услуги) и по полученным векселям могут свидетельствовать о том, что данное предприятие активно использует стратегию товарных ссуд для потребителей своей продукции. Кредитуя покупателей, предприятие фактически делится с ними частью своего дохода. В тех случаях, когда платежи предприятию-поставщику задерживаются, оно вынуждено для обеспечения своей хозяйственной деятельности прибегать к заемным источникам, увеличивая тем самым кредиторскую задолженность.

Западные экономисты предлагают свой прагматичный подход к управлению дебиторской задолженностью. Так, Ю. Бригхэм и Л. Гапенски полагают, что «процесс управления дебиторской задолженностью начинается с решения вопроса о том, предоставлять или не предоставлять кредит покупателю»(6). Например, компании, имеющие недогрузку мощностей и невысокий уровень переменных издержек, могут придерживаться более либеральной политики и согласятся на больший уровень задолженности, чем компании, работающие на полную мощность и располагающие небольшой удельной прибылью в объеме продаж. Р. Брейли и С. Майерс предлагают следующую схему управления поставками в кредит (5):

- 1) определение условий, на которых предполагается продавать товары (время оплаты счетов, размер скидки с цены товара при своевременной оплате товара);
- 2) установление признаков платежеспособности покупателей;
- 3) выявление приоритетных покупателей, способных своевременно оплатить товары;
- 4) определение величины товарного кредита, предоставляемого каждому покупателю;
- 5) установление режима контроля за взысканием денежных средств с покупателей по истечении срока товарного кредита (технология отслеживания платежей, финансовые санкции к неплательщикам и др.).

На практике, чтобы максимально снизить вероятность безнадежных долгов, необходимо правильно оценить платежеспособность покупателей, их кредитную историю и др. В этом случае единственным способом держать ситуацию под наблюдением является обоснованный выбор и применение системы контроля счетов к получению (ведение реестра или книги расчетов с покупателями).

Российские экономисты выделяют два подхода к управлению дебиторской задолженностью:

1) сравнение дополнительной прибыли, связанной с той или иной схемой спонтанного финансирования (предоставление покупателям скидки с цены товара при его досрочной оплате) с затратами и потерями, возникающими при изменении политики реализации продукции (предоплата или продажа в кредит);

2) сравнение и оптимизация величины и сроков дебиторской и кредиторской задолженности.

Данные сравнения проводятся по уровню кредитоспособности заемщика, времени отсрочки платежа, стратегии скидок с цены товара, расходам по инкассации и пр.

Управление дебиторской задолженностью включает:

- контроль за ее структурой (в отношении должников);
- оценку ее ликвидности, т. е. реальности возврата долгов предприятию;
- контроль за оборачиваемостью средств в расчетах;
- ранжирование дебиторской задолженности по срокам ее возникновения. Наиболее распространена следующая группировка: до 30 дней; от 31 до 60 дней; от 61 до 90 дней; от 91 до 120 дней; свыше 120 дней. Но возможны и другие группировки;
- контроль за состоянием безнадежных долгов с целью формирования необходимых резервов;
- анализ и планирование денежных потоков с учетом коэффициентов инкассации;
- применение различных моделей договоров с партнерами с гибкими условиями форм оплаты и ценообразования — от предоплаты или частичной оплаты до использования факторинга или банковской гарантии.

Выбор оптимального уровня дебиторской задолженности непосредственно зависит от специфики деятельности каждого предприятия, отрасли хозяйства и сферы бизнеса.

Анализ и контроль дебиторской задолженности можно осуществлять с помощью абсолютных и относительных показателей в динамике за ряд кварталов или лет, важнейшие среди которых следующие.

1. Инкассация наличности — процесс получения денежных средств за реализованную продукцию. Коэффициент инкассации ($K_{инк}$) позволяет установить, когда и в какой сумме ожидают поступления денежных

средств от продаж данного периода. Он выражает процент ожидаемых денежных поступлений от продаж в определенном интервале начиная от момента реализации продукции:

$$Кинк = \left(\frac{\text{Изменение величины дебиторской задолженности в интервале } n}{\text{Продажи месяца } t} \right) * 100, \quad (1)$$

где n - первый месяц отгрузки товара; t - 1-й, 2-й, 3-й, ..., n -й месяц продаж.

Определить значения указанных коэффициентов можно на основе анализа денежных поступлений (погашения дебиторской задолженности) прошлых периодов. Наиболее важным документом для расчета коэффициентов инкассации является реестр старения дебиторской задолженности, составляемый на основе данных бухгалтерского учета (расчетный пример, табл. 1).

Таблица 1 - Реестр старения дебиторской задолженности по ОАО за первое полугодие 2011 года

Показатели	Дата					
	01.01	01.02	01.03	01.04	01.05	01.06
I. Данные об отгрузке продукции и поступлении дебиторской задолженности						
1. Отгрузка прошлого месяца, тыс.грн.	12060	8208	11 328	16566	18528	9066
2. Поступление денежных средств, тыс.грн.	3228	8526	13086	16800	17940	9627
3. Сумма дебиторской задолженности, тыс.грн.	7071	7353	7107	7710	8565	9090
II. Реестр старения дебиторской задолженности						
1. Срок 0-30 дней	2925	3027	2994	4011	3642	3996
2. 31-60 дней	1926	1602	1401	1821	2694	1542
3. 61-90 дней	1362	1749	1200	1038	1629	2457
4. Свыше 90 дней	858	975	1512	840	600	1095
III. Расчет коэффициентов инкассации						
1. Оплата в текущем месяце	9135	5187	8334	12555	14 886	5070
2. Коэффициент инкассации текущего месяца, %	75,7	63,1	73,6	75,8	80,3	55,9
3. Погашение «31-60»	-	1323	1626	1173	1317	2100
4. Коэффициент инкассации «31—60», %	-	14,6	13,5	14,3	11,6	12,7
5. Погашение «61—90»	-	177	402	363	192	237
6. Коэффициент инкассации «61 - 90», %	-	2,3	4,4	3,0	2,3	2,1
7. Погашение свыше «90»	-	387	237	360	438	534
8. Коэффициент инкассации свыше «90», %	-	4,0	3,0	3,9	3,6	16,5
9. Сумма коэффициентов, %	-	84,0	94,5	97,0	97,8	77,2

Из примера следует, что имеющиеся на предприятии данные позволяют установить средние значения коэффициентов инкассации за первое полугодие 2011 года, которые можно использовать для прогноза на второе полугодие. Из таблицы видно, что сумма всех коэффициентов инкассации не равна 100%, что свидетельствует о том, что в силу сложившейся на предприятии кредитной политики объективно присутствует сомнительная дебиторская задолженность.

Реальная картина, полученная в результате анализа старения задолженности дает представление о состоянии расчетов предприятия со своими покупателями. Более детальный реестр можно составить по конкретным клиентам или видам продукции.

2. Коэффициент оборачиваемости дебиторской задолженности ($KO_{дз}$):

$$KO_{дз} = \frac{BP}{\overline{ДЗ}}, \quad (2)$$

где BP - выручка от реализации продукции (нетто) в рыночных ценах; $\overline{ДЗ}$ - средняя дебиторская задолженность за расчетный период.

Средняя дебиторская задолженность за расчетный период (квартал, год):

$$\overline{ДЗ} = \frac{ДЗ_{нп} + ДЗ_{кп}}{2}, \quad (3)$$

где $ДЗ_{нп}$ и $ДЗ_{кп}$ - дебиторская задолженность на начало и конец расчетного периода.

Ускорение оборачиваемости в динамике рассматривают как положительную тенденцию. Замедление оборачиваемости свидетельствует об отвлечении оборотных средств предприятия для расчетов с покупателями и заказчиками, а также с другими партнерами.

3. Период погашения дебиторской задолженности устанавливают по формуле:

$$\text{Период погашения дебиторской задолженности} = 365 \text{ дней} / KO_{дз}. \quad (4)$$

Следует иметь в виду, что чем больше период просрочки задолженности, тем выше риск ее непогашения.

4. Коэффициент погашаемости дебиторской задолженности ($K_{ндз}$) определяют по формуле:

$$K_{\text{ндз}} = \frac{\overline{ДЗ}}{ВР}, \quad (5)$$

где $\overline{ДЗ}$ - средняя за расчетный период дебиторская задолженность;

$ВР$ - выручка от реализации продукции (нетто) в рыночных ценах.

В состав средней за расчетный период дебиторской задолженности включают: задолженность покупателей и заказчиков; векселя к получению, авансы выданные, прочие дебиторы. Значение данного показателя зависит от вида договоров, заключаемых конкретным предприятием. Так, например, если новый типовый договор предусматривает оплату в течение недели с момента отгрузки товара, то критическое значение коэффициента равно 1/26. Если расчетное значение коэффициента превышает расчетную величину, то можно констатировать, что у предприятия возникли трудности во взаиморасчетах с дебиторами (клиентами). В индустриально развитых странах наиболее распространенной является схема «2/10 полная 30», означающая следующее:

- покупатель получает 2% скидку с цены товара в случае его оплаты в течение 10 дней с начала периода кредитования (например с момента получения товара);
- покупатель оплачивает полную стоимость товара, если оплата совершается в период с 11-го по 30-й день договорного срока;
- в случае неуплаты в течение месяца покупатель дополнительно к стоимости товара уплачивает штраф, величина которого зависит от момента платежа.

Например, предприятие приняло на текущий год кредитную политику в части взыскания дебиторской задолженности, представленную в табл. 2.

По отчетным данным за I квартал установлено:

1. Среднедневной объем продаж в кредит = 18000 тыс. грн. / 90 дней = 200 тыс. грн.
2. Средний период инкассации дебиторской задолженности = среднеквартальный остаток задолженности / Среднедневной объем продаж в кредит = 10000 тыс. грн. / 200 тыс. грн. = 50 дней.

Сравнивая средний период инкассации дебиторской задолженности с данными табл. 2, можно утверждать, что выбранная предприятием кредитная политика является недостаточно эффективной.

Средние значения оборачиваемости дебиторской задолженности данного предприятия можно сопоставить со средними значениями, характерными для этой отрасли хозяйства (сферы бизнеса) и оценить, насколько ре-

зультативно работают сотрудники фирмы. Если средний период инкассации значительно выше, чем период по условиям продаж и если таблица сроков оплаты счетов дебиторов показывает большой процент счетов с просроченным сроком оплаты, то стандарты кредитоспособности слишком занижены и нуждаются в корректировке.

5. Доля сомнительной задолженности (со сроком погашения более 12 месяцев) в общем объеме дебиторской задолженности вычисляется по формуле:

Доля сомнительной дебиторской задолженности = Сомнительные дебиторы / Вся дебиторская задолженность.

Данный показатель характеризует «качество» дебиторской задолженности. Тенденция к ее росту свидетельствует о снижении ликвидности дебиторов, а следовательно, об ухудшении финансового состояния предприятия.

6. Доля дебиторской задолженности в общем объеме оборотных активов ($D_{\text{оз}}$) вычисляется по формуле:

$D_{\text{дз}} = [\text{Дебиторы} / \text{Оборотные активы (итог раздела II баланса)}] * 100.$

Таблица 2 - Кредитная политика предприятия в части инкассации дебиторской задолженности

Число дней со дня выписки счета до его оплаты	Доля каждого элемента в объеме задолженности %
0-10	30
11-30	25
31-45	20
46-60	15
61-90	8
Свыше 90	2
Всего	100

Сравнение показателей производят за ряд периодов (кварталов, лет). Рост доли дебиторской задолженности (в процентах), особенно дебиторов с длительным сроком погашения, свидетельствует о снижении ликвидности оборотных активов предприятия.

7. Коэффициент соотношения между дебиторской и кредиторской задолженностью за расчетный период (K_c):

$$K_c = \frac{\overline{ДЗ}}{\overline{КЗ}}, \quad (6)$$

где $\overline{ДЗ}$ - средняя за расчетный период (квартал, год) дебиторская задолженность; $\overline{КЗ}$ - средняя за расчетный период кредиторская задолженность.

Многие экономисты-аналитики полагают, что если кредиторская задолженность превышает дебиторскую, то предприятие эффективно использует средства, т. е. привлекает денежных ресурсов в оборот больше, чем отвлекает из него. Бухгалтеры относятся к данному явлению негативно, потому что кредиторскую задолженность предприятие обязано погашать независимо от состояния расчетов с дебиторами. В мировой учетно-аналитической практике сопоставление дебиторской и кредиторской задолженности также признается правомерным. При этом сумма превышения расчетов с кредиторами по товарным операциям над дебиторской задолженностью считается дополнительным источником краткосрочного финансирования оборотных активов компании. Отдельные экономисты предлагают определять дополнительный эффект от инвестирования средств в дебиторскую задолженность, хотя для предприятия более выгодно, чтобы покупатели своевременно рассчитывались по своим долговым обязательствам(4). В этих целях сумму дополнительной прибыли, полученной от роста объема продаж за счет предоставления товарного кредита покупателям, сопоставляют с величиной дополнительных затрат по оформлению кредита и инкассации долга, а также прямых финансовых потерь от невозврата долга (безнадежная дебиторская задолженность, списанная в связи с неплатежеспособностью покупателя и истечением сроков исковой давности).

Расчет данного эффекта осуществляют по формуле:

$$\mathcal{E}_{\partial z} = \Pi_{\partial z} - T\mathcal{Z}_{\partial z} - \Phi\Pi_{\partial z}, \quad (7)$$

где $\mathcal{E}_{\partial z}$ - сумма эффекта, полученного от вложения средств в дебиторскую задолженность по расчетам с покупателями; $\Pi_{\partial z}$ - дополнительная прибыль предприятия, полученная от увеличения объема продаж за счет предоставления кредита покупателям; $T\mathcal{Z}_{\partial z}$ - текущие затраты предприятия, связанные с предоставлением кредита покупателям и взысканием долга; $\Phi\Pi_{\partial z}$ - сумма прямых финансовых потерь от невозврата долга покупателями (клиентами).

Наряду с абсолютной суммой эффекта может быть рассчитан и относительный параметр — коэффициент эффективности вложения средств в дебиторскую задолженность. Данный коэффициент определяют по формуле:

$$K\mathcal{E}_{\partial z} = \frac{\mathcal{E}_{\partial z}}{D\mathcal{Z}_{\partial z}}, \quad (8)$$

где $K\mathcal{E}_{\partial z}$ - коэффициент эффективности размещения средств в дебиторскую задолженность по расчетам с покупателями; $\mathcal{E}_{\partial z}$ - сумма эффекта, полученного от вложения средств в дебиторскую задолженность по расчетам с покупателями в расчетном периоде; $\overline{ДЗ}_{pn}$ - средний остаток дебиторской задолженности по расчетам с покупателями в рассматриваемом периоде.

Результаты расчетов по этим формулам можно использовать в процессе последующей разработки отдельных аспектов кредитной политики фирмы. При анализе дебиторской задолженности следует иметь в виду, что увеличение этой задолженности (в разумных пределах) может способствовать росту деловой активности предприятия.

При изучении состава дебиторской задолженности особое внимание следует уделить анализу данных о резервах по сомнительным долгам и фактических потерях, связанных с непогашением этой задолженности. В Украине еще не накоплен достаточный опыт в начислении резервов по сомнительным долгам.

В экономически развитых странах компании в процессе подготовки бухгалтерской отчетности чаще всего начисляют резерв в процентах по отношению к общей сумме дебиторской задолженности. При этом вариация может быть весьма значительной от 1 до 6%. В нашей стране резерв по сомнительным долгам должен быть в 2-3 раза выше в зависимости от продолжительности периода, в течение которого дебитор обязуется погасить свою задолженность.

Вывод. Таким образом, предложенный перечень аналитических расчетов и способов управления дебиторской задолженностью, позволят вооружить руководство предприятия инструментарием для анализа и оценки объективного состояния дебиторской задолженности, выявить тенденцию ее движения, а также указать наиболее эффективные способы управления дебиторской задолженностью исходя из положительных наработок передовых отечественных и зарубежных компаний.

Список литературы: 1. Бочаров В.В. Управление денежным оборотом предприятий и корпораций. М.: Финансы и статистика, 2001. 2. Стоянова Е.С. Управление оборотным капиталом. М.: Перспектива, 1998. 3. Колпакова Г.М. Как управлять дебиторской задолженностью. М.: Современная экономика и право. 2000. – 136с. 4. Бланк И.А. Финансовый менеджмент. Учеб. курс. Киев: Ника-Центр, Эльга, 1999. 5. Брейли Р., Майерс С. Принципы корпоративных финансов / Пер. с англ. М.: Олимп-Бизнес, 1997. 6. Бригхэм Ю, Гапенски Л. Финансовый менеджмент. Полный курс. В 2 т. / Пер. с англ. СПб.: Экономическая школа, 1997.

Надійшло до редколегії 23.12.2011

П.Г. ПЕРЕРВА, д.э.н., проф., НТУ «ХПИ», Харьков
И.Н. ПОГОРЕЛОВ, доц., НТУ «ХПИ», Харьков

РАЗВИТИЕ КАТЕГОРИАЛЬНОГО АППАРАТА ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ВСПОМОГАТЕЛЬНЫХ ПРОИЗВОДСТВ

У статті розглянуті питання вдосконалювання організації обслуговуючого виробництва й визначені основні його завдання в частині забезпечення функціонування технічних засобів підприємства.

В статье рассмотрены вопросы совершенствования организации обслуживающего производства и определены основные его задачи в части обеспечения функционирования технических средств предприятия.

In the article the questions of perfection of organization of attendant production are considered and his basic tasks are certain in part of providing of functioning of hardwares of enterprise.

Экономическая стратегия Украины, направленная на построение рыночной экономики, предусматривает поиск новых оптимальных структур и методов управления для осуществления коренных преобразований в технологии, технике и организации производства. Успешное решение этих задач требует комплексного подхода к развитию не только основного производства, но и обслуживающих его смежных производств.

Необходимость комплексного подхода вызвана диспропорциями, сложившимися между организационно-экономическим уровнем основного и обслуживающего производств, а также той функциональной и технологической значимостью, которую приобретают процессы обслуживания на современном этапе. Это тем более важным является для решения общеэкономических задач развития экономики Украины.

Анализ экономического состояния Украины за прошедшие годы независимости свидетельствует о том, что экономика продолжает действовать на пределе своих потенциальных возможностей. Трудности восстановления хозяйственных связей, монополизм предприятий, и все это на фоне постоянного роста цен на энергоносители, не отрегулированной, часто меняющейся, а порой и непродуманной налоговой и денежно-кредитной политики, воздвигнутых таможенных барьеров создают крайне напряженные условия для процесса воспроизводства. И хотя валовой внутренний продукт за последние годы имеет тенденцию к увеличению, рост основных производственных фондов, являющихся

показателем технического вооружения, обеспечивается в основном за счет их удорожания – табл.1 [1].

Таблица 1 – Основные экономические показатели Украины

Показатели	2000 г.	2005 г.	2009 г.	2010 г.	2010 г. к 2009 г., %
Валовой внутренний продукт в фактических ценах, млрд. грн.	170,1	441,5	913,3	1094,6	119,9
Основные средства (в факт. ценах на конец года), млрд. грн.	829	1276	3904	6649	170,3
Инвестиции в основной капитал (в факт. ценах), млрд. грн.	23,6	93,1	151,8	150,7	99,3

В тоже время количество изготовленной продукции, которая может быть использована предприятиями в качестве основных производственных фондов уменьшается – так в 2010 году производство металлорежущих станков уменьшилось по сравнению с 2005 г. На 81,4% и в абсолютном исчислении составило 76 единиц [1]. Еще меньше было изготовлено кузнечно-прессового оборудования – 46 единиц. Такое положение не позволяет удовлетворить потребности в обновлении основных производственных фондов. Для сравнения приведём данные, что на конец 1990г. в стране было выпущено 37 тыс. металлорежущих станков в том числе 3,2 тыс. станков с ЧПУ.

Такое состояние в экономике Украины усугубляется еще и тем, что действующие основные производственные фонды народного хозяйства сильно физически изношены и морально устарели. Если к 1990 г. величина их физической износа составила 37,1 %, а в промышленности она была на уровне 48,7 %, то к концу 2010 года эта цифра составила свыше 60 %.

Уже на 90-е годы прошлого столетия приходится период достижения полного износа очень большими группами основных фондов 50 - 60-х годов ввода. Если не будут предприняты меры по стабилизации возрастных характеристик действующих фондов (приостановление их среднего возраста и степени износа), то страна в скором времени может столкнуться с

периодом массовых отказов производственного оборудования и большого количества другой сложной техники.

Такое состояние основных производственных фондов становится фактором, еще более усугубляющим состояние экономики и может быть в свою очередь причиной:

- снижения или полного отсутствия конкурентоспособности товаров на рынке, т.к. качество товаров зависит от степени прогрессивности и состояния используемого оборудования для их производства;

- высокой себестоимости изделий, поскольку при изготовлении изделий на оборудовании, имеющим высокий износ, увеличивается производственный цикл, снижается объем производства, увеличиваются затраты на энергоносители и заработную плату, сырье и материалы, снижается качество;

- недостаточной доли рынка, что объясняется невозможностью в таких условиях осуществлять диверсификацию производства, значительно расширять ассортимент выпускаемой продукции и увеличивать ее объем.

Концепция выхода Украины из кризиса и работа в рыночных условиях должна быть связана, в первую очередь, с мощной внутренней политикой, где во главу угла ставится восстановление и укрепление собственного производства. Но кризисные явления и постоянно растущие цены делают проблематичным на данном этапе техническое перевооружение предприятий.

Коренные изменения в структуре производства Украины на этапе построения рыночной экономики должны происходить с использованием преимущественно интенсивных, качественных методов экономического роста, не требующих привлечения значительных дополнительных материальных и трудовых ресурсов.

В этой связи альтернативой повышения эффективности производственного потенциала и преодоления технической отсталости, путем обновления основных фондов, должно стать по-новому организованное эффективное комплексное обслуживание всей гаммы основных производственных фондов всех отраслей народного хозяйства.

С другой стороны опыт ряда предприятий, ставших на путь рыночных преобразований и опыт предприятий развитых капиталистических стран свидетельствует о значительных качественных преобразованиях на основе внедрения достижений НТП и режима свободной конкуренции.

С появлением новых специализированных машин, агрегатов и станков часть работ, которые ранее производились на универсальном оборудовании, передаётся на другое, специализированное и более производительное - это так называемый первый вид разделения работ на основные и вспомогательные. Технический прогресс способствует и появлению второго вида разделения работ - по операциям одной и той же профессии рабочего. Третьим видом разделения работ на основные и вспомогательные явилось выделение части производственных работ, ранее выполняемых самим рабочим, в функции его непосредственных помощников. Следовательно, второй и третий вид разделения работ на основные и вспомогательные приводит к появлению новых профессий - помощников основных рабочих. При этом все эти виды разделения работ на основные и вспомогательные развиваются одновременно и приводят к исчезновению старых профессий и появлению новых, которые через определённое время перестают быть новыми и в свою очередь заменяются.

Помимо трёх основных видов разделения работ на основные и вспомогательные, имеется, по определению К.Маркса, четвёртый - чисто техническое разделение труда между основным рабочим и обслуживающими его рабочее место и оборудование рабочими, которое по мере появления машин и увеличения объёмов производства, становится одним из ведущих в дальнейшем разделении труда на предприятии.

Технический прогресс не отменяет ту или другую функцию обслуживания, но изменяет ее содержание. В то же время он может привести к выделению отдельных подфункций, которые при известных условиях могут даже обособляться. Попытаемся подтвердить справедливость этого положения следующими примерами.

Не вызывает сомнения, что механизация и автоматизация производственных процессов представляют собой, по существу, последовательные стадии научно-технического прогресса. В машиностроении, как и в промышленности в целом, обе эти стадии сосуществуют, что объясняется как неравномерностью развития науки и техники, неодинаковыми возможностями использования их результатов применительно к разным участкам производства, значительными объективными трудностями на пути механизации и автоматизации различных трудовых процессов, так и влиянием социально-экономических факторов. Важно отметить, что и механизация и автоматизация проходят в своем развитии ряд этапов и оказывают различное влияние на содержание труда. Развитие механизации происходит по

схеме: ручной труд — универсальная машина — частичная автоматизированная специализированная машина. Различие между универсальной и специализированной машиной состоит в том, указывал К.Маркс, что «...в одном случае вся работа производится одной и той же рабочей машиной. Машина выполняет все те различные операции, которые ремесленник выполнял своим орудием труда...», а в другом случае «...Предмет труда проходит последовательный ряд взаимно связанных частичных процессов, которые выполняются цепью разнородных, но дополняющих друг друга рабочих машин...»[2].

Одновременно с развитием машинного производства происходит обособление и перераспределение трудовых функций. Этот процесс протекает в двух направлениях. С одной стороны, происходит отделение от основных функций, выполняемых «главным» рабочим, функций по доставке заготовок, инструментов, приспособлений, уборке рабочего места. Иными словами, из общего комплекса работ выделяются и обособливаются те, которые не требуют высокой квалификации и длительной подготовки исполнителей. С другой стороны, обособляются наиболее сложные работы по ремонту оборудования и поддержанию его в хорошем состоянии, наладке и переналадке оборудования, изготовлению инструмента и оснастки. Как правило, эти работы требуют значительно более высокой квалификации исполнителей, чем работы по непосредственному выполнению основных операций. Поэтому, как указывал К.Маркс: «...наряду с этими главными категориями выступает количественно незначительный персонал, который занят контролем за всеми машинами и постоянной их починкой...» [2] . Давая оценку этому новому персоналу, К.Маркс указывает далее, что «...Это - высший, частью научно образованный, частью мысленного характера слой рабочих...» [2].

Применительно к специализированному производству К.Маркс указывал, что по мере развития механизации основных технологических процессов, труд большей части рабочих, занятых на машинах, упрощается, содержание его обедняется. «Искусный труд более и более превращается в простой труд»². Следовательно, наряду со снижением квалификации основных рабочих в специализированном производстве возникает потребность в высококвалифицированных рабочих по обслуживанию производства. И все же до определенного момента станочники остаются абсолютно и относительно преобладающей частью данного производственного коллектива.

Относительное сокращение их числа начинается с введением частичной автоматизации производственных процессов, при которой автоматическое выполнение отдельных приемов управления оборудованием устраняет из содержания трудового процесса станочника часть наиболее сложных циклически повторяющихся элементов работы, упрощает трудовое содержание технологических операций. Функции воздействия на предмет труда все более передаются машине. «Машина выполняет все движения, необходимые для обработки сырого материала, без содействия человека и нуждается лишь в контроле со стороны рабочего» [2].

Поэтому, на первый план выдвигаются функции обеспечения нормальной работы оборудования и оснастки: их наладка, регулирование, подналадка, ремонт, межремонтное обслуживание и др.

В этих условиях поддержание оборудования в состоянии высокой работоспособности и быстрое устранение случайных отказов имеет определяющее значение для эффективного функционирования не только обслуживающей системы, но и всего производства в целом, а рабочие, осуществляющие обслуживание производства становятся на высокоавтоматизированных предприятиях основными участниками производственного процесса.

Следовательно, в условиях современного производства, когда каждое предприятие и цех представляют собой сложную систему взаимодействующих подразделений и большого количества тесно взаимосвязанных между собой индивидуальных и коллективных рабочих мест, требуется четкая и слаженная система всего производственного организма, что в значительной мере зависит от организации всех подразделений предприятия, занятых выполнением разнообразных функций обслуживания производства и от организации труда рабочих соответствующих функциональных служб.

Исходя из этого, становится очевидным изменение содержания обслуживания производства в условиях научно-технического прогресса. Вся система обслуживания производства, в конечном счете, призвана обеспечить бесперебойную и высокопроизводительную работу оборудования, полное и продуктивное использование рабочего времени всеми участниками производственного процесса. На рабочем месте сходятся все нити системы обслуживания, обнаруживаются неувязки и недочеты в ее организации.

Если в недалеком прошлом суть обслуживания заключалась в том, чтобы освободить основного рабочего от вспомогательных и подсобных работ, то под влиянием научно-технического прогресса встает на первое место обслуживание тех средств и орудий труда, которыми располагает как основной работник, так и

различные службы предприятия (транспорт, энергетика и т.п.). Если содержанием обслуживания поточной линии обработки поршня ПАО «Автрамат» (г.Харьков) было обеспечение рабочих мест заготовками, процессы установки, транспортировки и снятия готовых изделий, то с вводом автоматической линии установку, транспортировку и снятие изделий осуществляет автомат. Задачи обслуживания в этом случае состоят в поддержании в рабочем состоянии оборудования и оснастки. Значительных трудозатрат требуют процессы смазки оборудования. С появлением центральных маслораздаточных установок задачи по обслуживанию смазки оборудования состоят в поддержании в работоспособном состоянии маслораздаточных станций. Для транспортно- переместительных и складских операций все в большей степени применяются всевозможного вида контейнеры, транспортеры, краны-штабелеры и др. Для осуществления контрольных операций широко применяются контрольно- измерительные приборы, автоматические и полуавтоматические устройства. С широким внедрением в производство станков-автоматов, автоматических и полуавтоматических линий, заводов-автоматов, процессы обслуживания рабочего места и основные процессы изготовления изделий органически переплелись. Главной задачей обслуживания становится поддержание в работоспособном состоянии всех технических средств, в обеспечении комплексного обслуживания, без которого невозможна полная временная и пространственная регламентация производства.

Список литературы: 1. Статистичний щорічник України за 2010 р. 2. *К.Маркс и Ф.Энгельс*. Соч. т.23. 3. *І.М.Погорєлов*. Шляхи підвищення ефективності організації виробничих процесів. Харків.2007. 218 с. 4. *В.В. Семенов*. Организационно-экономические проблемы повышения эффективности ТО и РО промышленных предприятий. Ижевск. 2006

Надійшло до редколегії 26.12.2011

Є.В. КОВАЛЬОВ, д.е.н., проф., Харківський національний університет внутрішніх справ, Харків

ДИЛЕМА ІННОВАЦІЙНОГО І СИРОВИННОГО НАПРЯМКІВ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ УКРАЇНИ

Визначені сучасні ризики переважно сировинного напрямку економічного розвитку України. Запропоновані заходи з підвищення ефективності господарського комплексу держави.

Определенные современные риски преимущественно сырьевого направления экономического развития Украины. Предложенные мероприятия по повышению эффективности хозяйственного комплекса государства.

Modern risks mostly raw material economic developments in Ukraine have been determined in the article. Measures for increasing of national economy efficiency have been proposed.

Ключові слова: конкурентоспроможність, глобалізація, кризові явища, інноваційна діяльність, сировинний напрямок, економічний розвиток.

Вступ

Сучасний стан світового економічного суспільства характеризується, з одного боку, постійним розвитком процесів глобалізації, а, з іншого, неослабною присутністю кризових явищ. В цих умовах кожній державі складно визначати стратегії свого існування. Для України, з її незавершеним переходом до ринкової економіки, на наш погляд, ситуація ускладнюється необхідністю скорішого реального вибору між сировинним і інноваційним напрямками економічного розвитку. Основою можливого економічного піднесення України більшість аналітиків визнають інноваційну діяльність. Проте, на практиці стан економіки свідчить про складність та суттєві протиріччя цього напрямку.

Серед вітчизняних вчених найбільш ґрунтовні роботи з дослідження інноваційних процесів мають: О.Амоша, А. Гальчинський, В.Геєць, Л.Зотов, В.Семіноженко, Д.Черваньов, М.Чечетов, А.Чухно, В.Федоренко, Л.Федулова, А.Яковлев та інші.

Постановка завдання

Головним завданням статті є визначення пріоритетного напрямку економічного розвитку України в складних сучасних умовах глобалізації світового господарства.

Методологія

Методологічною основою дослідження є методи системного підходу, порівняння, узагальнення, аналізу та синтезу.

Результати дослідження

Економічна глобалізація – сучасне складне явище, яке швидко розвивається, але далеко не вивчено. Дослідники оцінюють її як неоднозначну тенденцію світового існування – вона може як сприяти, так і гальмувати розвиток національної економіки. У разі своєчасного і умілого використання переваг глобалізації країна здатна підвищити свою конкурентоспроможність, поширити на світових ринках реалізацію товарів, забезпечити економічну стабільність і високі стандарти життя людей. У протилежному випадку – під тиском більш сильних конкурентів вона буде витиснена на виконання допоміжних брудних і шкідливих виробничих процесів, перетвориться у аграрно-сировинний придаток розвинутих країн. Таке місце у світовому розподілі праці приведе до нееквівалентного товарного обміну – коли країна буде експортувати сировину і матеріали з низькою доданою вартістю і імпортувати складні товари з високою доданою вартістю.

Таким чином, з одного боку, створюючи умови відкритості, об'єднання, взаємозалежності, з іншого - глобалізація консервує досягнення одних країн і відсталість, залежність інших. Зрозуміло, що за своєю природою вона також об'єктивно формує умови для швидкого поширення, у разі їх виникнення, кризових явищ.

Сучасне керівництво держави поставило у 2010 р. завдання – Україна повинна за 10 років увійти до 20 найбільш економічно розвинутих країн світу (G 20). Економічне становище України на цей час неоднозначне. З одного боку, наша держава має великий промисловий, аграрний, ресурсний, інтелектуальний потенціали, приємні природнокліматичні умови, займає вигідне географічне положення. Мінерально-сировинна база України включає близько 20 тисяч родовищ і проявів 113 корисних копалин. Запаси залізних руд становлять понад 14% загальносвітових, марганцевих – понад 43%. Україна займає провідні місця за запасами титану, цирконію, урану, літію, графіту, каоліну, вогнетривких глин, сірки, калійних солей, декоративного каменю. В Україні видобувається близько 5% світового обсягу мінерально-сировинних ресурсів, при цьому, гірничодобувна промисловість щороку випускає продукцію на 25 – 28 млрд. дол. Україні належать провідні позиції у видобутку багатьох видів мінеральної сировини – вугілля, марганцевих і залізних руд, титану,

графіту, каоліну. До промислового освоєння залучено від 40 до 75% розвіданих запасів основних видів корисних копалин [1].

Але, з іншого боку, за рівнем бідності Україна знаходиться на 3-му місці у Європі після Молдови та Албанії. Якщо купівельна спроможність населення в Україні складає 1487 євро, то у Швейцарії – 27521 євро, Норвегії – 24993 євро, Ірландії – 22207 євро [2]. Наростає різниця у доходах між багатими та бідними. Відповідно до соціальних стандартів Ради Європи співвідношення доходів багатих та бідних верств населення не повинно перевищувати 10 разів. Якщо порівняти окремі країни, то це співвідношення у Китаї становить 7:1, у країнах ЄС – 5-7:1, в Японії – 4,3:1, в Україні – 30:1 [3]. Це реальна економічна основа соціальних ускладнень та можливих революційних потрясінь. Складність економічного становища закономірно загострює демографічну кризу. Станом на 1 жовтня 2011 р. чисельність наявного населення України становила 45 млн. 665 тис. осіб – на 6,28 млн. менше, ніж 20 років тому [4]. А за прогнозами ООН, населення України зменшиться у 2020 – до 40 млн., а в 2050 до 25 млн. чол. [5]. Соціально-економічні показники сучасної України визначають граничні умови, при яких країна може без вороття загубити свій шанс увійти до кола розвинутих держав світу. Тому дуже важливо реально оцінити можливості, правильно вибрати напрямки і фактори економічного зростання.

Сучасна економіка України має сировинну направленість розвитку. Основною експортною галуззю України є металургійна промисловість. Близько 40% валютних надходжень країни забезпечує металургійний сектор [6, с. 72]. Більш як 2/3 загального обсягу промислової продукції припадає на галузі, що виробляють сировину, матеріали та енергетичні ресурси [7, с. 7]. В останні роки Україна також виходить на передові позиції у світі з продажу на експорт аграрної сировини – не переробленого зерна. Так, за словами міністра аграрної політики і продовольства України М.Присяжнюка: “Ми країна, яка нині є лідером з експорту ячменю. Країна, яка має третю позицію з експорту кукурудзи і п’яту – з експорту пшениці” [8]. Конкурентоздатність сировинного напрямку розвитку економіки підтримується низькою вартістю продукції - цьому сприяє застосування дешевої, відносно кваліфікованої робочої сили. Якщо в європейських країнах заробітна плата становить 60-70% ВВП, то в нас – лише 20-25%

[9]. Але протидіють цьому високі енерго та матеріаломісткість продукції, зношеність основних фондів. Так, знос основних фондів на

вітчизняних металургійних підприємствах досягає 60%, тоді як, в Японії – 15-20%, в США і ЄС – 25% [7, с. 73].

У короткостроковій перспективі входження України у глобалізоване світове господарство приведе до зростання виробництва та продажу продукції сировинних галузей, але цей напрямок економічного розвитку вважаємо стратегічно безперспективним з кількох причин:

а) у теперішній час Україна має не настільки великі природні ресурси, щоб їх продавати у вигляді сировини, обкрадаючи наступні покоління;

б) “сировинна” економіка виробляє продукцію з низькою доданою вартістю переважно за неперспективними, брудними або шкідливими технологіями, що знижує можливості майбутнього технологічного і взагалі швидкого економічного розвитку країни;

в) Україна має ще достатній технологічний потенціал для переробки власних природних ресурсів у складну конкурентноспроможну продукцію;

г) виробництво сировини і матеріалів обмеженої номенклатури, але у великих обсягах, лишає економіку України “гнучкості”, створює, особливо в кризові періоди, сильну залежність від умов міжнародних ринків.

Світові пропорції розвитку галузей економіки зовсім інші, ніж в Україні. Прогресивнішою стає галузева структура світової промисловості, в якій перші місця посідають: машинобудування (40% усієї продукції), хімічна промисловість (більше як 15%), харчова (14%), легка промисловість (9%), металургія (7%). Найбільш швидко зростаючою галуззю залишається електронна й електротехнічна промисловість [7, с. 5]. Таким чином, сировинний напрямок розвитку сучасної української економіки є не тільки неперспективним, але і суперечить світовим економічним тенденціям.

Основним, світова економіка вибирає не сировинний, а інноваційний напрямок розвитку. В розвинутих країнах світу до 90% приросту ВВП створюється за рахунок інноваційної діяльності [10]. Інновації дають можливість суттєво підвищувати продуктивність праці, знижувати витрати, покращувати якість продукції. Постіндустріальні суспільства розвинутих країн все інтенсивніше працюють над здобуттям та збереженням знань, як основи інноваційного розвитку. Економіка розвинутих країн все більш стає економікою знань. Володіння складними технологіями дає можливість розвинутих країнам залишати у себе чисті, безпечні стадії створення продукції, а неконкурентноспроможним країнам передавати функції видобутку сировини і брудного виробництва. Різні рівні доступу до знань і

технологій стають основою створення продукції з різною доданою вартістю і нееквівалентного товарного обміну. Зрозуміло, що економічне піднесення України знаходиться на напрямках інноваційної діяльності та розвитку галузей, які забезпечують зростання науково-технічного рівня держави. Але стан економіки на сучасному етапі свідчить про те, що на жаль, Україна не має власної, глибоко продуманої стратегії інноваційного розвитку. Відбувається істотне послаблення позицій інноваційно орієнтованих галузей. На машинобудування, яке є серцевиною інноваційної моделі економіки, в Україні припадає лише 11,1% промислового виробництва, тобто перебуває на рівні майже у 3 – 4 рази нижчому, ніж в економічно розвинутих країнах [11].

Декларуючи необхідність інноваційного розвитку економіки, держава реально для цього нічого не робить. Підтвердженням є стрімке скорочення обсягів державної підтримки наукової та науково-технічної діяльності. Протягом перших 10 років ринкової трансформації економіки України частка видатків державного бюджету на науку знизилася з 0,82% до 0,3% ВВП, тобто до рівня слаборозвинутих країн [12, с.4]. Встановлена законом норма бюджетного фінансування наукової і науково-технічної діяльності в 1,7% ВВП ніколи не виконувалася. В середньому на науку в державному бюджеті України виділяється не більше 0,4% ВВП [13]. У той же час фінансування витрат на наукові дослідження у розвинутих регіонах світу становить: ЄС – 1,84%; США – 2,67%; Японія – 3,17%; Південна Корея – 2,99%; Китай – 1,23% ВВП [14]. Країни ЄС ставлять за мету збільшення обсягу фінансування науки до 3% ВВП [12, с. 5].

Інноваційний вплив науки на суспільне життя залежить від рівня її фінансового забезпечення. При фінансуванні у межах 0,4% ВВП наукові дослідження мають для суспільства тільки культурно-освітнє значення; коли держава витрачає на науку до 0,9% ВВП, то можна очікувати й появи нових наукових результатів; і тільки при вищих обсягах фінансування наукові дослідження суттєво впливають на економіку. Тому зовсім не випадково 90% продукції національного виробництва не мають наукового забезпечення [12, с.5]. Фактичне ігнорування інноваційного напрямку розвитку практично всього суспільного господарства особливо в умовах кризового стану світового господарства посилює зниження конкурентоспроможності України, подальше економічне відставання від країн-конкурентів, підвищить загрози економічній безпеці держави.

Конкурентоспроможність і сприятливість до інновацій українських підприємств значною мірою, за нашим поглядом, залежить від концентрації виробництва. За розміром та економічним потенціалом підприємства поділяються на малі, середні та великі. Відповідно до досліджень вчених та деяких нормативно-правових документів до малих підприємств віднесено фірми, які мають менш як 50, середні – від 50 до 1000, великі – більше 1000 найманих працівників. За даними Держкомстату України кількість малих і середніх підприємств у 2003 р. складала 92,5%, великих – 7,5% від загальної їх чисельності. При цьому, частка малих і середніх підприємств у обсязі виробництва складає 24,8%, великих – відповідно 75,2% [15]. Таким чином, за кількістю основну долю складають малі і середні підприємства. Але за обсягами випуску продукції – великі підприємства.

Малі і середні підприємства діють переважно на внутрішньому ринку країни, сприяють трудовій зайнятості населення і зниженню рівня безробіття, долають бідності, формуванню середнього класу і зміцненню політичної стабільності. Вони швидко пристосовуються до змін в умовах господарської діяльності і забезпечують раціональне переміщення капіталу із однієї господарської сфери у іншу. Але історичний світовий досвід свідчить про те, що визначальна роль у інноваційному розвитку і формуванні економічного потенціалу країни належить великим підприємствам. Найбільш сприятливими до інновацій є великі підприємства. Так, серед підприємств з чисельністю понад 5000 чол. інновації здійснювали 64% підприємств, а з чисельністю працівників від 50 до 5000 чол. – лише 17% [18]. Внаслідок високої виробничої потужності, вони можуть працювати з дуже великими обсягами унікальної продукції, зберігати та розвивати високі технології, концентрувати групи висококваліфікованого персоналу, створювати умови для високоефективної праці, успішно конкурувати на світових ринках з фірмами інших країн. На наш погляд, ефективно діяти на зовнішніх ринках в кризових умовах глобалізованого світу зможуть переважно великі підприємства.

На жаль, в Україні сформувалася стійка концепція безумовного розукрупнення великих підприємств та підтримки розвитку малого і середнього бізнесу. Так, у 1991 р. 27 галузей народного господарства були представлені одним великим підприємством із самостійним балансом, 21 галузь – по два підприємства, 25 галузей було зосереджено на трьох

підприємствах, 9 – на чотирьох, 6 – на п'яти підприємствах. Іншими словами, 88 галузей мали або монопольну, або олігопольну структуру. Абсолютно монополізованим було виробництво багатьох видів продукції металургії, в машинобудуванні – тракторів і сільськогосподарської техніки, екскаваторів, тепловозів, промислових електровозів, мотоциклів, автомобілів з дизельними двигунами, автотранспорту [16, с.23]. За роки незалежності України наслідком політики зміщення акцентів з підтримки великого на малий та середній бізнес стала руйнація потужних виробничих і науково-технічних комплексів та утворення на цій основі дрібних господарюючих суб'єктів. Відповідно з прийнятою концепцією з 1991 по 2004 р. кількість малих підприємств збільшилось у 6 разів – з 47,1 тис. до 283,4 тис., однак при цьому, рівень конкурентоспроможності України у міжнародних рейтингах не змінився та остається стабільно низьким. Так, за останнім звітом Всесвітнього економічного форуму відповідно до рейтингу з конкурентоспроможності у 2009 – 2010 рр. Україна зі 139 країн світу займала 82 місце [17].

Проведена демонополізація великих українських виробництв руйнуюче діє на економіку, протидіє світовій тенденції інноваційного розвитку. Вона суттєво зменшила можливості розробки та впровадження у виробництво технологічних інновацій, які потребують суттєвих витрат, що не під силу малим підприємствам. Ці обставини особливо посилюються тим, що сфера науки в Україні була також суттєво послаблена, внаслідок чого розрив між наукою та виробництвом збільшився. Переважно тому, на наш погляд, українська економіка розвивається практично без наукових розробок. Частка української наукомісткої продукції на світовому ринку високотехнологічних товарів складає 0,1%. У той же час частка наукомісткої продукції США на світовому ринку дорівнює 36%, Японії – 30%, Німеччини – 17%, Китаю – 6% [10].

Одним з негативних наслідків розукрупнення українських підприємств явилось зниження інноваційного рівня виробництва. Так, кількість інноваційно-активних підприємств до 2009 року скоротилася з 25% до 10% [13].

В результаті такої помилкової концепції “розвитку” суттєво зменшився загальний і особливо експортний потенціал України.

Напроти, розвинуті країни світу приділяють значну увагу концентрації виробництва та підтримці великих підприємств. Так в США, починаючи з 80-х років XX ст., в антитрестівське законодавство були

внесені значні послаблення, зокрема, переглянуто вимоги щодо злиття, піднято “поріг” ринкової концентрації при горизонтальних злиттях, дозволено оцінювати можливості злиття з точки зору убезпечення суб’єктів від негативного тиску технологічної та іноземної конкуренції, послаблено заборони на створення спільних підприємств, знижено антитрестівські штрафи для таких підприємств, запроваджено індивідуальні підходи до кожного випадку злиття, особливо в галузях високих технологій [19].

Завдяки картельній практиці в Японії в 1955 – 1970 рр. було успішно проведено модернізацію чорної металургії, вугледобувної промисловості, суднобудування, нафтопереробки, виробництва хімічних добрив. У Південній Кореї в машинобудуванні, електроніці, текстильній промисловості, чорній і кольоровій металургії, нафтохімії та суднобудуванні здійснювалося примусове злиття приватних компаній, що призвело до утворення високо монополізованих виробничих структур. Уряди більшості розвинутих країн зайняли досить лояльну позицію щодо концентрації внутрішнього виробництва, дозволяючи вітчизняним компаніям діяти подібно монополіям і у такий спосіб усувати з ринку зарубіжних конкурентів [16, с. 22].

Вважаємо, що сучасні наміри розвинутих країн світу на укрупнення виробничих підприємств можна оцінити як вірне врахування ними об’єктивної тенденції розвитку глобалізації на посилення концентрації і конкуренції крупного капіталу. Так, на початку ХХІ століття пройшли злиття великих світових компаній. В аерокосмічній промисловості об’єдналися “Боїнг” і “Локхід”, в нафтопереробці “Екссон” і “Мобіл”, “Шеврон” і “Тексако”, в автомобілебудуванні “Даймлер-Бенц” і “Крайслер”, в банківській сфері – злиття великих американських банків “Морган” і “Чейз Манхеттен”. Особливий місцевий приклад концентрації виробництва – за рахунок української “Криворіжсталі” пройшло посилення металургійної групи “Мітал Стіл”.

Суттєва особливість глобалізації полягає у тому, що у сучасному світовому економічному середовищі поступово змінюються центри економічного впливу – керівна роль держав слабшає, а на перше місце за впливом на процеси економічного розвитку виходять транснаціональні корпорації. Їхня кількість за десятиліття (1990 – 1999 рр.) збільшилася майже вдвічі – з 36 тис. до 63 тис., а їхніх закордонних філій налічується близько 600 тис. Так, “ІБМ” має філії у більш як 80 країнах, “Сіменс” – у 52 тощо. В списку 100 найбільших економік світу (розглядаються як

національні, так і транснаціональні організми) 51 позицію посідають транснаціональні корпорації [20]. Річні доходи деяких транснаціональних корпорацій значно перевищують ВВП окремих держав, у тому числі і України. Так, в 2004 р. Україну з ВВП 68,339 млрд. дол. випереджали з річного доходу 23 корпорації. Серед них найбільш потужна – “General Motors” (США), її дохід 176,558 млрд. дол. перевищував ВВП України у 2,6 рази, а дохід “найменшої” корпорації “Hitachi” (Японія) у 71,859 млрд. дол. був трохи більше ВВП України [16, с. 24].

Висновки

Проведене дослідження дозволяє зробити такі висновки.

Сучасний економічний розвиток України за своєю сировинною спрямованістю не відповідає світовим тенденціям.

У короткостроковій перспективі - упродовж кількох років, «сировинна економіка» ще буде забезпечувати конкурентноздатність країни. Але без переходу на інноваційний напрямок стратегічне підтримання високої конкурентноздатності України неможливо.

Сучасну позицію України на переважний розвиток малих і середніх підприємств можна оцінити не тільки як помилкову, але і шкідливу. Можливості і соціально-економічні функції малого, середнього і великого бізнесу різні і з точки зору економічного розвитку це потрібно враховувати. Слід скоріше переглянути концепцію структури суспільного господарства. Доцільне оптимальне співвідношення і конкурентне співіснування великого, середнього і малого бізнесу.

Держава повинна зайняти реалістичну позицію на відстоювання своїх економічних інтересів на світових ринках. Необхідно надати активну підтримку великим національним структурам у їх формуванні, становленні, швидкому розвитку та гідному представленні економічних інтересів України у глобалізованому економічному суспільстві.

Тільки ті країни, які враховують тенденції сучасного глобалізованого світу і мають ефективні стратегії конкурентного розвитку у змозі встояти перед загрозами глобалізації. Нереалістична оцінка Україною свого потенціалу і можливостей, ризиків і загроз у разі неприйняття відповідних управлінських заходів приведе до суттєвого зниження рівня її конкурентноспроможності.

Список літератури: 1. О. Веклич Екологічний чинник формування конкурентоспроможності національної економіки. Економіка України № 12, 2005, С.68. 2. «Время» от 30.11.2007 г., №218, С.1. 3. М. Папієв Світовий досвід застосування соціальних стандартів. Економіка України №1, 2004, С.5. 4. Економіка України у січні – жовтні 2011 ро-

ку. Урядовий кур'єр 2.12.2011 р., №225, С.7. 5. "Голос України" від 10.04.2003 р.; Statistical Abstract of the United States. W., 2004 – 2005, р. 843. 6. Ю. Макогон, І. Майорова, Т. Медведкін ГМК України на зовнішніх ринках: стан і перспективи. Економіка України №4, 2005, С. 72-80. 7. М. Якубовський, В. Новицький, Ю. Кіндзерський Концептуальні основи стратегії розвитку промисловості України на період до 2017 року. Економіка України №11, 2007, С. 4-20. 8. Цитата дня. Урядовий кур'єр 5.12.2012 р., №2, С.1. 9. М. Павлишенко Еквівалентний обмін – основа ринкової економіки. Економіка України №10, 2007, С.92. 10. М. Петрина Базові умови створення інноваційної моделі розвитку економіки України. Економіка України №8, 2006, С.39. 11. М.Якубовський Промислова політика: проблеми та перспективи модернізації. Економіка України №8, 2010, С.23. 12. М. Чечетов Інноваційна складова ринкової трансформації. Економіка України №11, 2004, с. 4 -14. 13. В.Семиноженко Україна в 2020 році: дві версії одного майбутнього. Урядовий кур'єр 14.08.2010 р., № 150, С. 18. 14. Towards a European Research Area. Science, Technology and Innovation. Key Figures 2007. 15. Діяльність підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності у 2003 році. Статистичний збірник. Держкомстат України. К., 2004. 326с., С. 53 – 55. 16. Ю.Кіндзерський, Г.Паламарчук Проблеми національної конкурентоспроможності та пріоритети конкурентної політики в Україні. Економіка України №8, 2006, с. 19-29. 17. The Global Competitiveness Report 2009 – 2010, published by World Economic Forum, р. 13. 18. І.Шовкун Галузевий сектор науки в контексті інноваційних процесів в економіці України. Економіка України №10, 2006, С. 52. 19. Фролова Н.Л. Антитрестовская политика и нововведения (Опыт США). «США – Канада. Экономика – Политика – Культура» №8, 2001, С. 32. 20. Удовик С.Л. Глобализация: семиотические подходы. М., «Рефл-бук», К., «Ваклер», 2002, С. 212.

Надійшло до редколегії 26.12.2011

УДК 658.15

О.І. КУШНІР, магістр, НТУ «ХПІ», Харків

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

НАПРЯМИ ПОЛІПШЕННЯ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ В РИНКОВИХ УМОВАХ

Розглянуто теоретичні аспекти оцінки фінансового стану підприємства. Проведено фінансовий аналіз ПАТ «Харківська бісквітна Фабрика» та надано пропозиції щодо покращення його фінансового становища, враховуючи вимоги кондитерського ринка.

Рассмотрены теоретические аспекты оценки финансового состояния предприятия. Проведено фінансовий аналіз ПАТ "Харьковская бисквитная Фабрика" и предоставлено предложения относительно покращення его финансового положения, учитывая требования кондитерского рынка.

Theoretical aspects of assessing the financial condition, financial analysis conducted by Public Company "Kharkiv biscuit factory." Provide suggestions to improve the financial situation of enterprise.

Ключові слова: фінансовий стан, фінансовий аналіз, баланс, ринкові відносини, фіксована величина запасу

Вступ

В сучасних економічних умовах діяльність кожного підприємства, організації є предметом уваги широкого кола учасників ринкових відносин, які зацікавлені в результатах його функціонування. Основним інструментом для оцінки фінансового положення підприємства є фінансовий аналіз, за допомогою якого можна об'єктивно оцінити внутрішні і зовнішні відносини об'єкта, охарактеризувати його платоспроможність, ефективність і прибутковість діяльності, перспективи розвитку, а потім по його результатам прийняти обґрунтовані рішення. Фінансовий аналіз являє собою процес, побудований на вивченні даних про фінансовий стан підприємства і результатах його діяльності в минулому з метою оцінки майбутніх умов і результатів діяльності [1].

Постановка задачі

Актуальність теми обумовлена необхідністю ефективного управління діяльністю підприємств в умовах сучасного стану економіки, недосконалістю теоретичного, методичного та законодавчого забезпечення ефективного функціонування підприємств, а також необхідністю проведення системних досліджень з питань формування та управління фінансами підприємств. Мета роботи полягає в розкритті теоретичних аспектів оцінки фінансового стану та розгляду фінансового аналізу на прикладі підприємства ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» та дослідження основних шляхів покращення його фінансового стану підприємств.

Методологія

Теоретичну і методологічну основу дослідження складають наукові праці і методичні розробки провідних вітчизняних та зарубіжних вчених. В процесі дослідження підприємства використані методи горизонтального і вертикального аналізу.

Результати дослідження

Фінансовий стан підприємства – це показник його фінансової конкурентоспроможності, тобто кредитоспроможності, платоспроможності, виконання зобов'язань перед державою та іншими підприємствами. Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів [2]. Фінансовий стан треба систематично й всебічно оцінювати з використанням різних методів аналізу. Неефективність використання фінансових ресурсів призводить до низької платоспроможності підприємства, і як наслідок, перебоїв у постачанні, виробництві та реалізації продукції; до невиконання плану прибутку; зниження рентабельності підприємств.

Основними завданнями аналізу фінансового стану є:

- дослідження рентабельності та фінансової стійкості підприємства;
- дослідження ефективності використання майна (капіталу) підприємства, забезпечення підприємства власними оборотними коштами;
- об'єктивна оцінка динаміки та стану ліквідності, платоспроможності та фінансової стійкості підприємства;
- оцінка становища суб'єкта господарювання на фінансовому ринку та кількісна оцінка його конкурентоспроможності;
- визначення ефективності використання фінансових ресурсів.

Аналіз фінансового стану підприємства є необхідним етапом для розробки планів і прогнозів фінансового оздоровлення підприємств.

У результаті фінансового аналізу ми одержуємо певну кількість основних, найбільш інформативних параметрів, які дають об'єктивну та точну картину фінансового стану підприємства. При аналізі загального фінансового стану підприємства визначають показники загального капіталу – підсумок балансу, який, з одного боку, показує загальну суму коштів, що її має у своєму розпорядженні підприємство – актив, а з іншого – суму джерел утворення цих коштів – пасив. Для загальної оцінки фінансового стану підприємства складають спрощений баланс, в якому об'єднують в окремі групи однорідні статті. І для того, щоб аналіз загального фінансового стану був повним, необхідно дати оцінку змінам окремих статей. Така оцінка надається за допомогою горизонтального (часового) і вертикального (структурного) аналізів [3]. При горизонтальному аналізі виявляються абсолютний та відносні зміни величин статей балансу за певний період і надається оцінка цим змінам. Для того, щоб проаналізувати структуру капіталу підприємства, дати більш конкретну оцінку статей балансу, розглянемо баланс підприємства, що досліджується за вертикальними показниками (табл. 1).

Згідно з таблиці 1 спостерігаємо динаміку статей балансу в часі і за структурою, а саме:

Зростання необоротних активів може розглядатися позитивно, тому що сприяє підвищенню виробничого потенціалу підприємства. За період 2008 – 2010 року необоротні активи збільшились на 1,63%.

Збільшення дебіторської заборгованості на 73,54% негативно впливає на стан підприємства.

Збільшення обсягів готової продукції на 9719 тис. грн. свідчить про недостатній розвиток на підприємстві маркетингової діяльності щодо вивчен-

ня ринку споживачів, конкурентів, цін та вимог до асортименту та якісних параметрів виробничої продукції.

Негативним явищем на підприємстві є також збільшення обсягів виробничих запасів на 111470 тис. грн.

Розглядаючи структуру пасивів підприємства, можна дійти висновку, що довгострокові та поточні зобов'язання підприємства також зросли на 11354 тис. грн. та 2117 тис. грн. відповідно

Власний капітал збільшився за розглянутий період в основному за рахунок нерозподіленого прибутку на 74715 тис грн. та за рахунок збільшення іншого додаткового капіталу на 411 тис грн.

Аналізуючи фінансовий стан підприємств головним завданням є виявлення шляхів удосконалення фінансового стану за рахунок мобілізації внутрішніх резервів підприємства – явних та прихованих. При цьому забезпечується розвиток виробництва чи інших сфер діяльності на основі зростання прибутку й активів, при збереженні платоспроможності та кредитоспроможності [4].

Проведений аналіз фінансової діяльності показав, що ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» відноситься до підприємств, фінансовий стан яких можна охарактеризувати як стійкий. ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» вже значно наростило обсяги власної діяльності та планує і подальше їх збільшення. Але основним недоліком фінансової звітності підприємства є те, що об'єм виробничих запасів і НЗВ більше ніж сума готової продукції і товарів. Це свідчить про наявність надлишкових і непотрібних виробничих запасів.

Враховуючи загальний стан підприємства ПАТ «Харківська Бісквітна Фабрика» розроблено пропозиції щодо покращення його фінансового стану:

1 Для зменшення виробничих запасів: впровадити економічно обґрунтовані норми запасу; наблизити постачальників сировини, напівфабрикатів, комплектуючих виробів до споживачів; широко викорисовувати прямі тривалі зв'язки; розширити складську систему матеріально-технічного забезпечення, а також оптової торгівлі матеріалами й устаткуванням; запровадити комплексну механізацію й автоматизацію вантажно-розвантажувальних робіт на складах.

2 Для незавершеного виробництва: прискорити НТП (упровадження прогресивної технології і техніки); удосконалити план розвитку стандартизації, уніфікації, типізації; удосконалити форми організації промислового виробництва; застосувати більш дешеві конструкційні матеріали; удосконалити системи економічного стимулювання; економічного використання сировинних і

Таблиця 1 – Горизонтальний та вертикальний аналіз балансу ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» за 2008 – 2010 р.

Статті	2008 р.		2009 р.		2010 р.		Зміни 2009 р. до 2008 р.		Зміни 2010 р. до 2009 р.		Зміни 2010 р. до 2008 р.	
	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	%	Тис. грн.	Темп зростання, %	Тис. грн.	Темп зростання, %	Тис. грн.	Темп зростання, %
Майно, всього	310245	100,00	351220	100,00	398741	100,00	4097	13,21	47521	13,53	88496	28,52
1 Необоротні активи	156704	50,51	149967	42,70	159263	39,94	-6737	-4,30	9296	6,20	2559	1,63
2 Оборотні активи	151850	48,95	199945	56,93	239332	60,02	48095	31,67	39387	19,70	87482	57,61
2.1 Виробничі запаси	59092	19,05	57854	16,47	62916	15,78	-1238	-2,10	5062	8,75	3824	6,47
2.2 Незавершене виробництво	49	0,02	44	0,01	179	0,04	-5	-10,20	135	306,82	130	265,31
2.3 Готова продукція	9663	3,11	10770	3,07	19382	4,86	1107	11,46	8612	79,96	9719	100,58
2.4 Товари	159	0,05	252	0,07	575	0,14	93	58,49	323	128,17	416	261,64
2.5 Дебіторська заборгованість	80288	25,88	126061	35,89	139328	34,94	45773	57,01	13267	10,52	59040	73,54
2.7 Грошові кошти і їх еквіваленти	2517	0,81	4946	1,41	16927	4,25	2429	96,50	11981	242,24	14410	572,51
2.8 Інші оборотні активи	82	0,03	18	0,01	25	0,01	-64	-78,05	7	38,89	-57	-69,51
3 Витрати майбутніх періодів	1691	0,55	1308	0,37	146	0,04	-383	-22,65	-1162	-88,84	-1545	-91,37
Джерела майна, всього	310245	100,00	351220	100,00	398741	100,00	40975	13,21	47521	13,53	88496	28,52
1 Власний капітал	239729	77,27	274272	78,09	314855	78,96	34543	14,41	40583	14,80	75126	31,34
1.1 Статутний капітал	10630	3,43	10630	3,03	10630	2,67	0	0,00	0	0,00	0	0,00
1.2 Додатковий вкладений капітал	904	0,29	904	0,26	904	0,23	0	0,00	0	0,00	0	0,00
1.3 Інший додатковий капітал	48352	15,59	48763	13,88	48763	12,23	411	0,85	0	0,00	411	0,85
1.4 Резервний капітал	2658	0,86	2658	0,76	2658	0,67	0	0,00	0	0,00	0	0,00
1.5 Нерозподілений прибуток	177185	57,11	211317	60,17	251900	63,17	34132	19,26	40583	19,20	74715	42,17
2 Забезпечення наступних витрат і платежів	780	0,25	859	0,24	679	0,17	79	10,13	-180	-20,95	-101	-12,95
3 Довгострокові зобов'язання	4303	1,39	3154	0,90	15657	3,93	-1149	-26,70	12503	396,42	11354	263,86
4 Поточні зобов'язання	65433	21,09	72935	20,77	67550	16,94	7502	11,47	-5385	-7,38	2117	3,24

паливно-енергетичних ресурсів; збільшити питому вагу продукції, що користається підвищеним попитом.

Оскільки в даному випадку підприємству потрібно зменшити величину виробничих запасів та затрати, пов'язані зі зберіганням застосуємо систему з фіксованою величиною запасу.

Оптимальна величина запасу за критерієм мінімізації сукупних витрат на зберігання та повторення запасів розраховується за формулою Вільсона (1):

$$Q = \sqrt{\frac{2 \cdot A \cdot S}{I}} = \sqrt{\frac{2 \cdot A \cdot S}{\text{Ц} \cdot i}}, \quad (1)$$

де S – річна потреба у матеріалах, т

A – транспортно-заготівельні витрати на одну партію поставки, грн

Ц – ціна одиниці матеріалу без урахування транспортно-заготівельних витрат, грн/т.

i – частка від ціни, що припадає на витрати по зберігання

I – витрати на зберігання одиниці матеріалу, грн/т.

В данному випадку:

$$Q = \sqrt{\frac{2 \cdot 70000 \cdot 12606}{9920 \cdot 0,1}} = 1334 \text{ т.}$$

Далі знайдемо кількість замовлень та інтервал часу між замовленнями за формулами 2 та 3:

$$N = \frac{S}{Q}, \quad (2)$$

$$T = \frac{D}{N}, \quad (3)$$

де D – тривалість аналізованого періоду, 365 днів.

Отже:

$$N = \frac{70000}{1334} = 53 \text{ замовлення};$$

$$T = \frac{365}{53} = 7 \text{ днів.}$$

Також знайдемо сукупні мінімальні логістичні витрати, які розраховуються за формулою 4:

$$C_{min}^{\Sigma} = \sqrt{2 \cdot A \cdot S \cdot I}, \quad (4)$$

$$C_{min}^{\Sigma} = \sqrt{2 \cdot 12606 \cdot 70000 \cdot 992} = 1323148 \text{ грн.}$$

Таким чином, економічний ефект від впровадження системи управління запасами буде дорівнювати (5):

$$\Delta C = \frac{S \cdot I}{2} + A - C_{\min}^{\Sigma}, \quad (5)$$

$$\Delta C = \frac{70000 \cdot 992}{2} + 12606 - 1323148 = 33409458 \text{ грн.}$$

Від впровадження системи управління запасами з фіксованою величиною ПАТ «Харківська Бісквітна Фабрика» отримає 33409458 гривень економічного ефекту.

Висновки

Фінансовий стан підприємства – це реальна (на фіксований момент часу) і потенційна фінансова спроможність підприємства забезпечити певний рівень фінансування поточної діяльності, саморозвитку та погашення зобов'язань перед підприємствами й державою.

Заходи, спрямовані на покращання фінансового стану підприємства, містять в собі: вивчення попиту на продукцію, що випускається, з метою розширення ринку; аналіз складових собівартості продукції і визначення шляхів її зниження; збуту переорієнтації на випуск іншої продукції; виявлення наднормативних запасів матеріальних цінностей для залучення їх в господарський оборот або реалізації; вивчення руху дебіторської заборгованості з метою її зменшення; вивчення можливості одержання довгострокових кредитів; аналіз складових короткострокової дебіторської заборгованості і можливості її зменшення; аналіз складових першочергових платежів із прибутку з метою недопущення нераціональних виплат; контроль за фінансовим станом підприємства і дотриманням виробленої фінансової стратегії.

Успіх фінансової стратегії підприємства гарантується, коли фінансові стратегічні цілі відповідають реальним економічним та фінансовим можливостям підприємства, коли управління фінансами централізовано, а методи його є гнучкими та адекватними змінам фінансово-економічної ситуації.

Список літератури: 1. Бандурка О. М. та ін. Фінансова діяльність підприємств: Навч. посіб. для самостійного вивчення дисципліни. – К.:Либідь, 2004. – 227 с. 2. Поддєрьогін А. М. Фінанси підприємства–К.:КНЕУ, 2004. –546с. 3. Шиян Д. В., Строченко Н. І. Фінансовий аналіз: Навчальний посібник. – К.: А.С.К., 2005, - 240 с. 4. Василик О. Д. Теорія фінансів: Підручник. –К., 2000. – 158 с.

Надійшло до редколегії 27.12.2011

А.Ю. АРТЮШЕНКО, магістрант, НТУ «ХПІ», Харків

О.П. КОСЕНКО, доц., каф.екон. та маркетингу, НТУ «ХПІ», Харків

ПРОБЛЕМИ ПАКУВАННЯ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ ТА ШЛЯХИ ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМ У ЦЬЙ СФЕРІ

В роботі розглянуті проблемні місця таропакувальної індустрії України, приведені приклади та досягнення світових вчених у напрямку вдосконалення пакування продуктів споживання

В работе рассмотренные проблемные места таропакувальної индустрии Украины, приведенные при-клади и достижение мировых ученых в направлении усовершенствования паковки продуктов потребления

In work problems of packing of the goods in Ukraine are considered, examples and researches of world scientists in a direction of improvement of packing of the goods are resulted

Ключові слова: тара, пакування, розвиток, матеріали, технології, дослідження, нормативи.

Вступ

В Україні історично сформувалась ідеологія, за якою виробництво упаковок для харчових продуктів сприймалось як другорядна проблема і пакування не розглядалось як самостійний сектор економіки.

В умовах ринку значення упаковки різко зростає при експорті товарів. Чимало вітчизняних підприємств змушені купувати імпортне обладнання і пакувальні матеріали, щоб завдяки якісній упаковці забезпечити вихід своєї продукції на світовий ринок і конкурувати із зарубіжними товарами.

На сьогодні 40% продуктів харчування, що споживає Україна, є імпортними. В наслідок цього в Україну щорічно прибуває багато товарів запакованих за різними стандартами, але з належною якістю, традиційно високою. Українські виробники пакуючи свою продукцію мають певні проблеми. Продукти споживання які привозять у нашу країну мають сучасну упаковку, матеріал пакування виготовлено за новими технологіями. Враховуючи ситуацію яка склалась, було б доречно враховувати досвід Заходу в пакуванні продуктів та утилізації твердих відходів. В Європі одночасно з розвитком таропакувальної індустрії розвивається система збору та переробки відходів.

Постановка проблеми

Проблема розвитку виробництва та розширення асортименту тари та пакування, яке б відповідало сучасним вимогам ринку, є актуальним для

України. Керівництво країни розробляло багато програм спрямованих на розвиток виробництва тари та таропакувальних матеріалів починаючи з 1995 року. За 17 років було створено велику кількість проектів, спрямованих на покращення рівня пакування вітчизняних товарів. Але проблеми залишаються. Бо, по-перше: потрібні фахівці-пакувальники, які повинні враховувати специфіку певного виробництва тари і пакувальних матеріалів, спеціалісти для обслуговування пакувальних ліній, дизайнери та фахівці у научно-дослідницькій діяльності у сфері тари та пакування, по-друге: виробниче устаткування.

Методологія

Дедалі активніше науковці обговорюють проблеми таропакувальної сфери. Кожного разу збираючись на національному або міжнародному рівні, науковці пропонують нові технології для утилізації різних видів пакувального матеріалу. Внаслідок цього виробники почали вкладати гроші в розвиток упаковки. Була розроблена нова технологія пакування молочних та кисломолочних продуктів. Цей винахід європейських вчених дуже простий та має великі перспективи стати найбільш популярним і замінити існуючі зараз пакети тетрапак та пляшки. Основою винаходу є звичайний папір, який піддається спеціальній обробці та пресується під великим тиском. Цей матеріал добре підходить для пакування продуктів, недорогий та легко утилізується.

Англійський вчений, професор Ендрю Міллс та його колеги з університету Стратклайд, що знаходиться в Глазго винайшли революційну упаковку. Зі слів вчених, якщо продукти запаковані в розроблений ними поліетилен, втрачають свіжість, то колір продукту змінюється. Професор Ендрю Міллс, говорить, завдяки винаходу ризик з'їсти щось несвіже значно знизиться та отруєння рибою чи м'ясом з супермаркету стануть майже неможливими.

Ізраїльські вчені, нещодавно запропонували папір, який зможе надійно захистити продукти від небезпечних бактерій. Для цього вони використали антимікробні властивості срібла. З допомогою спеціальної технології, використовуючи ультразвук, вчені вкрили папір наночастками срібла. Такий папір маючи покриття срібла вбиває шкідливі для людини бактерії.

З 29 травня по 2 червня 2011 року пройшла вже п'ята науково-практична конференція «Пакувальна індустрія». Багато науковців та провідних менеджерів крупних компаній було зібрано у місті Алушта, щоб розглянути важливі питання які стосуються безпечного пакування продуктів,

законотворчої підтримки виробників та гігієнічних нормативів при виробництві та упаковці. Ключовими темами конференції були:

- законотворче та технічне регулювання пакування продуктів;
- безпечність пакувальних матеріалів і тари;
- гігієнічні норми для пакувальних матеріалів, обладнанню та пакувальному виробництву;
- методи та способи моніторингу пакувальних систем.

Валентина Мороз, кандидат наук Української асоціації виробників гофрокартону, у своєму докладі «Безпечність пакування папером та картоном» торкнулась проблеми виготовлення пакувального матеріалу. Вона стверджує, що пакувати продукти в папір або картон це практично, вигідно, зручно, безпечно та не шкодить екології. В певній мірі вона має рацію, але ж треба враховувати світові новації, наука не стоїть на місці і винаходи які приведені вище треба згодом впроваджувати в нашій країні та рухатись вперед.

Результати дослідження

Українські науковці провели дослідження таропакувальної індустрії і отримали не досить позитивні результати. В цій сфері Україна має певні проблеми які треба вирішити. Після проведення досліджень було встановлено, що на сьогоднішній день таропакувальна індустрія України має проблеми економічного, законотворчого та екологічного характеру (рисунок 1).



Рис. 1 – Проблеми таропакувальної сфери

Виявлено, що тільки 2% підприємств використовують екологічно чисту упаковку, інші поки що не замислюються над цим питанням, вважаючи, що є більш важливі проблеми — економічні та законотворчі, і кожне підп-

приємство по різному вирішує ці проблеми. Так, 75% підприємств, вважають, що таропакувальна індустрія є складовою частиною виробництва, інші 25% підприємств (більшість котрих мають державну форму власності), вважають таропакувальну індустрію самостійною, не роблять нічого, повністю довірившись державній політиці.

90% опитаних респондентів вважають, що на сьогоднішній день в Україні вигідно створити власну таропакувальну сферу, але її розвитку буде заважати велика кількість факторів, серед яких:

- низький науково-технічний рівень;
- вітчизняна сировина та матеріали низької якості;
- недосконала податкова система в цьому напрямі;
- мала кількість фахівців;
- немає якісної інформаційної бази.

Тому питання пакування і тари для вітчизняних підприємств вирішується за рахунок імпорту сировини для виробництва тари та пакування або імпорту вже виготовленої.

Були вивчені питання доступності таропакувальних матеріалів, а також якій сировині віддають перевагу підприємства при пакуванні своїх товарів. Данні представлені на рисунку № 2 и № 3.

В останнє десятиліття ринок напоїв України відмовився від традиційних видів тари на користь нових, альтернативних. Не став винятком ринок молока. По даним досліджень, 69% розлитого молока в Україні пакується у поліетиленову плівку, 22% – у картонну упаковку, а у популярну в останній час полімерну пляшку – 9%. Без тари виробника в Україні споживається порядку 40% молока, тобто купляють на ринку у власників корів.

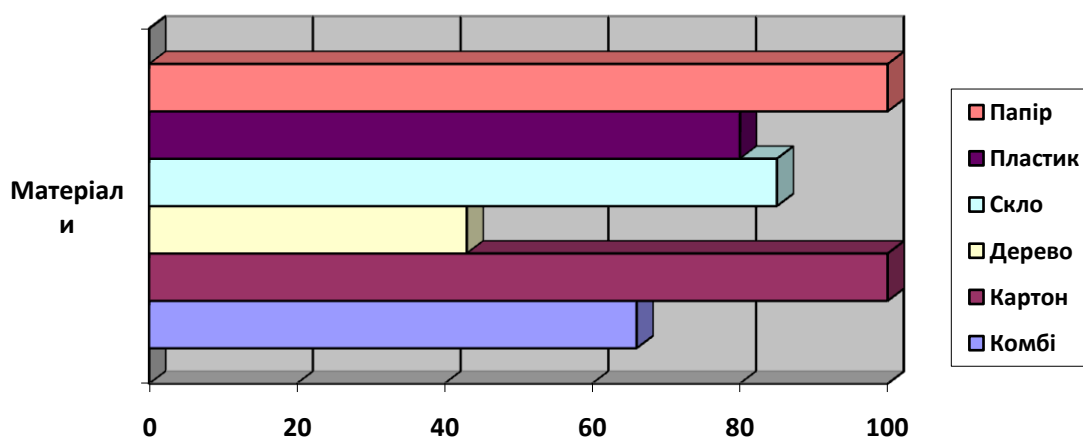


Рис. 2 – Найбільш доступні матеріали для пакування

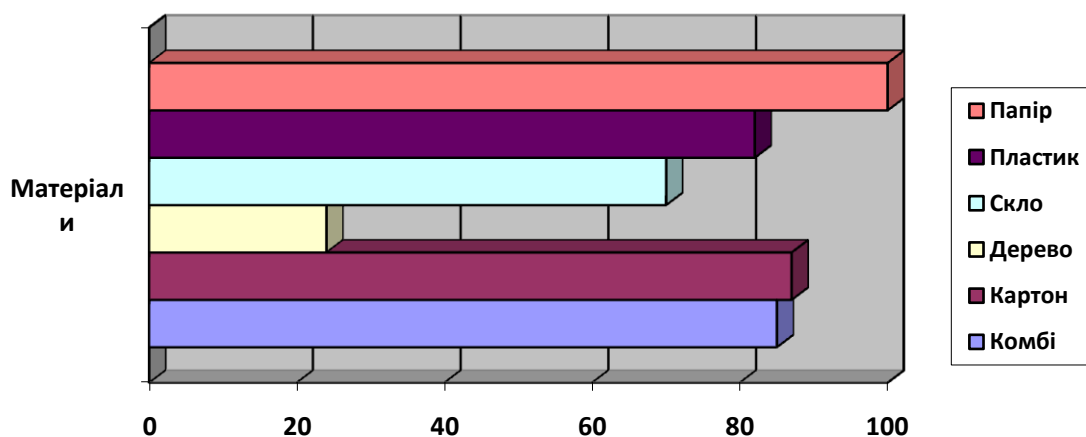


Рис. 3 – Матеріали яким віддають перевагу при пакуванні товарів

Висновки

Певну роль у вирішенні проблем таропакувальної індустрії України може зіграти створення єдиного союзу виробників тари та матеріалів для пакування разом з виробниками продуктів. Цей союз повинен контролювати норми виготовлення та пакування продуктів. Вносити нові стандарти і стежити за виконанням всіх прийнятих правил серед виробників. Все це повинно піти на користь споживачу. Неодмінно потрібно використовувати досвід Європи та спільно з західними вченими та виробниками проводити конференції і зустрічі, відсилати вітчизняних фахівців на підвищення кваліфікації до Європи.

На перспективу в Україні для розвитку вітчизняної тари і упаковки необхідні:

- високі темпи зростання обсягів застосування картонної тари замість дерев'яної, використання пластмас і полімерних матеріалів, складних комбінованих матеріалів з необхідними властивостями на основі полімерів, підвищення захисних властивостей і міцності картону;
- збільшення випуску полімерних плівкових матеріалів (лакованих, металізованих), більш широке застосування полімерної жорсткої і напівжорсткої тари, яку одержують методом термоформування та екструзії з наступним роздуванням;
- пошук нових економних матеріалів з високими захисними властивостями, у тому числі багатошарових і комбінованих;
- зменшення обсягів застосування деяких традиційних матеріалів, зокрема целофану, пакувального паперу, дерева, тканини, заміна целофану поліпропіленом і багатошаровими плівками;

- зменшення потреби в жерсті, використання пакувального паперу для промислового фасування харчових продуктів;
- для частини продуктів харчування заміна скляних пляшок та банок багаторазового використання одноразовими полімерними;
- зниження енергоємності скла і товщини тари при збереженні характеристик міцності;
- виготовлення упаковки невеликими серіями на замовлення окремих споживачів;
- підвищення рівня поліграфічного оформлення з метою задоволення естетичних запитів споживачів;
- обов'язкове застосування штрихових кодів;
- поліпшення утилізації картонної та полімерної упаковки і тари.

Список літератури: 1.http://molokont.com.ua/news/rynok_upakovki_dlja_moloka/2010-12-23-3 2.<http://www.provisor.com.ua/archive/1998/N3/tolochko.php> 3.Кризисное положение с переработкой отходов упаковки. *Б. Борадавский, Н. Рыбальский* //Рос. журн. 4.Тара и упаковка.— 1996.— № 2.— с. 22-25. 5.Упаковочное оборудование: Учебник //А.М. Гавва, А.П. Беспалько, А.И. Волчко 6.Упаковочная индустрия. Состояние и перспективы: материалы конференции 7.<http://www.ukr-print.net/article/610.htm>. 8.<http://science.ua/2011/02/25/when-food-is-spoiled> 9.http://upakjour.com.ua/ru/klub/konferencii/nauchno-prakticheskaja_konferencija.html

Надійшло до редколегії 27.12.2011

УДК 338.45: 658.588

С.А. МЕХОВИЧ, к.э.н., проф., НТУ «ХПИ», Харків
Л.В. ПОГОРЕЛОВА, аспірантка НТУ «ХПИ», Харків

РОЗРОБКА МЕТОДИКИ ПЛАНУВАННЯ Й ОРГАНІЗАЦІЇ РЕМОНТНОГО ВИРОБНИЦТВА НА ОСНОВІ РЕГРЕСІЙ- НИХ МОДЕЛЕЙ

Аналіз сучасного стану ринку ремонтних послуг і можливостей ремонтної бази промислових підприємств дозволяє затверджувати, що послуги по технічному обслуговуванню й ремонту встаткування, надавані лізинговою компанією, можуть становити значний інтерес для потенційних учасників лізингових операцій

Анализ современного состояния рынка ремонтных услуг и возможностей ремонтной базы промышленных предприятий разрешает утверждать, что услуги по техническому обслуживанию и ремонту встаткування, оказываемые лизинговой компанией, могут представлять значительный интерес для потенциальных участников лизинговых операций

The analysis of a current state of the market of repair services and possibilities of repair base of the industrial enterprises allows to argue that services in maintenance and repair встаткування, rendered by the leasing company, can represent considerable interest for potential participants leasing operations

Ключові слова: методика, планування, організація, ремонт, виробництво

Вступ

Узагальнення вітчизняного й закордонного досвіду в області використання системи технічного обслуговування й ремонту встаткування дозволяє припустити, що на вітчизняному ринку ремонтних послуг повинні бути наступні групи господарюючих суб'єктів: організації, що входять у систему виробничого встаткування, тобто здійснюючий фірмовий сервіс; спеціалізовані ремонтні організації, що не входять у систему фірмового сервісу й діючі по територіальній ознаці; організації, для яких ремонтне виробництво є не профільним, але пов'язане з основним напрямком діяльності (лізингові фірми, організації, що працюють на вторинному ринку встаткування й ін.)

В Україні формування лізингового ринку перебуває поки в початковій стадії, хоча перспективи його досить значні. Лізинг у вітчизняній практиці поступово приймає усе більше чіткі організаційні й правові форми. Сприяє цьому прийнятті Кабінетом Міністрів України документи, у яких викладена програма дій органів державного керування по формуванню економіко-правового простору для лізингового бізнесу. Починає складатися система державної підтримки підприємств, що припускає створення регіональних фондів сприяння розвитку лізингу, які будуть фінансуватися в ранню ступеня з федерального й місцевого бюджету за рахунок пільгових кредитів на придбання встаткування. У цей час діє більше десяти вітчизняних лізингових компаній, однак потужність їх ще мала. Практично нікому з них не під силу поки самотійно реалізувати не те що великі, але й середні інвестиційні проекти (тобто проекти по технічному переоснащенню, модернізації невеликого промислового підприємства). За наявними оцінками, попит на лізингові послуги значно перевершує пропозиція.

Постановка проблеми

Аналіз сучасного стану ринку ремонтних послуг і можливостей ремонтної бази промислових підприємств дозволяє затверджувати, що послуги по технічному обслуговуванню й ремонту встаткування, надавані лізинговою компанією, можуть становити значний інтерес для потенційних учасників лізингових операцій:

- для виробників устаткування - це додатковий канал збуту в особі лізингової компанії (як основної продукції - промислового встаткування, так

і запасних частин, допоміжного устаткування, споживачем яких також виступає лізингова компанія);

- для користувачів устаткування - можливість забезпечити високий рівень ремонтно-технічного обслуговування одержуваного по лізингу встаткування, недоступний власним ремонтним підрозділам що особливо важливо в тих випадках, коли об'єктом угоди виступає складна й дорога техніка;

- для лізингових компаній - додаткові конкурентні переваги, гарантії забезпечення гарного стану встаткування (що особливо важливо при оперативному лізингу, що припускає багаторазове використання встаткування), додаткову прибуток (ціна послуг включається в суму лізингових платежів), збільшення обсягів продажів за рахунок попиту на допоміжне устаткування, оснащення й інструмент більше стійкий взаємозв'язок зі споживачами.

Збільшення кількості активно діючих суб'єктів ринку ремонтних послуг приводить до нової структуризації цієї сфери й вимагає створення механізму регулювання їхніх взаємин із клієнтами й між собою. Вплив зацікавлених сторін на сферу ремонтного обслуговування дає підставу запропонувати кілька принципових напрямків рішення проблеми:

- перетворення сформованої ремонтної інфраструктури в напрямку споживачів через механізм взаємин;
- створення користувачем устаткування ремонтних підприємств;
- створення спеціалізованих ремонтних підприємств групою - користувачів устаткування.

Проведений аналіз сучасного стану теорії й методів ціноутворення на технологічне встаткування й ремонтні послуги дає підставу запропонувати для досліджуваної сфери три принципові схеми встановлення цін:

- єдині ціни (тарифи);
- абонентна ціна;
- індивідуальна нормативна ціна.

Методичні рекомендації з удосконалювання ціноутворення на ремонтні послуги припускають обґрунтування верхньої й нижньої границі ціни як з погляду споживача, так і з погляду виконавця ремонтних послуг. У результаті практично завжди виникає зона, прийнятна для обох сторін, що і визначає маркетингове поле цінової політики на встаткування й ремонтні послуги.

Методологія

Аналіз ремонтного виробництва на підприємствах чорної металургії не дозволив виявити переваги централізованої або децентралізованої форми організації ремонтного виробництва. Використання регресійних моделей дозволило створити методику планування й організації Стоиро в конкретних умовах на основі побудови графіка завантаження ремонтного персоналу.

Для функціонування програми з метою визначення оптимального графіка проведення технічного обслуговування й ремонтних робіт необхідно задати тривалість інтервалу робіт (число змін) у планованому періоді (у програмі змінна N), трудомісткість робіт (елементи масиву $I(L)$), тривалість виконання певного виду робіт (елементи масиву $A(L)$). Зведена інформація з певного підприємства повинне бути надане операторові ПЕВМ у вигляді табл. 1.

Таблиця 1 - Вихідні дані

L	1	2		20
I(L)	3	5		10
A(L)	10	7		12

Тут L - номер одиниці встаткування; $I(L)$ - число обслуговуючого персоналу для виконання робіт i -ої одиниці встаткування в одну зміну; $A(L)$ - тривалість (число змін) виконання робіт i -ої одиниці встаткування.

Так, наприклад, з таблиці 1 видно, що для виконання технічного обслуговування й проведення ремонтних робіт для встаткування під номером "2" ($L=2$) згідно нормативів потрібен персонал чисельністю 5 одиниць протягом 7 змін. При цьому число встаткування становить 20 одиниць. Тривалість планованого періоду задається змінної N . Припустимі границі обслуговування й ремонту можуть бути задані у вигляді словесного опису або у вигляді таблиці (матриця $Z(L,I)$) (табл. 2).

Таблиця 2 - Припустимі границі обслуговування

$\begin{matrix} I \\ \backslash \\ L \end{matrix}$	1	2	3	4	...	30
1	1	1	1		...	
2	0	0			...	1
					...	
L	1	1	1	1	...	1

У таблиці на перетинанні L-ої рядка й I-го стовпця ставиться "1", якщо дані часовий інтервал може бути використаний для ремонту, якщо немає - те ставиться "0". Так, наприклад, ремонт (технічне обслуговування) одиниці встаткування під номером 1 ($L=1$) може бути зроблений протягом трьох змін, починаючи з першої зміни, а ремонт L одиниці встаткування - протягом всіх 30 змін із заданою тривалістю й трудовими витратами згідно нормативів.

Після введення вихідних даних і запуску програми на "виконання" по закінченню процесу розрахунку варіантів графіків проведення технічного обслуговування й ремонтних робіт на екрані дисплея виводиться інформація (у вигляді таблиці й графіка), що відбиває оптимальний графік виконання робіт. Через недостатню інформацію, що є на сьогоднішній день по підприємству галузі чорної металургії, що відбиває реальні трудові витрати по виконанню технічного обслуговування й проведенню ремонтних робіт устаткування, графіків обслуговування, тривалості виконання ремонтних робіт і ін. Оскільки програма є універсальною, проведені дослідження працездатності програми шляхом завдання різних значень (припустимих) вихідних даних з наступними розрахунками й аналізом отриманих результатів. Так, приміром, при завданні вихідних даних для числа встаткування рівним 16 одиницям, тривалості ремонту одиниці встаткування й відповідним трудозатратам, наведеним у таблиці 3, планованому періоді 60 змін, результати розрахунків наведені в таблиці 4, а запропонований графік проведення ремонтних робіт - на рис. 1. Тут: N - загальна чисельність персоналу (централізованого й децентралізованого), що займається ремонтом і технічним обслуговуванням устаткування протягом однієї зміни; I - номер зміни.

Таблиці 3 - Вихідні дані

L	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
I(L)	40	56	80	40	32	64	64	48	40	48	80	64	56	72	40	80
A(L)	2	4	2	10	6	4	8	4	4	4	2	4	6	4	4	6

Запропоновані алгоритми й програма дозволяють розрахувати оптимальні, тобто найбільш наближені до рівномірних графік ремонтів усього встаткування, що входить у зону централізованого обслуговування. Ці графіки безпосередньо можуть бути використані при плануванні виконання ремонтних робіт устаткування підприємства.

Крім виконання функцій планування, отримані графіки (таблиці) ремонтів є вихідними даними для розрахунку залежностей, що характеризують коефіцієнт використання трудових ресурсів при різних рівнях централізації персоналу й обсягів робіт. Ці залежності дозволяють обґрунтувати рівень централізації й співвідношення між децентралізованими й централізованими ремонтними ресурсами й обсягами робіт.

Таблиця 4 - Результати розрахунків

(L)	(I(L))	(A(L))	Початок обслу- говування
1	40	2	0
2	56	4	2
3	80	2	6
4	40	10	8
5	32	6	8
6	64	4	14
7	64	8	18
8	48	4	26
9	40	4	30
10	48	4	30
11	80	2	34
12	64	4	36
13	56	6	40
14	72	2	46
15	40	2	50
16	80	6	54

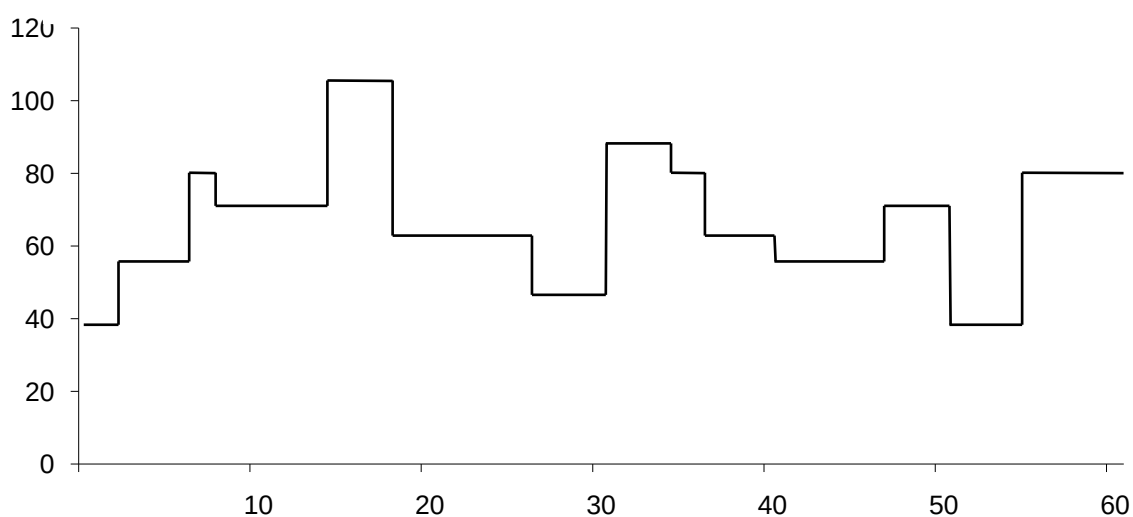


Рис. 1 - Графік проведення ремонтних робіт

При плануванні ремонтного виробництва практичний інтерес представляють частка робіт (α), виконувана самотужки (централізованим способом) і коефіцієнт завантаження децентралізованого персоналу (β). Оскільки реальні графіки ремонтів (див. рис. 1) мають явно нерівномірний характер, те й розподіл чисельності персоналу й обсягів робіт між централізованими й децентралізованими службами відбувається непропорційно.

Алгоритм розрахунку величин α і β полягає в наступному.

Позначимо: g_0, g_1 - відповідно чисельність ремонтного персоналу із централізованою й децентралізованою формами й організації виробництва; Q_0, Q_g - відповідно обсяг робіт, виконуваний персоналом g_0, g_1 ; Q - повний обсяг робіт, виконуваний персоналом g_0, g_1 .

Відповідний обсяг робіт (Q_0, Q_g, Q) визначається трудовими витратами, згідно вираження:

$$Q_i = \sum_{j=1}^I g_{ij} t_{ij}, \quad (1)$$

де i - вид обсягу робіт (Q_0, Q_g, Q);

I - число змін у планованому періоді;

g_{ij} - величина трудомісткості для i -го виду робіт в j -тую зміну.

Причому:

$$Q = Q_0 + Q_g. \quad (2)$$

$$g_0 + g_1 = F_0, \quad (3)$$

де F_0 - максимальна (пікова) потреба персоналу, отримана в результаті розрахунку оптимального графіка ремонту.

Частка робіт ($\alpha, \%$), виконувана децентралізованим способом, може бути визначена як відношення обсягу робіт, виконаного децентралізованим способом, до повного обсягу робіт, тобто

$$\begin{aligned} \alpha \% &= \frac{Q_g \cdot 100}{Q} = \frac{(Q - Q_0) \cdot 100}{Q} = \\ &= \left(1 - \frac{Q_0}{Q}\right) \cdot 100. \end{aligned} \quad (4)$$

Коефіцієнт завантаження (, %) децентралізованого персоналу може бути визначена як відношення обсягу робіт ($Q_g = Q - Q_0$), виконану децентралізованим персоналом, до трудозатрат (A_g) планованого періоду, що ставляться до децентралізованого періоду, тобто

$$\beta\% = \frac{Q_g \cdot 100}{A_g}, \quad (5)$$

де $A_g = g_1 \cdot I$

Практично інтерес представляють залежності (функції) коефіцієнтів α і β від величин співвідношення централізованого й децентралізованого персоналу, тобто g_0/g_1 .

Для побудови графічних залежностей виразимо чисельність децентралізованого персоналу в % (позначимо γ) до максимальної потреби F_0 .

$$\gamma = 100 - \lambda, \quad (6)$$

де λ - чисельність централізованого персоналу у відсотках від максимальної потреби.

Тоді на підставі графіків ремонтів, отриманих за допомогою програми оптимізації, або графіків ремонтів, запропонованих відділом головного механіка, можна розрахувати залежності $\alpha = f(\gamma)$ і $\beta = f(\gamma)$, використовуючи алгоритм, обумовлений рівняннями. Для автоматизації розрахунків і побудови графіків залежностей $\alpha = f(\gamma)$ і $\beta = f(\gamma)$ розроблена програма алгоритмічною мовою "Паскаль". Алгоритм і текст програми наведений в "Додатку Д". У якості вихідних даних для роботи зазначеної програми необхідно задати графік передбачуваного ремонту (чисельні значення відповідних величин трудомісткості й тривалості інтервалів виконання ремонту відповідного встаткування).

На рисунку 2 наведені графічні залежності $\alpha = f(\gamma)$ і $\beta = f(\gamma)$ (змінні програми відповідно $A(K)$ і $B(K)$, K - чисельність децентралізованого персоналу). У якості вихідних даних використаний графік ремонту (див. рис. 1). Тут: I - порядковий номер зміни; H - величина витрат праці (сумарне

число персоналу, що займається технічним обслуговуванням і проведенням ремонтних робіт, в одну зміну).

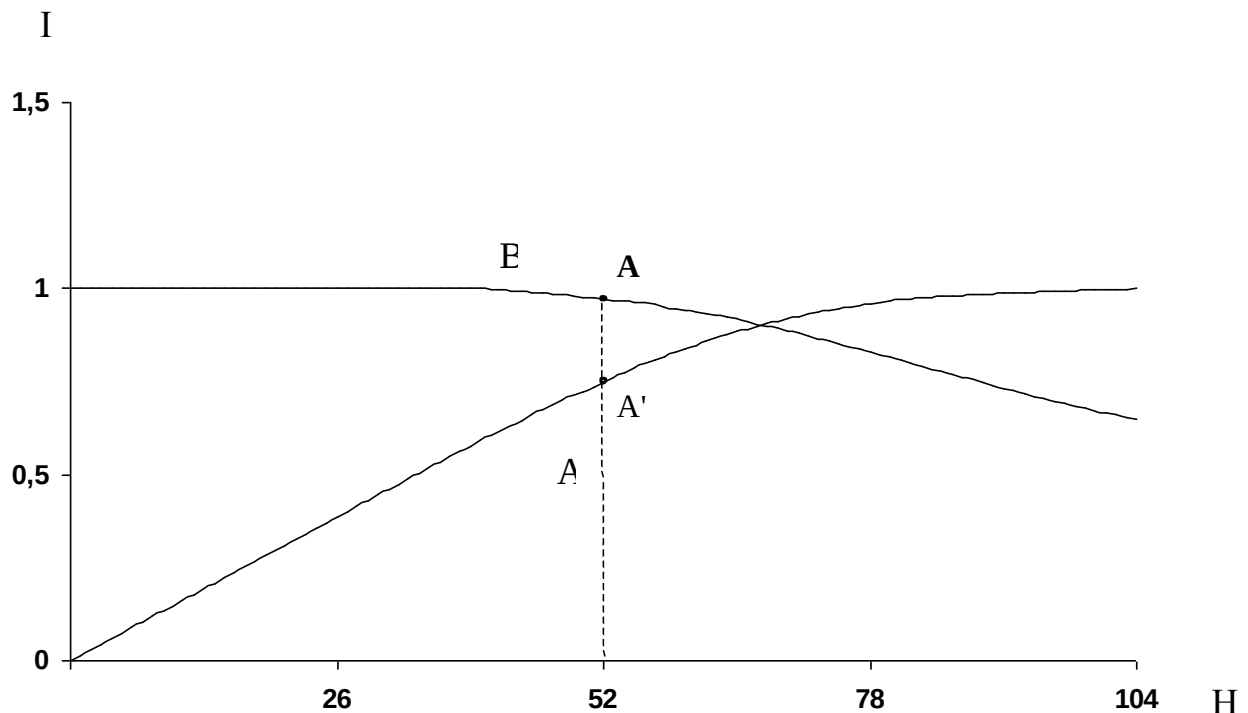


Рис. 2 - Залежність $\alpha = f(\gamma)$ і $\beta = f(\gamma)$

Оскільки програма розрахунку коефіцієнтів повної зайнятості децентралізованого персоналу (β) і обсягу робіт (α), виконуваних децентралізованим способом, від чисельності децентралізованого персоналу має універсальний характер для конкретного графіка ремонту необхідно задати масив вихідних значень, що представляють собою величини трудомісткості в кожену зміну проведення робіт протягом планованого періоду, те оперативно можна одержати графічні залежності $\alpha = f(\gamma)$ і $\beta = f(\gamma)$ і надалі використати їх у вигляді номограм для встановлення рівня централізації ремонтного виробництва.

Так, згідно рис 2, при рівні централізації 40% ($h=40\%$, що відповідає 42 одиницям персоналу) чисельність децентралізованого персоналу складе 60% ($\gamma=60\%$). При цьому децентралізований персонал може виконати 85,8% обсягу робіт ($\alpha=85,8\%$) від загального обсягу робіт, а коефіцієнт завантаження складе 93,3%. При збільшенні рівня централізації обсяги робіт, пов'язані з децентралізованим персоналом зменшуються, однак збільшується коефіцієнт завантаження. Задавшись рівнем децентралізації можна визначити чисельність персоналу, необхідну для проведення робіт, пов'язаних з технічним обслуговуванням і ремонтом відповідно централізо-

ваним і децентралізованим способом. Для розглянутого графіка ремонту (див. рис. 1) за умови, що коефіцієнт використання децентралізованого персоналу повинен бути не нижче 80% (це нормативний показник для сталеплавильного виробництва підприємств чорної металургії), чисельність централізованого персоналу повинна скласти 22 одиниці децентралізованого - 82 одиниці. При цьому обсяг робіт, виконуваних децентралізованим персоналом, відповідає 97,2% від загального обсягу робіт.

З іншого боку, залежностями $\alpha = f(\gamma)$ і $\beta = f(\gamma)$ можна скористатися як номограмами для визначення рівня централізації. Як видно із графіків, наведених на рис. 2, коефіцієнт завантаження децентралізованого персоналу $B(K)$ і частка робіт, виконувана децентралізованим персоналом $A(K)$, відповідно, до крапок A і A' з ростом чисельності децентралізованого персоналу змінюються за лінійним законом. Починаючи із крапок A і A' (для відповідної залежності) коефіцієнт завантаження децентралізованого персоналу різко зменшується зі збільшенням частки робіт, виконуваних децентралізованим способом при збільшенні на одиницю числа децентралізованого персоналу зменшується. Крапки A , A' можуть служити як критичні оцінки, тобто для визначення максимальної чисельності децентралізованого персоналу. У цьому випадку чисельність децентралізованого персоналу становить 52 одиниці, відповідно чисельність централізованого персоналу - 52 одиниці. При цьому рівень централізації складе 50%. Аналогічно може бути розрахована чисельність централізованого й децентралізованого персоналу для будь-яких підприємств чорної металургії.

Висновки

Таким чином, використовуючи наведену методику, що реалізована у вигляді математичних моделей, машинних алгоритмів і програм розрахунку оптимальних графіків технічного обслуговування й проведення ремонтних робіт, розрахунку коефіцієнтів повної зайнятості децентралізованого персоналу й обсягу робіт, виконуваних децентралізованим способом, від чисельності децентралізованого персоналу для конкретного об'єкта чорної металургії, можна:

- виконати побудова оптимальних графіків ремонтів і технічного обслуговування встаткування, що входить у дану зону централізованого обслуговування;

- виконати розрахунок залежностей, що характеризують коефіцієнт використання трудових ресурсів, що виконують технічне обслуговування й ремонт устаткування при різних рівнях централізації;

- визначити загальну чисельність персоналу, що здійснює технічне обслуговування й ремонт устаткування, а також чисельність централізованого й децентралізованого персоналу залежно від необхідного виконання обсягу робіт і нормативного (заданого) показника завантаження децентралізованого персоналу певного підприємства;

- визначити величину витрат (у гривнях) (усереднене значення й граничні значення) залежно від процентного співвідношення чисельності персоналу, зайнятого підготовкою й проведенням ремонтів устаткування централізованим і децентралізованим способом, а також граничні значення величин витрат поза залежністю від форми обслуговування;

- розрахувати граничне значення чисельності централізованого й децентралізованого персоналу виходячи із припустимого рівня зміни витрат, при якому подальше збільшення процентного співвідношення чисельності (централізованого й децентралізованого) персоналу недоцільно;

- оцінити динаміку витрат як при зміні кожного з розглянутих факторів, так і при їхній спільній дії;

- прогнозувати витрати, пов'язані з технічним обслуговуванням і проведенням ремонтних робіт для розглянутих груп підприємств;

- здійснити аналіз ефективності ремонтного виробництва як для окремо взятих підприємств (груп підприємств), так і для підприємств, розглянутих у цілому;

- планувати ремонти устаткування підприємства.

Використання програми й алгоритму побудови графіка ремонтних робіт мовою "Паскаль" у середовищі "Turbo Pascal" для ПЕВМ типу IBM PC/AT, оснащеною операційною системою DOS дозволить підприємствам будь-якої форми власності:

- виконати побудова оптимальних графіків ремонтів і технічного обслуговування устаткування, що входить у дану зону централізованого обслуговування;

- виконати розрахунок залежностей, що характеризують коефіцієнт використання трудових ресурсів, що виконують технічне обслуговування й ремонт устаткування при різних рівнях централізації;

- визначити величину витрат на СТОРО залежно від рівня централізації;

- здійснювати аналіз ефективності ремонтного виробництва як для окремо взятих підприємств, так і для підприємств, розглянутих у цілому;

- здійснювати планування ремонтів устаткування підприємства.

Список літератури: 1. *Акбердин Р.З.* Сравнительный экономический анализ резервов ремонтного обслуживания. Методические рекомендации // Свердловский институт народного хозяйства: Свердловск, 1970. – 101с. 2. *Алклычев А.М.* Ценообразование в переходный период к рыночной экономики. – М.: Институт экономики, 1995. – 145с. 3. *Баженов Г.Е.* Повышение эффективности организации системы обслуживания машиностроительного комплекса. – Томск, Изд-во Томского университета, 1990. – 138с. 4. *Басов Н.М.* Совершенствование методов экономической оценки эффективности потребительских качества электротехнических изделий: Диссертация кандидата экономических наук: 08.07.01 – Харьков, 1996. – 150с. 5. *Градко А.* Системы технического обслуживания и ремонта оборудования предприятий химической промышленности. – М.: Химия, 1986. – 237с.

Надійшло до редколегії 27.12.2011

УДК 338.45: 658.588

Н.И. ПОГОРЕЛОВ, к.э.н., проф., НТУ «ХПИ», Харьков

С.Н. ПОГОРЕЛОВ, к.э.н., доц., НТУ «ХПИ», Харьков

МЕТОДИКА НОРМИРОВАНИЯ ТРУДА В БРИГАДАХ ПРИ ВЫПОЛНЕНИИ РЕМОНТНЫХ РАБОТ НА МАШИНО- СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Визначено значення нормування праці при бригадній формі організації праці робочих ремонтників. Виділено основні особливості нормування праці в ремонтних бригадах. Запропоновано методику з розрахунку, обґрунтуванню й перегляду норм праці для ремонтних бригад.

Определено значение нормирования труда при бригадной форме организации труда рабочих ремонтников. Выделены основные особенности нормирования труда в ремонтных бригадах. Предложена методика по расчету, обоснованию и пересмотру норм труда для ремонтных бригад.

The meaning rate-fixing of work is determined at the brigade form of organization of work of the working repairmen. The basic features rate-fixing of work in repair brigades are selected. The technique on account, substantiation and reconsideration of norms of work for repair brigades is offered.

Ключевые слова: методика, нормирование, труд, бригада, норма

Введение

Эффективность бригадной формы труда в условиях хозрасчета (подряда) непосредственно зависит от организации его нормирования. Переход к более высокому уровню обоснованности и прогрессивности нормирова-

ния, совершенствование качества норм — одно из важнейших условий кардинального повышения производительности труда.

Нормы трудовых затрат должны наиболее полно отражать социально-экономические и организационно-технические преимущества бригадной формы организации труда, в частности расширение кооперации, сокращение подготовительно-заключительного времени, повышение квалификации, освоение рабочими смежных профессий, передовых методов труда, дополнительных функций, улучшение использования рабочего времени, стабилизацию трудовых коллективов, укреплению трудовой, технологической и производственной дисциплины.

Особенностью нормирования труда при бригадной его организации является то, что нормы труда устанавливаются на коллективные (трудовой и технологический) процессы в целом, а также на элементы этих процессов.

Постановка задачи

Проблеме нормирования труда при бригадной форме организации уделено большое внимание специалистов-практиков, ей посвященные исследования многих ученых-экономистов: А.К. Гудсков, В.И. Ляшко, А.Ф. Зубова, И.И. Шапиро, Л.А. Поклонский, Н.А., Л.А. Танцюра, Н.И.Погорелов и другие. Глубокое и всестороннее изучение представленной в экономической литературе информации свидетельствует о том, что данная проблема до сих пор недостаточно полно изучена и требует дальнейшего развития, а в некоторых случаях уточнения.

В условиях коллективных форм организации и стимулирования труда на работы, выполняемые бригадой в соответствии с планом (заданием), должны рассчитываться: технически обоснованные нормы на операции (работы), входящие в бригадокомплект, со степенью укрупнения, предусмотренной межотраслевыми нормативами для данного вида работ и типа производства; комплексные нормы, определяемые на основании технически обоснованных норм и нормативов с учетом более полного использования рабочего времени, которое достигается в результате установления оптимальных взаимосвязей между рабочими в условиях коллективного труда.

Методология

Комплексная норма времени устанавливается на бригадокомплект или определенный объем работ. Она может быть равна сумме технически обоснованных норм, установленных на операции (работы), либо быть

меньше ее с учетом улучшения использования рабочего времени и оборудования в связи с переходом на бригадную форму организации и стимулирования труда. При этом, если каждая операция выполняется одним рабочим, то бригадная комплексная норма времени бригадокомплект или определенный объем работ

$$H_{к.б} = \sum_{i=1}^n T_i.$$

Здесь T_i — технически обоснованная норма времени i -й операции; n — количество операций, закрепленных за бригадой.

Если на некоторых операциях заняты несколько рабочих, то бригадная комплексная норма времени

$$H_{к.б} = \sum_{i=1}^n T_i \times H_{ч.р.и},$$

где $H_{ч.р.и}$ — норма численности рабочих, выполняющих i -ю операцию.

Если одновременно выполняются несколько видов работ или бригадокомплектов, то

$$H_{к.б} = \frac{\sum_{i=1}^n T_i \times H_{ч.р.и}}{p},$$

где p — количество видов работ или бригадокомплектов, производимых за определенный отрезок времени.

Комплексная норма считается технически обоснованной, если она рассчитана на базе единых и типовых норм времени, выработки, обслуживания; норм, установленных предприятиями на основе межотраслевых и отраслевых нормативов трудовых затрат; более прогрессивных, по сравнению с вышеназванными, норм. При отсутствии перечисленных норм и нормативов комплексные технически обоснованные нормы могут быть установлены аналитическим методом на основе технических данных о производительности оборудования, результатов изучения затрат рабочего времени с учетом применения научной организации труда и производства. Методика нормирования труда зависит от характера выполняемых работ, производственных процессов и типа производства.

На работах по обслуживанию агрегатов при аппаратурных процессах и на работах по обслуживанию автоматических и полуавтоматических линий комплексная норма времени определяется по формуле

$$H_{к.б} = T_n \times H_{ч.р.л} = \frac{\Phi_{см}}{H_г} \times H_{ч.р.},$$

где T_n — время работы агрегата (машины, линии) на единицу продукции, мин; $H_{ч.р.}$ — нормативная численность рабочих, обслуживающих агрегат (машину, линию), чел; $\Phi_{см}$ — сменный фонд рабочего времени, мин; $H_г$ — сменная норма выработки, ед. продукции.

При нормировании работ в очистных и подготовительных забоях комплексная норма выработки рассчитывается путем деления объема добычи угля (сланца) за производственный цикл на суммарную нормируемую трудоемкость в человеко-сменах по всем видам работ, выполняемых комплексной бригадой.

При расчете норм для работ, выполняемых на поточных линиях (станочные линии и сборочные конвейеры в машиностроительной промышленности необходимо использовать методику нормирования труда основанную на следующем: комплексная норма времени для поточной линии устанавливается с учетом такта ее работы; расчет операционных норм и расстановка рабочих сочетаются с мероприятиями по технологической и организационной синхронизации рабочих мест поточных линий, которые позволяют рациональнее использовать оборудование и рабочее время.

Для работ, выполняемых на крупных и уникальных станках (молотах, прессах и др.), станочных (одностаночных, многостаночных), ручных механизированных и немеханизированных работ (кроме выполняемых на поточных линиях), комплексные нормы устанавливаются в тех случаях, когда работа бригады планируется в комплектах и рассчитывается на один комплект (бригадокомплект). Такая же методика нормирования труда в бригадах и в мелкосерийном и среднесерийном производствах. Здесь, как правило, разрабатываемые комплексные нормы времени охватывают весь объем выполняемых бригадой работ. При этом выпускаемая продукция распределяется на несколько групп, для которых определяются технологические операции и их элементы и на выполнение устанавливаются нормы времени, учитывающие все изменения эффективности труда под влиянием его новой организации.

Так, норма времени на операцию $T_б$ рассчитывается по формуле

$$T_б = T_o \times T_г \times \left(1 + \frac{K}{100}\right) + \frac{T_{нз}}{p} = T_{он} \times \left(1 + \frac{K}{100}\right) + \frac{T_{нз}}{p},$$

где T_{on} — оперативное время на операцию, мин; T_o — основное (технологическое) время, мин; T_e — вспомогательное время, мин; T_{nz} — время подготовительно-заключительной работы, мин; p — число деталей в партии, ед.; K — норматив времени на обслуживание рабочего места, отдых и личные надобности, в процентах от оперативного.

Комплексные нормы времени рассчитываются по следующим формулам:

$$H_{э.б} = H_{э1} + H_{э2} + \dots + H_{эn},$$

где $H_{э.б}$ — бригадная норма выработки; $H_{э1}, \dots, H_{эn}$ — нормы выработки каждого члена бригады;

$$H_{э.б} = \frac{T_{см}}{T} \times \mathcal{U}_p,$$

где $T_{см}$ — продолжительность работы одного рабочего в смену, $\mathcal{U}_p$ — численность рабочих в бригаде (по штату, норме), чел.;

$$H_{э.б} = \frac{\sum t_{б}}{T_1 + T_2 + \dots + T_n},$$

где $\sum t_{б}$ — общий фактический фонд рабочего времени на отдельные работы, входящие в бригадный комплект, н.-ч.

Бригадокомплект рассчитывается с применением АСУП. Бригада работает на единый наряд с оплатой по конечным результатам.

При разработке комплексных норм времени учитываются формы взаимосвязи отдельных исполнителей в бригаде, возможности бригадной организации труда для расстановки рабочих и определения их занятости.

В бригадах, объединяющих рабочих-повременщиков, нормирование труда осуществляется путем установления нормированных заданий, рассчитанных на основе межотраслевых и местных норм и нормативов времени (обслуживания), которые используются для планирования и учета объема работ, выполняемых производственной бригадой, материального и морального стимулирования труда. Методика разработки нормированных заданий зависит от характера трудовых процессов. Так, для бригад основного и вспомогательного производств, выполняющих стабильные по характеру работы, объем которых известен заранее, нормированные задания устанавливаются по нормам времени (выработки), рассчитанным на каждый вид работ. При этом состав и объем работ должны определяться с учетом утвержденных производственных планов выпуска продукции, графиков выполнения работ, мощности оборудования и др. Если же часть работ, вы-

полняемых бригадами, нестабильна и определить заранее их объем и характер невозможно, то при разработке нормированного задания время на выполнение этих работ определяется на основе анализа данных учета и фотохронометражных наблюдений.

Нормированное задание является основным документом для планирования и учета объема работ, выполненных производственной бригадой, и как правило, устанавливается на месяц. Оно выдается бригаде за несколько дней до начала планируемого месяца. На основании задания мастер (бригадир) распределяет работу между членами бригады и наблюдает за ходом ее выполнения. Контроль выполнения нормированного задания по каждой производственной бригаде осуществляется мастером и инженером по организации и нормированию труда. Пример расчета нормированного задания бригаде слесарей по ремонту пневматических приборов, состоящей из 8 чел., приведен в таблице 1. В таблице 2 приведена форма учета отработанного времени.

Таблица 1- Расчет нормированного задания

№ п/п	Содержание работы	Задание					Выполнение			Основания для установления нормированного задания
		Единицы измерения	Объем работ	Норма времени на единицу измерения, н-ч.	Нормированное время на весь объем работ, н-ч.	Фактический объем работ, н-ч.	Нормированное время на фактический объем работ, н-ч.	Нормированное задание, %	Оценка качества работ	
1	Произвести ремонт и наладку пневматических приборов									
1	Манометр ОБМ	шт.	160	0,35	56	160	56		отл.	ОН*
2	Манометр МС-П2	шт.	117	1,0	117	117	117		хор.	ОН
3	Регулятор «Тейлор» 402К	шт.	12	8,0	96	12	96		отл.	МН**
...			...			...	...	...		
	Итого:				1224		1304	106,5		

* Отраслевые нормативы;

** Местные нормативы

Таблица 2- Учет отработанного времени

№ п/п	Табель- ный номер	Фамилия, инициалы	Профессия	Разряд	Отработано					Всего от- работа- но,ч.
					1	2	...	27	28	
1	3013	Сергеев И.П.	Слесарь- ремонтник (бригадир)	6	8	8	...	8	8	164
2	1618	Зайцев П.И.	Слесарь- ремонтник	4	Б	8	...	Б	8	148
3	5114	Петров А.Б.	Слесарь- ремонтник	5	О	О	...	8	8	98
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	
8	1240	Иванов А.Ф.	Слесарь- ремонтник	6	8	8	...	8	8	156
Итого:										

Условные обозначения: В – выходные дни; Б – невыходы по болезни;
О - отпуск

Разработанные комплексные нормы труда являются основанием для определения численности рабочих в бригаде и подрядном коллективе. При этом расчет численности можно осуществлять различными методами: по трудоемкости работ, нормам выработки, нормам обслуживания и нормам численности.

Для расчета численности рабочих по трудоемкости работ необходимо знать объем работ, действующие нормы времени (выработки), среднее число часов работы одного рабочего в год, план организационно-технических мероприятий, положенный в основу изменения норм, а также плановый коэффициент выполнения норм времени (выработки). Сначала определяются затраты труда по нормам на одно изделие. Затем рассчитываются затраты труда на всю выпускаемую в плановом периоде продукцию с учетом изменения норм в соответствии с организационно-техническими мероприятиями. На переделах производства, где требуется определенный задел, учитываются затраты времени на создание незавершенного производства.

Нормируемое время, необходимое для выполнения производственной программы, определяется с учетом планового процента выполнения норм.

Чтобы определить плановую численность рабочих сдельщиков, следует трудоемкость производственной программы по видам работ разделить на плановый фонд рабочего времени одного рабочего соответствующей профессии и разряда, скорректированный на плановый коэффициент выполнения норм. Численность рабочих в бригаде $Ч_p$ зависит от применяемых норм времени. При использовании комплексной нормы времени $H_{к.б}$,

$$Ч_p = \frac{H_{к.б} \times П_{б}}{\Phi_n \times K_{в.н}},$$

при использовании операционной нормы времени T_i ,

$$Ч_p = \frac{\sum_{i=1}^m T_i \times П_i}{\Phi_n \times K_{в.н}}.$$

Здесь $Ч_p$ — численность основных рабочих в бригадах, чел.; $П$ — плановый годовой объем производства деталей (изделий) в натуральном выражении; $П_{б}$ — плановый годовой объем производства, бригадокомплектов; Φ_n — плановый годовой объем рабочего времени одного рабочего бригады, ч.; $K_{в.н}$ — коэффициент выполнения норм, установленный для планируемого периода; m — количество единиц готовой продукции (изделий, детапеопераций и др.), закрепленных за бригадой. При применении норм выработки $H_{с}$,

$$Ч_p = \frac{\sum_{i=1}^m П_{с_i} / H_{с_i}}{\Phi_n \times K_{в.н}},$$

при применении норм обслуживания H_o ,

$$Ч_p = \sum_{i=1}^n 1 / H_o,$$

где n — количество объектов, обслуживаемых бригадой.

По нормативам численности $H_{ч.р}$ рассчитывают явочную численность рабочих, необходимую для выполнения заданного объема работ:

$$Ч_p = \sum_{i=1}^n H_{ч.р.i}.$$

Наряду с расчетом общей численности рабочих в бригаде, необходимо также планировать численность по профессиям и квалификации в соответствии с характером поручаемых работ. Для этой цели общая трудоемкость должна быть разбита по видам и разрядам выполняемых работ, при этом важно обеспечить соответствие среднего разряда работ среднему раз-

ряду членов бригады, ибо нарушение этого соотношения приводит к несоответствиям в оплате труда.

Нормы обслуживания разрабатываются по категориям работников в зависимости от типов оборудования и рабочих мест на основе данных фотохронометража, фотографии рабочего дня, анализа фактической расстановки работников по рабочим местам с обязательным учетом передовых методов труда.

Значительный опыт в совершенствовании нормирования труда в бригадах накоплен на ряде предприятий Харькова. Например, для бригад в производственных объединениях «Харьковский электромеханический завод», «Харьковский тракторный завод им. С. Орджоникидзе», «Электротяжмаш» и др. практикуется прямое пооперационное нормирование, причем технически обоснованные нормы времени и расценки устанавливаются на каждую операцию, и на этой основе разрабатываются комплексные нормы на детали, узлы, изделия.

Повышению уровня нормирования труда и выходу на проектную трудоемкость изделий способствует установление технически обоснованных норм в момент запуска новых изделий в производство, систематический контроль качества и корректировка норм по мере снижения их напряженности.

При освоении новых изделий нормы вводятся с доплатами, которые компенсируют разницу между существующими и проектными условиями производства. Одновременно с этим устанавливается график снижения (отмены) доплат. Это позволяет создать четкую систему освоения проектной трудоемкости изделий, внедрения прогрессивных норм выработки. На базе технически обоснованных норм выработки (времени) и норм (зон) обслуживания устанавливаются и нормированные задания на этапе подготовки к производству нового изделия в разрезе технологических операций. На основе этих норм определяется проектная трудоемкость изделий. Одновременно на период освоения новых изделий устанавливаются помесечные коэффициенты освоения проектных норм и на основе последних — расчетные нормы времени, обязательные для выполнения. Нормированные задания выдаются бригадам ежемесячно.

Действующий порядок нормирования обеспечивается постоянным поддержанием прогрессивности применяемых норм труда. Важным средством решения этих задач служит своевременный пересмотр норм с учетом совершенствования техники, технологии, организации производства. Порядок, сроки и размеры пересмотра норм определяются руководством предприятий по согласованию с комитетом профсоюза.

Разрабатываемые бригадные календарные планы пересмотра норм должны быть тесно увязаны с планами по росту производительности труда на основе оргтехмероприятий и оценки качества действующих норм. Пересмотру подлежат устаревшие, а также ошибочно установленные нормы.

Все резервы роста производительности труда, связанные с плановым пересмотром норм, предусматриваются в финансово-экономическом плане и коллективном договоре, заключаемом ежегодно. Для пересмотра норм по инициативе администрации разрабатывается специальный календарный план.

В то же время применяемая система нормирования исключает пересмотр норм у тех коллективов бригад, которые обеспечивают высокую выработку за счет личных качеств и творческой инициативы. Пересмотр норм в подобных случаях могут провести только сами рабочие или коллективы бригад по собственной инициативе и должны за это поощряться в соответствии с действующим положением. Пересмотр норм по инициативе рабочих бригад осуществляется по мере роста готовности рабочих к переходу на более высокие нормы труда. При этом важное значение уделяется выявлению факторов, способствующих не только пересмотру норм, но и обеспечению их реализации. Например, для рабочих-станочников ими являются заблаговременная и всесторонняя подготовка рабочего места к началу смены, применение более рациональных режимов резания и максимальное использование технических возможностей оборудования и режущего инструмента, овладение более эффективными приемами труда, смежными профессиями, применение приспособлений, позволяющих сэкономить время на переналадку станков.

Вывод

Таким образом, совершенствование нормирования труда в условиях бригадной его организации призвано служить одним из самых действенных средств повышения эффективности производства.

Список литературы: 1. *Веснин В.Р.* Практический менеджмент персонала: Пособие по кадровой работе. – М.: Юрист, 1998. 2. *Довгань Л.С.* Праця керівника, або практичний менеджмент. – Київ: „ЕксОб”, 2002. 3. *Калинина А.В.* Организация и оплата труда в условиях рынка // Учеб. пособие. – К.: МАУП, 2001. 4. Квалификационный справочник служащих. – М.: НИИ труда, 1979. 5. *Колот А.М.* Мотивація персоналу. Підручник. – К.: КНЕУ, 2002. 6. *Колот А.М.* Оплата праці на підприємстві: організація та вдосконалення. – К.: Праця, 1997. 7. *Литовский Л.П., Махатадзе С.И.* Учет движения трудовых ресурсов // Социалистический труд. – 1985. – №8. 8. *Марьенко А.В., Нагорных П.А., Савенко Л.Г.* Количественное измерение эффективности промышленного производства. – К.: Наук. Думка, 1971.

Надійшло до редколегії 28.12.2011

І.В. ТРОФИМОВА, магістр, НТУ «ХПІ», Харків

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

ПЛАНУВАННЯ СОБІВАРТОСТІ І ПРИБУТКУ ЯК ОСНОВНИЙ ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У роботі розглянуто проблему підвищення прибутковості промислового підприємства. Проаналізовано та економічно обґрунтовано проведення заходів зі зниження собівартості продукції. Встановлено їх доцільність на основі збільшення прибутку.

В работе рассмотрена проблема повышения прибыльности промышленного предприятия. Проанализировано и экономически обоснованно проведение мероприятий со снижением себестоимости продукции. Установлено их целесообразность на основе увеличения прибыли.

The paper presents the problem of increasing the profitability of industrial enterprises. Measures to reduce cost of goods have been analyzed and economically grounded. Their relevance has been established on the basis of profit increasing.

Ключові слова: прибуток, собівартість, планування, ефективність, витрати, підприємство

Вступ

У сучасних умовах жодне з промислових підприємств не обходиться без планування своєї діяльності і показників собівартості, прибутку та рентабельності. Економічно обґрунтоване визначення величини витрат, необхідних у планованому періоді для виробництва і збуту кожного виду та всієї промислової продукції підприємства є однією із передумов отримання запланованого прибутку, а значить ефективної роботи підприємства у перспективі, виконання ним своїх зобов'язань перед бюджетом, фінансування інвестиційних програм та програм стимулювання працівників. Прибуток у ринковій економіці – рушійна сила і джерело оновлення виробничих фондів та продукції, яка випускається [1].

Постановка задачі

Основною метою роботи є обґрунтування заходів з підвищення прибутковості організації на основі планування собівартості.

Методологія

Теоретичною основою вивчення даної теми стали роботи вітчизняних і зарубіжних авторів, а її методичною – методи оцінки, зокрема, метод порівняння, фінансового, економічного та факторного аналізу, індексний метод.

Результати дослідження

Прибуток – це кінцевий фінансовий результат діяльності підприємств і в загальному вигляді є різницею між виручкою від реалізації продукції і собівартістю реалізованої продукції. Як економічна категорія прибуток відображає чистий дохід, створений у процесі підприємницької діяльності [1].

Процес планування прибутку пов'язаний із визначенням зовні та внутрішніх чинників впливу, визначення резервів його збільшення. Схематично він представлений на рисунку 1.

Підприємство може збільшити прибуток за рахунок наступних заходів:

- збільшення обсягу випуску продукції;
- підвищення ціни на продукцію;
- зниження собівартості продукції (витрат).



Рис. 1 – Етапи процесу планування прибутку

Стратегію підвищення прибутковості на основі зниження собівартості пропонуємо розглянути на прикладі ПрАТ «СЄВЕРОДОНЕЦЬКЕ ОБ'ЄДНАННЯ АЗОТ» і його структурного підрозділу – цеху М-3. Підприємство сьогодні є комплексом великотоннажних технологічних виробництв з випуску органічної та неорганічної хімії [2], одним з яких є цех М-3, що займається виробництвом карбаміду.

Аналіз виробничо-господарської діяльності підприємства дозволив виявити наступне:

- протягом 2008-2010 рр. собівартість товарної продукції зросла на 62,9%, що призвело до росту витрат на 1 грн. товарної продукції склало понад 22%, що відображає збільшення ціни на сировину;
- випуск товарної продукції у порівнянні з 2009 роком за 2010 рік зріс на 54,12%, а порівняно з 2008 – на 33,47%;
- відбувся спад виробництва на 13,4% і реалізації на 18,87% у 2009 році, що пов'язано зі зниженням виробничої активності підприємства;
- всі показники рентабельності знизилися, особливо по відношенню до 2008 року. Поруч із зростанням обсягів виробництва, спостерігається значне зростання собівартості продукції (у 2 рази) та інших витрат, що і вплинуло на рентабельність. Так, наприклад за кожен гривню інвестованих коштів, інвестори отримали 0,26 грн. у 2008 і 2009 роках і 0,05 грн. у 2010 році.

Розраховані коефіцієнти рентабельності за основними показниками наведені на рисунку 2.

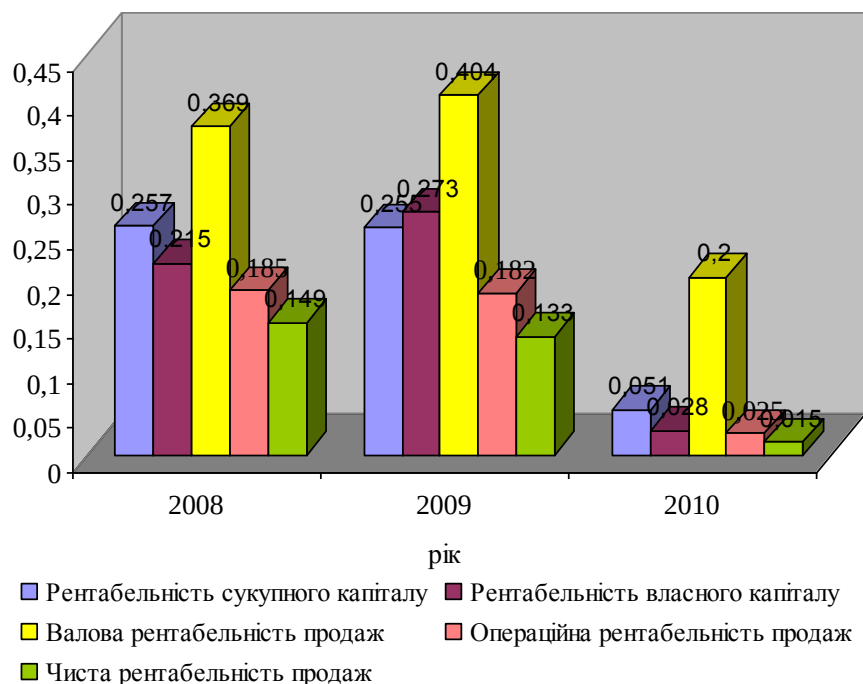


Рис. 2 – Показники рентабельності підприємства

Тож, бачимо, що спостерігається тенденція зниження прибутковості підприємства.

Щодо діяльності цеху з виробництва карбаміду, то в процесі аналізу визначено:

- на протязі аналізованого періоду (2008 – 2010 роки) обсяги реалізації цеху зросли майже на 20%, що засвідчує зростання попиту на карбамід на українських і закордонних ринках;

- зростає і вартісний обсяг продукції;

- собівартість продукції, у порівнянні з 2008 років у 2010 році зросла на 70%.

Порівняння техніко-економічних показників свідчить про рентабельну роботу цеху. Рентабельність у 2010 році склала 36,66%.

Однак, чинник собівартості теж вплинув на зростання вартісного обсягу продукції. Тенденції змін виробничої собівартості наведені у таблиці 1.

Таблиця 1 – Тенденції змін виробничої собівартості продукції цеху М-3

Назва статті витрат	Витрати на одиницю, грн.. (на 1 тону)					
	2008 рік, грн.	%	2009 рік, грн.	%	2010 рік, грн.	%
1. Матеріальні витрати	329,58	69,30	381,88	66,08	530,98	70,31
2. Енерговитрати	89,98	18,92	119,09	20,61	129,47	17,14
3. Основна заробітна плата з нарахуваннями	1,77	0,37	6,27	1,08	6,13	0,81
4. ВУЕО	19,92	4,19	23,58	4,08	32,47	4,30
у т.ч. ам.обладн.	11,22	2,36	13,20	2,28	19,10	2,53
5. Загальновиробничі витрати цеху	17,16	3,61	20,57	3,56	26,15	3,46
у т.ч. ам. основн. засобів	3,63	0,76	6,10	1,06	5,28	0,70
6. Витрати майбутніх періодів	2,36	0,50	7,25	1,25	5,59	0,74
7. Виробнича собівартість	475,62	100,00	577,94	100,00	755,17	100,00

Перед більшістю промислових підприємств України сьогодні стоїть питання модернізації виробництва. Аналізований об'єкт не став виключенням. Дослідження показали зношеність основних виробничих фондів цеху (48,3%) і в тому числі наявного там обладнання (34,1%).

Тож, запропоновано провести реконструкцію цеху, зі збільшенням потужності на 7,2%. Вартість реконструкції з врахуванням вартості обладнання, комплектуючих, будівельно-монтажних робіт і витрат на інжиніринг склала 31941 тис. грн. Проект реконструкції є інвестиційним проектом для підприємства, тож для висновку про його доцільність нами розраховано ряд показників. Це: чистий дисконтований дохід (ЧДД), індекс дохідності, і дисконтований термін окупності.

Для інвесторів і підприємства найбільшу зацікавленість представляє показник дисконтованого терміну окупності (ДТО), що був розрахований на основі чистого і накопиченого дисконтованого доходу (див. табл. 2).

$$ДТО = 1 + \frac{|-12233,1|}{|-12233,1| + |86345,25|} = 1,12 \text{ року}$$

Таблиця 2– Розрахунок накопиченого ЧДД

Роки	ЧДД, тис. грн.	ЧДД накопичений, тис. грн.
1	110811,45	-12233,1
2	98578,35	86345,25
3	89553,78	175899,03
4	73774,75	249673,78
5	81910,27	331584,05

За розрахунками, термін окупності проекту склав 1,12 року, що є прийнятним для підприємства. Прибуток, що може отримати підприємство за проєктовані 5 років становить 454628,59 тис. грн. без врахування витрат на реконструкцію.

За рахунок проведеної реконструкції, собівартість одиниці продукції карбаміду зменшилась на 6,63 грн., що видно з таблиці 3.

Таблиця 3 – Розрахунок планової собівартості

Статті витрат	Попередня собівартість		Δ собівартість		Планова собівартість, грн
	грн/т	%	%	грн/т	
1. Матеріальні витрати	530,98	0,7031	0,0000	0,00	530,98
2. Енерговитрати	129,47	0,1714	0,0000	0,00	129,47
3. Основна заробітна плата з нарахуваннями	6,13	0,0081	-0,0568	-0,43	5,70
4. ВУЕО	32,47	0,0430	-0,3010	-2,27	30,20
У т.ч. ам.облад.	19,1	0,0253	-0,1770	-1,34	17,76
5. Загальновиробничі витрати цеху	26,15	0,0346	-0,2424	-1,83	24,32
у т.ч.ам. осн. засобів	5,28	0,0070	-0,0489	-0,37	4,91
6. Витрати майбутніх періодів	5,59	0,0074	-0,0518	-0,39	5,20
7. Виробнича собівартість	755,17	1	-0,8780	-6,63	748,54

Річний ефект від впровадження розрахований у розмірі 2652 тис.грн. Фактично він являю собою економію на матеріальних ресурсах.

Висновки

Величина прибутку, його обґрунтованість і механізм розподілу можуть суттєво змінюватись залежно від підприємства, ситуації, економічної системи. Але важливо не те, як визначається прибуток, а те що підприємство може виникнути і успішно функціонувати тільки тоді, коли очікується якась винагорода – прибуток [3].

В роботі проаналізовано ефективність роботи ПрАТ «СЄВЄРОДОНЕЦЬКЕ ОБ'ЄДНАННЯ АЗОТ» та цеху М-3. На основі цього, визначено, що реконструкція цеху дозволить не лише отримати прибуток у розмірі 454628,59 тис. грн за 5 років, а й знизити собівартість 1 тонни продукції з річним ефектом від заходу у 2652 тис.грн.

Тож, сьогодні планування собівартості і прибутковості на підприємстві є визначальними факторами його ефективної перспективної роботи. Підвищення прибутковості і отримання визначеного рівня прибутку можливе лише за умови стратегічного планування, що досягається обґрунтуванням зниження собівартості.

Список літератури: 1. Економіка підприємства: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / В. І. Гринчуцький, Е. Т. Карапетян, Б. В. Погріщук ; Терноп. нац. екон. ун-т. - К. : Центр учбової л-ри, 2010. - 304 с. 2. <http://www.azot.lg.ua/> 3. Політична економія: Навч. посібник / К.Т. Кривенко, В.С. Савчук, О.О. Беляєв та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. К. Т. Кривенка. — К.: КНЕУ, 2001. — 508 с. 4. Планування діяльності підприємства: Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц. / М. А. Бєлов, Н. М. Євдокимова, В. Є. Москалюк та ін.; За заг. ред. В. Є. Москалюка. — К.: КНЕУ, 2002. — 252 с. 5. Краснокутська Н. В. Інноваційний менеджмент: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2003. — 504 с.

Надійшло до редколегії 28.12.2011

А.В. КОСЕНКО, к.е.н, доц., НТУ «ХПІ», Харків

Н.С. ІЛЛЯШЕНКО, к.е.н, доц. Сумського державного університету, Суми

РОЗВИТОК МАРКЕТИНГОВИХ МЕТОДІВ ФОРМУВАННЯ ПОКАЗНИКІВ КОН'ЮНКТУРИ РИНКУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

Проведено аналіз існуючих методів визначення одного з найбільш важливих показників кон'юнктури ринку - вартісної оцінки наукової продукції. Запропоновано методичний підхід до встановлення ціни на наукову продукцію.

Проведен анализ существующих методов определения одного из наиболее важных показ-ников конъюнктуры рынка - стоимостной оценки научной продукции. Предложе-но мето-дичний подход к установлению цены на научную продукцию.

The analysis of existent methods of one determination of the most essential kh indexes of the state of affairs of market is conducted - cost estimation of scientific products. The methodical going is offered near establishment of price on scientific products.

Ключові слова: наукова продукція, показники кон'юнктури, ціна, маркетинг, комерціалізація, вартісна оцінка.

Вступ. В умовах економічного розвитку країни, і особливо окремих її галузей, масштаби і якісний рівень об'єктів інтелектуальної власності як об'єктів майнового комплексу підприємства стають найважливішими показниками успішності розвитку бізнесу. Процес приватизації державного і муніципального майна, що продовжується, розвиток ринкових відносин робить сильний вплив на управління інтелектуальною власністю, а особливо на об'єкти, що мають промислове застосування і приносять прибуток. З виникненням різних форм власності і проголошенням рівних можливостей на їх існування в економіці країни почався процес перебудови правової і економічної систем управління. Перетворення торкнулися не тільки нерухомого майна фізичних і юридичних осіб, але і майнових прав, закріплених за ними. Серед майнових прав найбільш значущими є різні види інтелектуальної власності. Розвиток світового господарства показує, що в даний час ключовим чинником успіху в бізнесі є володіння і уміле розпорядження не стільки основними фондами, природними ресурсами і іншими активами матеріального характеру, скільки новими знаннями у області науки, високими технологіями, різними засобами індивідуалізації. Як показує світова практика, вартість

об'єктів промислової власності на підприємстві може досягати сотні мільйонів доларів, а частка нематеріальних активів складати до 90% його капіталу.

Україна залишається однією з світових держав, яка володіє високим інтелектуальним потенціалом, зокрема об'єктами промислової власності. За оцінками західних експертів, Україна володіє промисловою власністю вартістю близько 40 млрд. дол. США, що дає загальне уявлення про величину нереалізованих можливостей в даній сфері. Актуальність і своєчасність виконання цього наукового дослідження обумовлені відсутністю до теперішнього часу в нашій країні єдиної методики визначення вартості об'єктів інтелектуальної власності (ОІВ). У зв'язку з цим розробка методичних положень по вартісній оцінці ОІВ є важливим етапом в розвитку методів оцінки вартості всього майна при приватизації підприємств, а також при комерціалізації науково-технічних розробок.

Результати останніх досліджень та публікацій. У зарубіжній і вітчизняній літературі приводиться ряд підходів до визначення вартості ОІВ, зокрема об'єктів промислової власності залежно від виду об'єкту. Розробка методів визначення вартості об'єктів промислової власності знайшла своє відтворення в дослідженнях вітчизняних та зарубіжних вчених Шумпетера Й., Цибульова П.М., Перерви П.Г., Марусининої О.Ю., Шелехової Н.В., Ілляшенко С.І., Зінова В.Г., Линніка Н.В., Мухамедшина І.С., Бутнік-Сіверського О., Мухопода В.І., Новосельцева О.В., Устінової Л.Н., Топоркової О.В., Козирєва А.Н., Макарова В.Л. та ін. Разом з тим, питанням формування і оцінки показників кон'юнктури ринку інноваційної продукції, зокрема, цін на неї, в наявних дослідженнях приділено недостатня увага.

Постановка задачі. Метою статті є розробка методичних основ визначення вартісної оцінки інноваційної продукції і на цій основі встановлення трансферних (ліцензійних) цін на них як найбільш важливого фактури формування кон'юнктури на інноваційну продукцію.

Методологія. Методологічною основою даної роботи виступає системний підхід до дослідження економічних відносин і виявленню їхніх закономірностей, методологія неокласичного синтезу, а також принципи економічного аналізу.

Результати дослідження. На промислових підприємствах, що реалізують завершальні стадії інноваційного процесу, продуктове планування виражається у формуванні продуктового портфеля підприємства і плануванні його виробничої програми на певний період. Виробнича програма підприємства визначає номенклатуру і обсяг виробництва конкретних видів інноваційної продукції. При її формуванні здійснюється вивчення кон'юнктури ринку, цінової політики, планування витрат на виробництво нової продукції, планерування заходів щодо технічної підготовки виробництва нової продукції, розподіл виробничих завдань по цехах і ділянках, а також по відрізках часу календарного періоду. Обґрунтованість продуктового планування і формування кон'юнктури цільового ринку забезпечується при дотриманні наступних вимог:

- наявність ефективної маркетингової системи в областях стратегічних інтересів і спеціалізації підприємства;
- наявність ефективної системи науково-технічного прогнозування, сприяючого ранньому розпізнаванню перспективних напрямів розвитку науки і техніки в областях спеціалізації підприємства;
- використання системи ранжирування і відбору пропозицій при формуванні продуктового портфеля, заснованою на вживанні об'єктивних множинних критеріїв;
- наявність ефективної і динамічної інформаційної системи забезпечення маркетингу, науково-технічного прогнозування і планерування інновацій;
- використання наукових методів оцінки і економічного обґрунтування інноваційних пропозицій і проектів.

Ефективне та обґрунтоване формування кон'юнктури ринку інноваційної продукції неможливе без науково обґрунтованої цінової політики, особливо по відношенню до наукової продукції і, зокрема, до об'єктів інтелектуальної власності.

В умовах ефективно функціонуючого ринку ціна продавця повинна зрівноважитися із ціною покупця. Як показав аналіз факторів ціноутворення, ціна покупця (її верхня межа) у першу чергу обумовлена прибутковістю інноваційної продукції (оскільки альтернатива власної розробки інноваційної продукції менш приваблива з урахуванням фактору часу, а також високого ступеня специфічності й трудомісткості такої розробки). Ціна ж продавця (її нижня межа) насамперед визначається витратами на розробку інноваційної продукції (оскільки, як правило, продавець є розроблювачем за родом діяльності (наукові організації), тобто в нього немає налагоджених виробничих

потужностей, а їхнє налагодження передбачає значні витрати ресурсів і часу). Таким чином, ринкову рівновагу можна інтерпретувати як порівняння витрат і доходів від інноваційної продукції. Рівність цих величин можлива лише в умовах ідеального ринку: симетричності інформації, відсутності невизначеності, абсолютної ефективності виробника і т.п. У реальній економіці таку ситуацію важко досягнути. Проте, саме на співвідношенні витрат і вигід (як і припускає метод економічного аналізу) побудований процес визначення ринкової вартості. Виходячи з цього, ціна з боку покупця (прибутковість активу) визначається на базі дохідного підходу, а ціна з боку продавця - на базі витратного. Крім того, з позицій обох сторін визначається ціна на базі порівняльного (ринкового) підходу. Розглянемо трохи докладніше основні можливі методологічні підходи до оцінки вартості інноваційної продукції.

Вихідним моментом методики, що пропонується, є посилка про те, що розроблювач (власник, продавець) нової розробки не повинен мати прямих збитків, тобто найменша з можливих цін на ОІВ повинна покривати витрати розроблювача, які були ним зроблені в процесі інноваційних досліджень по його створенню. Вказані витрати можна визначити з допомогою інструментарію витратного підходу до встановлення цін на ОІВ.

$$C_{nt}^{min} = K_{mз} \sum_{t=1}^{t=T} B_t K_t^{inf} K_t^{np}, \quad (1)$$

де C_{nt}^{min} - мінімальний розмір ціни технології на момент проведення розрахунків, грн.; $K_{mз}$ - коефіцієнт, який враховує рівень морального зносу ОІВ на момент проведення оцінки. Його рівень пропонується розраховувати по наступній залежності:

$$K_{mз} = 1 - (t_d / t_{пов}),$$

де t_d - час, який пройшов з моменту створення ОІВ до моменту, на який проводиться оцінка його вартості (або термін дії охоронного документу на ОІВ з моменту його реєстрації на дату проведення оцінки); $t_{пов}$ - розрахунковий повний термін служби ОІВ до його повного морального зносу (термін морального зносу) або повний термін дії охоронного документу на ОІВ; K_t^{inf} - коефіцієнт індексації (зміни) цін на різні витрати в минулому в порівнянні з часом t , на який проводиться оцінка (коефіцієнт інфляційних процесів); K_t^{np} - коефіцієнт зміни ставок банківського процента, з допомогою якого

пропонується здійснювати приведення різночасових щорічних витрат до розрахункового року t , на який проводиться оцінка вартості технології. Його розмір ми рекомендуємо розраховувати по наступній формулі:

$$K_t^{np} = (1 + \alpha_t/100)^t,$$

де α_t - ставка банківського проценту на час t (на час формування витрат на створення та використання технології).

Тепер розглянемо механізм формування максимально можливої ціни (верхньої межі цінового інтервалу). Логічно буде передбачити, що ціна на ОІВ не може бути більшою за плановий додатковий прибуток споживача ОІВ, завдяки якій цей додатковий прибуток і буде отримано. Якщо ж ціна перевищить цей рівень, то покупець ОІВ не зможе повернути свою інвестиції і перейде в зону прямих збитків, що з точки зору економіки є недопустимим. Розмір максимально можливої ціни на ОІВ (планового додаткового прибутку споживача технології) пропонується розраховувати по наступній залежності:

$$C_{um}^{max} = \sum_{t=1}^{T_{cn}} \Delta\Pi_t / (1 + R)^t, \quad (2)$$

де $\Delta\Pi_t$ - прибуток споживача ОІВ в t -му році; T_{cn} - термін споживання ОІВ, що пропонується споживачеві; R - ставка банківського проценту на час проведення оцінки вартості ОІВ.

Практичне використання залежності (2) в деяких випадках може бути обмежене в зв'язку з тим, що прогнозувати щорічного розміру додаткового прибутку, пов'язаного з використанням ОІВ, достатньо складно. Для усунення цього бар'єру можна дещо спростити залежність (2), замінивши щорічне значення прибутку $\Delta\Pi_t$ споживача технології середньорічним значенням цього прибутку, прогнозувати який значно простіше. З урахуванням останньої пропозиції залежність (2) набуває наступного вигляду:

$$C_{um}^{max} = T_{cn} \Delta\Pi_{cep} / (1 + R)^{T_{cn}} \quad (3)$$

Виходячи з вищевикладеного, фактична вартість технологічної інновації $C_{um}^{факт}$ на момент проведення її оцінки знаходиться в інтервалі між максимальною і мінімальною вартістю та буде відповідати наступній нерівності:

$$K_{мз} \sum_{t=1}^{t=T} B_t K_t^{inф} K_t^{np} \leq C_{um}^{факт} \leq \sum_{t=1}^{T_{cn}} \Delta\Pi_t / (1 + R)^t. \quad (4)$$

Визначимо розмір цінового інтервалу I_{uin} , в який з достатньо великою імовірністю може потрапити фактична ціна продажу технологічної інновації:

$$I_{uin} = \sum_{t=1}^{T_{cn}} \Delta\Pi_t / (1 + R)^t - K_{мз} \sum_{t=1}^{t=T} B_t K_t^{inф} K_t^{np}. \quad (5)$$

Значення $I_{\text{цін}}$, на наш погляд, можна назвати розміром маркетингового поля цінової політики або межами дозорних відносин між продавцем та покупцем технології, що в принципі і відповідає фактичному стану речей. Дійсно, фактична ціна технологічної інновації $I_{\text{нт}}^{\text{факт}}$ знаходиться в ціновому інтервалі $I_{\text{цін}}$, але до якої межі цінового інтервалу фактична ціна буде знаходитися ближче – до $I_{\text{нт}}^{\text{max}}$, чи до $I_{\text{нт}}^{\text{min}}$ – це багато в чому залежить не тільки від якості і параметрів технологічної інновації, а і від професійного рівня менеджерів з продажу (постачання), маркетингологів, осіб, які складають контракт і т.п. Мистецтву перемовин в цьому сенсі відводиться далеко не остання роль. Акцентуючи на цьому певну увагу, ми повинні зробити заяву про те, що в подальшому ми абстрагуємося від фактору маркетингових зусиль, зосереджуючи свої дослідження тільки на чисто економічних факторах процедури створення, продажу і використання об'єктів інтелектуальної власності.

Висновки. Вищевикладені розробки дозволяють зробити узагальнюючі висновки про те, що розроблені нами методичні рекомендації по визначенню економічних характеристик ОІВ при повній і неповній передачі прав на них, дозволяють забезпечити оптимальне управління інноваційною діяльністю. Їх використання, по-перше, дозволяє визначити обсяг інвестицій, що передбачається залучити для створення ОІВ; по-друге, порівнюючи рівень інвестиційних витрат і розмір майбутнього прибутку є можливість визначити економічну ефективність інноваційної діяльності як у розроблювача, так і у споживача об'єктів інтелектуальної власності, а також визначити норму прибутковості конкретного інноваційного проекту; по-третє, запропонована модель визначення ціни ОІВ може також використовуватися для визначення верхньої та нижньої межі діапазону цін на ОІВ; по-четверте, ця розробка дозволяє врахувати всі можливі варіанти, які можуть скластися між розроблювачем (продавцем, власником) і споживачем (покупцем) ОІВ. Все це дає підстави для загального висновку про те, що вищевикладені авторські пропозиції мають широкі можливості для практичного використання при повному і неповному використанні прав на об'єкти інтелектуальної власності.

Список літератури: 1. *Городов О.А.* Интеллектуальная собственность: правовые аспекты коммерческого использования. Автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора юридических наук. СПб ГУ, 1999г.- 20с. 2. *Грига В.Ю.* Теоретичні засади оцінювання рівня технологічного розвитку країни//Проблеми науки.- 2005.- №2. С.23-28. 3. *Дитер Г.И.Шнайдер* Введение в маркетинг технологий и высокотехнологических товаров производственного назначения. Учеб.пособ.- Х.: НТУ «ХПИ», 2003.- 454с. 4. *Зиннуров У., Ильясов Ю.* Маркетинговые исследования на рынке объектов ин-

теллектуальной собственности // Интеллектуальная собственность. 1997. N 11-12. С. 28-35. **5.** *Золотых Н.* Формирование системы правовой охраны и трансферта интеллектуальной собственности в России // Российская юстиция. 1997. N 3. С. 38-40; N 4. С. 42-44. **6.** *Козырев А.Н.* Оценка интеллектуальной собственности.- М.: Экспертное бюро, 1997.- 293с. **7.** *Крыжний Г.К.* Стратегический технологический менеджмент.- Х.: НТУ «ХПИ», 2003.- 448с. **8.** Маркетинг і менеджмент інноваційного розвитку: Монографія / За заг. ред. д.е.н., проф. *С.М. Ілляшенка*.- Суми: ВТД «Університетська книга», 2006.- 728с. **9.** *Рябов В.А.* Международный обмен технологическими знаниями. М.: Международные отношения.1981.- 33 с. **10.** *Цибульов П.М., Чеботарьов В.П., Зінов В.Г., Суїні Ю.* Управління інтелектуальною власністю.- К.: «К.І.С.», 2005.- 448с.

Надійшло до редколегії 28.12.2011

ЗМІСТ

О.В. БАЛАХОНОВА

Оценка эффективности управления долговыми обязательствами регионов 3

В.А.САДОВСЬКИЙ, Ю.В. СОРОКОЛАТ, Г.В.СЕМЕНЧЕНКО

Компоненти стратегії сталого розвитку економіки галузі охорони здоров'я міста Харкова..... 14

А.Н. ГУЦАН

Современные тенденции в материальной мотивации персонала 18

І.В. ПИВАВАР, І.Ф. ЛІСНА

Проблеми подолання бідності в економіці України..... 23

Я.В. РОМАШОВА

Міграційна політика на шляху до створення елементів своєї інституціональної системи 32

М.А. МАЩЕНКО

Удосконалення системи заробітної плати в сучасній економіці..... 40

Н.О. СТЕПАНЕНКО, В.О. СТЕПАНЕНКО

Умови розвитку туристичного бізнесу в Україні 47

А.С. ЗАХАРЧЕНКОВ

Инновационное преобразование промышленного предприятия как реакция на рыночную конкуренцию: проблемы и направления решений 53

В.М. КУЗНІЧЕНКО, В.І. ЛАПШИН, М.А. ШУМ

Модель документообігу підприємства на основі ймовірнісного підходу..... 60

О.А. БАТОВСЬКА, М.В. ЛІТВИНЕНКО

Роль планування в управлінні розвитком підприємства..... 67

К.І. ДОКУНІНА

Механізми активізації підприємств до впровадження політики енергозбереження..... 72

О.Л. ЗАГОРЯНСЬКА, О.П. КОСЕНКО, П.Г. ПЕРЕРВА

Формування конкурентних переваг машинобудівних підприємств в сучасних умовах розвитку..... 80

В.Я. ЗАРУБА, Л.В. СОКОЛОВА, М.М.ГУРЕВИЧОВ

Формирование и прогнозирование конъюнктуры рынка промышленных средств автоматизации..... 86

Н.С. ІЛЛЯШЕНКО, А.В. КОСЕНКО

Принципи формування кон'юнктури цільового ринку підприємства в рамках концепції інноваційного маркетингу 92

П.Г. ПЕРЕРВА

Інноваційні технології проведення маркетингового аудиту на підприємстві .. 98

В.М. КОБЄЛЄВ, О.О. КРИВИХ

Система маркетингового планування підприємства 106

О.В. НАЗАРЕНКО, О.Ю. ЄГОРОВА, В.І. ШАПОВАЛ

Проблеми проведення економічних реформ в Україні 112

М.В. МІРОШНИК, І.С. СЄРА

Фінансове планування як інструмент фінансового менеджменту промислового підприємства..... 116

Г.В. СУШКО

Зниження рівня трансакційних витрат платників податків як засіб додаткового надходження до державного бюджету..... 123

Н.Н. ПЕДЕНКО, Т.В. ГОЛУБЕВА, Д.Ю. КРАМСКОЙ

Управление дебиторской задолженностью 127

П.Г. ПЕРЕРВА, И.Н. ПОГОРЕЛОВ

Развитие категориального аппарата организационно-экономического обеспечения вспомогательных производств 137

Є.В. КОВАЛЬОВ

Дилема інноваційного і сировинного напрямків економічного розвитку України 144

О.І. КУШНІР, М.В. ЛІТВИНЕНКО

Напрями поліпшення фінансового стану підприємств в ринкових умовах.... 153

А.Ю. АРТЮШЕНКО, О.П. КОСЕНКО

Проблеми пакування товарів в Україні та шляхи вирішення проблем у цій сфері..... 160

С.А. МЕХОВИЧ, Л.В. ПОГОРЕЛОВА

Розробка методики планування й організації ремонтного виробництва на основі регресійних моделей 165

Н.И. ПОГОРЕЛОВ, С.Н. ПОГОРЕЛОВ

Методика нормирования труда в бригадах при выполнении ремонтных работ на машиностроительных предприятиях 176

І.В. ТРОФИМОВА, М.В. ЛІТВИНЕНКО

Планування собівартості і прибутку як основний фактор підвищення
прибутковості промислового підприємства 186

А.В. КОСЕНКО, Н.С. ІЛЛЯШЕНКО

Розвиток маркетингових методів формування показників кон'юнктури
ринку інноваційної продукції 192

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ
«ХПІ»**

Збірник наукових праць

**Тематичний випуск
«Технічний прогрес і
ефективність виробництва»**

Випуск 04

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 22.03.2012 р. Формат 60х84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс. Ум. друк. арк. 10. Обл.-вид. арк. 10.
Наклад 300 прим. Зам. № 17. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ „ХПІ”.

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