

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ, МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ХПІ»

Серія: «Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства»

№ 45 (951) 2012

Збірник наукових праць

Видання засновано у 1961 році

Харків
НТУ «ХПІ» 2012

Вісник Національного технічного університету „ХПІ»

Збірник наукових праць. Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства . – Харків: НТУ „ХПІ». – 2012. – № 45 (951) 2012. – 195 с.

Державне видання

Свідоцтво Держкомітету з інформаційної політики України

КВ № 5256 від 2 липня 2001 року

Збірник виходить українською та російською мовами.

Вісник Національного технічного університету „ХПІ». внесено до «Переліку наукових Фахових видань України, в яких можуть публікуватися результати дисертаційних робіт на здобуття наукових ступенів доктора і кандидата наук», затвердженого постановою президії ВАК «України від 26 травня 2010 р. №1 – 05/4. (Бюлетень ВАК України №6, 2010 р. стор.3 № 20)

Координаційна рада:

Л.Л. ТОВАЖНЯНСЬКИЙ, д-р техн. наук, проф. (**голова**)

К.О. ГОРБУНОВ, канд. техн. наук, доц. (**секретар**)

А.П.Марченко, д-р техн. наук, проф.; Є.І.Сокол, чл.-кор. НАНУ, д-р техн. наук, проф.; Є.Є.Александров, д-р техн.наук, проф.; А.В.Бойко, д-р техн. наук, проф.; Ф.Ф.Гладкий, д-р техн. наук, проф.; М.Д.Годлевський, д-р техн.наук,проф.; А.І.Грабченко, д-р техн. наук, проф.; В.Г.Данько, д-р техн. наук, проф.; В.Д.Дмитриєнко, д-р техн. наук, проф.; І.Ф.Домнін, д-р техн. наук, проф.; В.В.Єпіфанов, канд. техн. наук, проф.; Ю.І.Зайцев, канд. техн. наук, проф.; П.О.Качанов, д-р техн. наук, проф.; В.Б.Клепиков, д-р техн. наук, проф.; С.І.Кондрашов, д-р техн. наук, проф.; В.М.Кошельник, д-р техн. наук, проф.; В.І.Кравченко, д-р техн. наук, проф.; Г.В.Лісачук, д-р техн. наук, проф.; О.К.Морачковський, д-р техн. наук, проф.; В.І.Николаєнко, канд. іст. наук, проф.; П.Г.Перерва, д-р екон. наук, проф.; В.А.Пуляєв, д-р техн. наук, проф.; М.І.Рищенко, д-р техн. наук, проф.; В.Б.Самородов, д-р техн. наук, проф. Г.М.Сучков, д-р техн. наук, проф.; М.А.Ткачук, д-р техн. наук, проф. Ю.В.Тимофєєв, д-р техн. наук, проф.

Редакційна колегія серії:

Відповідальний редактор: В.Я. Міщенко д-р екон. наук,проф.

Заступник відповідального редактора: О.М. Гаврись, канд. екон. наук, проф.

Відповідальний секретар: О.С.Другова

Члени редколегії: С.І. Архієреєв, д-р екон. наук, проф.; А.Є. Ачкасов, д-р екон. наук, проф.; В.Я. Заруба, д-р екон. наук, проф.; В.І. Захарченко, д-р екон. наук, проф.; Ю.Б. Іванов, д-р екон. наук, проф.; П.О. Орлов, д-р екон. наук, проф.; П.Г. Перерва, д-р екон. наук, проф.; Т.С.Пічугіна, д-р екон. наук, проф.; О.М. Поступний, канд. філос. наук, проф.; О.І. Пушкар, д-р екон. наук, проф.; В.А. Соколенко, канд. екон. наук, проф.; В.П. Соловійов, д-р екон. наук, проф.; В.М. Тимофєєв д-р екон. наук, проф.; А.І. Яковлєв, д-р екон. наук, проф.

З номеру 42: 2012 Вісник НТУ «ХПІ» має власну розширену нумерацію. № 42 (948) 2012 р.

Рекомендовано до друку вченою радою НТУ «ХПІ»

Протокол № 6 від «6» липня 2012 р.

Н.Е. АВАНЕСОВА, канд. економ. наук., доц., ХНУБА, Харків

BANCASSURANCE ЯК ФОРМА СПІВПРАЦІ СТРАХОВИХ КОМПАНІЙ ТА БАНКІВСЬКИХ УСТАНОВ

Освоєння банкострахових операцій є вкрай актуальним завданням для українського ринку фінансових послуг, оскільки в умовах конкуренції, що постійно посилюється, інтеграція комерційних банків та страховиків, завдяки реалізації спільних продуктів, дозволить генерувати додаткові доходи для обох фінансових установ. Проте якщо в Західній Європі та США концепція bancassurance здобула практичної реалізації в умовах зрілого та стабільного фінансового ринку, то в Україні становлення банківського страхування, навпаки, відбувається в нестійких фінансових умовах.

Ключові слова: банківська установа, страховики, банкострахові операції, bancassurance.

Изучение банкостраховых операций крайне актуальная задача для украинского рынка финансовых услуг, так как в условиях конкуренции, постоянно усиливается, интеграция коммерческих банков и страховщиков, благодаря реализации совместных продуктов, позволит генерировать дополнительные доходы для обоих финансовых учреждений. Однако в Западной Европе и США концепция bancassurance получила практическую реализацию в условиях зрелого и стабильного финансового рынка, то в Украине становления банковского страхования, наоборот, происходит в неустойчивых финансовых условиях.

Ключевые слова: банковское учреждение, страховики, банкостраховальные операции, bancassurance

Studying of bancassurance operations are extremely actual object for the Ukrainian market of the financial services as soon as in the conditions of a competition, constantly amplifies, integration of the commercial banks and insurers, thanks to realisations of joint products, will allow to generate additional incomes for both financial institutions. However in the Western Europe and the USA the concept bancassurance has received practical realisation in the conditions of the mature and stable financial market in Ukraine of formation of bank insurance, on the contrary, occurs in unstable financial conditions.

Keywords: banking establishment, surances, bancassurance operations, bancassurance

Постановка проблеми. Стабільний розвиток економіки будь-якої країни світу, в т.ч. і України, в значній мірі залежить від стану фінансового ринку. Динамічний розвиток останнього, в свою чергу, пов'язан із забезпеченням ефективної взаємодії фінансових посередників, зокрема комерційних банків та страхових компаній, що й обумовлює актуальність обраної теми роботи.

Однією з тенденцій, що характерна для фінансово-кредитної системи України, є посилення співпраці банківських установ та страховиків у формі bancassurance, і це стає достатньо прибутковим напрямом їх діяльності. В свою чергу закордонний досвід підтверджує, що, завдяки реалізації спільних фінансових продуктів, європейські банки збільшили обсяги продажів до того рівня, який дозволяє стверджувати, що bancassurance є високоприбутковим бізнесом.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням взаємодії фінансових посередників, зокрема банків та страхових компаній, присвячено роботи достатньо великої кількості авторів, серед яких А.М. Єрмошенко, О.А. Землячова, В.М. Кремень, Л. Кузнецова, Б. Луців та інші. Незважаючи на це, недо-

статньо вирішеними залишаються проблеми визначення основних переваг, недоліків та перспектив співпраці фінансових установ в сучасних вітчизняних умовах.

Метою роботи є аналіз можливостей та перспектив співпраці банків та страхових компаній у формі bancassurance на українському ринку з урахуванням зарубіжного досвіду.

Проблеми співпраці страхових компаній та банківських установ в Європі мають давнє коріння і налічують більш ніж 150 років, відколи Ф.В. Райффайзен – винахідник кредитних спілок – теоретично обґрунтував та практично довів переваги від поєднання страхової та фінансово-кредитної діяльності.

Традиційно банки та страховики діяли окремо у власних сферах, проте розвиток фінансових ринків та інтеграційні процеси в середині 80-х років ХХст. активізували процеси злиття і поглинання фінансових посередників, в тому числі страхових компаній та банківських установ. Останнє і сприяло розвитку таких послуг, як bancassurance.

Термін «bancassurance» має французьке походження і фактично означає продаж страхових продуктів через мережу банківських установ й змістовно перекладається як «банківське страхування» або скорочено «банкострахування» (banque + assurance). Німецький аналог цього терміну – «allfinanz», іспанський – «bancoassurance», італійський – «bancari» [6].

Цей термін було запроваджено з ініціативи банківських установ Франції, які починаючи з кін. 70-х рр. – поч. 80-х рр. ХХст. почали реалізовувати продукти зі страхування життя, а наприкінці 90-х рр. запровадили продаж продуктів ризикового страхування. Ще у першій половині 70-х рр.. банки почали засновувати страхові компанії, проте першість в цьому напрямку належала банку «Credit Mutuel», який створив власну страхову компанію «Assurances du Credit Mutuel Vie» («АСМ Vie»).

Подальшого розвитку bancassurance здобуло на поч. 80-х рр., коли у Європі пройшли пенсійні реформи та суспільство масово зацікавилось пенсійним страхуванням. На цьому етапі відбувся поступовий перехід від не об'єднаної спільним капіталом форми співпраці (на основі договорів) до більш інтегрованої форми. Про ефективність такої співпраці свідчить наступний приклад: у 1980р. страхова компанія «Natio Vie» була створена банком «BNP Paribas», який на сьогоднішній день займає провідне місце як у Європі загалом, так і у Франції зокрема.

Створенню та розвитку таких об'єднань у Франції сприяли податкові стимули, які було введено державою у другій половині 90-х рр. Зазначені податкові стимули стосувались доходів від продажу страхових продуктів, що, в свою чергу, призвело до непоодинокі зацікавленості таким видом діяльності банківських установ. Дозвіл на придбання (володіння) акцій страховиків з боку банків та можливість створення власних страхових компаній стали підґрунтям створення фінансових конгломератів, які, у Франції, зазвичай, функціонують у формі банкострахових груп.

В Іспанії у 1991р. на законодавчому рівні було ліквідовано заборону, яка стосувалась реалізації банками страхових продуктів, а в Італії у 1990р., після прийняття низки відповідних законів, банківським установам було дозволено вкладати капітал у страхові компанії. Для цього було визначено наступні форми [3]:

- придбання банком частки в капіталі страхової компанії, і навпаки;
- створення банком і страховою компанією спільного відділення;
- продаж банком страхових полісів однієї або декількох партнерських страхових компаній.

У США наприкінці 90-х рр. були здійснені суттєві реформи, які стосувались системи регулювання ринку фінансових послуг. А з прийняттям у 2000р. закона Гремма-Ліча-Блайлі [3] банкам було дозволено злиття з компаніями фінансового сектору, зокрема зі страховими компаніями.

Якщо розглядати історичний шлях банківського страхування [1, 3, 4], то можна побачити, що, разом із поширенням, даний вид діяльності трансформується від простих до більш складних форм. На рис. 1 виокремлено та представлено основні етапи розвитку bancassurance.

Так, концепція bancassurance найбільшого поширення спочатку набула в країнах Європи у сфері надання послуг зі страхування життя, а саме найбільш значний досвід успішної реалізації проектів банкострахування мають Франція, Іспанія, Італія, Бельгія, Великобританія, а також Швейцарія та Португалія. Частка страхових премій, отриманих від bancassurance, у Франції становить приблизно 62 % річного надходження страхових платежів, в Іспанії – 72 %, в Італії – 63 %, Бельгії – 56 % тощо [8]. Загалом в європейських країнах витрати страхових компаній на продаж інтегрованих продуктів на 50-70 % нижче, ніж на реалізацію страхових послуг традиційними каналами, а продаж страхових продуктів через банківську філіальну мережу можуть навіть у 3-5 разів перевищувати продажі через страхову агентську мережу [4].

В науковій літературі існує значна кількість визначень терміну «bancassurance», проте науковців об'єднує спільна думка стосовно того, що під банківським страхуванням слід розуміти продаж страхових продуктів через мережу банків. Проте є і інші поширені визначення банкострахування, як, наприклад, набір фінансових послуг, які можуть одночасно задовольнити як банківські, так і страхові потреби клієнтів [7] або залучення банківських установ в процес виробництва, маркетингу та розповсюдження страхових послуг [3].

Для того, щоб докладніше зрозуміти сутність терміну «банкострахування» зробимо окремий аналіз категорій «банк», «страхова компанія», «банківські послуги» та «страхові послуги», а також проаналізуємо основні риси діяльності даних фінансових установ з метою визначення ключових факторів, що мотивують і банки, і страхові компанії шукати шляхи до взаємодії.

Згідно діючого законодавства України [1], банк – це юридична особа, яка на підставі банківської ліцензії має виключне право надавати банківські послуги, відомості про яку внесені до Державного реєстру банків. Відповідно, банківська діяльність пов'язана із залученням у вклади грошових коштів фізичних і юридичних осіб та розміщенням зазначених коштів від свого імені, на власних умовах та на власний ризик, а також відкриттям і веденням банківських рахунків фізичних та юридичних осіб.

В законодавстві України чітко не представлено визначення терміну «банківські послуги», незважаючи на те, що у текстах нормативних актів воно нерідко вживається, тому наведемо визначення окремих науковців.

Аналіз наукових робіт російських та західних вчених вказує на те, що більшість з них під банківськими послугами розуміє усі види операцій та угод, які здійснюються банками [4]. Зокрема, Ж. Матук зазначає, що банківська послуга є задоволенням фінансового попиту клієнтів з урахуванням фінансових можливостей банку [8].

Українські вчені також надають своє визначення цього терміну. Так, О.А. Брегеда [5] визначає банківську послугу як набір упорядкованих дій банку, які безпосередньо не є пов'язаними із формуванням та використанням ресурсів банку і не несуть ризику їх втрати.

Н.М. Перепечай [9] розглядає банківську послугу як результат комплексної діяльності банку (технологічної, інтелектуальної, фінансової та ін.), який становить економічні блага для задоволення певних потреб людини при проведенні банківських операцій.

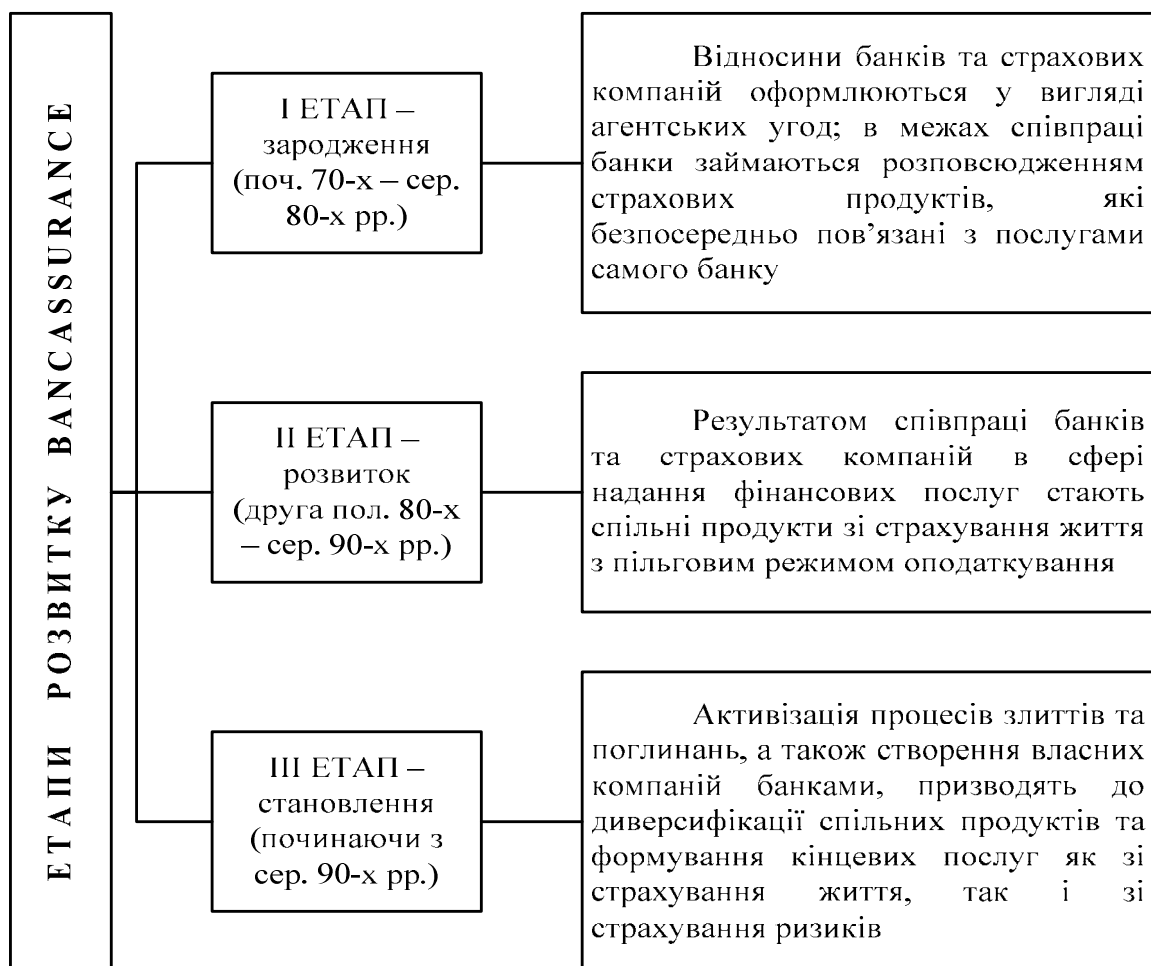


Рис. – Основні етапи розвитку bancassurance

В джерелі [3] банківські послуги трактуються як різноманітні дії на фінансовому ринку, грошові операції, здійснювані комерційними банками за певну плату за дорученням і в інтересах своїх клієнтів, а також дії, спрямовані на вдосконалення і підвищення ефективності банківського підприємництва наприклад, впровадження нових технологій, удосконалення організаційної структури.

Савлук М.І. [2] визначає банківські послуги як дії банківських установ на замовлення клієнтів, які не пов'язані із залученням додаткових ресурсів, основною формою оплати яких є комісії.

Вовчак О.Д. [6] вважає, що банківські послуги — це дії банку, спрямовані на зростання його прибутковості, або це надані клієнтам різноманітні види банківської діяльності, які супроводжують і оптимізують банківські операції. Банківську послугу ще він розглядає як переміщення банківської інформації.

З наведених визначень можна побачити, що більшість науковців вважають, що банківські послуги пов'язані із задоволенням фінансового попиту клієнтів за певну плату (комісію) і є результатом діяльності банківської установи, проте не містять ризику втрати ресурсів банку.

Далі розглянемо категорії «страховик» («страхова компанія») та «страхові послуги».

В Україні, відповідно до чинного законодавства [2], страховиками визнаються фінансові установи, створені у формі акціонерних, повних, командитних товариств або товариств з додатковою відповідальністю згідно з Законом України "Про господарські товариства" з урахуванням особливостей страхового законодавства, а також одержали у встановленому порядку ліцензію на здійснення страхової діяльності.

Як і у випадку із визначенням терміну «банківські послуги», українське законодавство не містить легального визначення поняття „страхові послуги”, тому наведемо трактування науковців.

Яворська Т.В. [9] наводить визначення, згідно до якого, страхові послуги – це кінцевий результат діяльності страхової компанії щодо задоволення потреб клієнтів, пов’язаних із захистом їх майнових та особистих інтересів.

Говорушко Т.А. [7] наголошує, що страхова послуга є продуктом цілеспрямованої діяльності страхової компанії та пропонується на страховому ринку на умовах еквівалентного обміну з метою отримання прибутку.

В джерелі [9] підкреслюється, що страхова послуга – це фінансова послуга у вигляді продажу юридично оформлених зобов’язань з надання страхового захисту, яку пропонують на ринку страховики потенційним страхувальникам.

Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. [1] визначають страхову послугу як товар, який страхова компанія пропонує страхувальнику за певну плату (страхову премію).

Вовчак О.Д., Завійська О.Д. [3] під страховою послугою розуміють договірну послугу на визначених умовах, яка полягає у здійсненні відшкодування матеріальних збитків, понесених особою, яка є учасником договірних відносин.

В країнах Європи та розвинених країнах світу, зазвичай, використовуються дві основні моделі організації bancassurance [7]:

I модель – орієнтована на масового споживача розглядуваних послуг;

II модель – орієнтована на індивідуальні програми.

Перша модель досить поширена в Іспанії та Франції і передбачає продаж універсальних та простих банкострахових продуктів. Плани продажів страхових продуктів (послуг) заносяться до баз даних, на основі яких згодом складаються плани продажу продуктів банку. Друга модель є характерною для тих банків, що є власниками страхових компаній. Вона орієнтована на продаж страхових продуктів, які максимально пристосовані до кожного сегменту клієн-

тів та враховують їх індивідуальні потреби. Дана модель також передбачає значну інтеграцію страхових послуг (продуктів) у банківську систему.

Висновки. Співпраця банків та страхових компаній є вигідною і для споживачів послуг останніх. Зазвичай, вигоди клієнтів проявляються в зручності при отриманні послуг, а також економії коштів та часу на їх оформлення. При цьому, недоліком bancassurance може бути падіння довіри до банківської установи з боку тих клієнтів, які вважатимуть інтегровані продукти непотрібними чи нав'язливими. Факт розголошення банком конфіденційних даних клієнтів, останніми також сприймається з недовірою.

Успішність інтеграції в багатьох випадках залежить від здатності банку та страховика вчасно реагувати на загрози, які існують на фінансовому ринку і безпосереднім чином можуть вплинути на економічні інтереси фінансових посередників. З огляду на проведені дослідження можна зрозуміти, що банківське страхування в Україні має досить великий потенціал для розвитку. Хоча нині банки та страхові компанії співпрацюють в обмежених масштабах (окремі сегменти фінансових послуг), проте все це можна розглядати як підґрунтя для подальших інтеграційних процесів у фінансовому секторі України.

Список літератури: 1. Закон України «Про банки і банківську діяльність» від 7.12.2000р. № 2121-III. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua> 2. Закон України «Про страхування» від 7.03.1996р. № 85/96-ВР. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua> 3. Банківська послуга. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: uk.wikipedia.org/wiki/ 4. Банковское право Российской Федерации. Особенная часть. В 2 т.: Учебник / Отв. ред. Г.А. Тосунян. – М.: Юрист, 2002. – Т. 2. – 783 с. 5. Брегеда О.А. Ринок банківських послуг в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку: Автореф. дис. канд. екон. наук. - К., 2002. - 16 с. 6. Вовчак, О.Д. Кредит і банківська справа [Текст] : підручник / О. Д. Вовчак, Н. М. Руцишин, Т. Я. Андрейків. – К. : Знання, 2008. – 564с. 7. Говорушко Т.А. Страхові послуги. 2-е вид. перероблене та доповнене: Навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 344с. 8. Єрмошенко А.М. Bancassurance як форма взаємодії страхових компаній і банківських установ / А.М. Єрмошенко // Збірник наукових праць: Проблеми і перспективи розвитку банківської системи України. – Суми: УАБС НБУ, 2007. – Т. 20. – С. 265-269.

Надійшла до редколегії 23.05.2012

УДК 339.72.015

Б 722

Н.В. БОБКОВА, соискатель, Старооскольский технологический институт, Старый Оскол,

Э.А. КАРПОВ, канд. экон. наук, профессор, Старооскольский технологический институт, Старый Оскол.

ДИАГНОСТИКА ОВЕРТРЕЙДИНГА С УЧЕТОМ ВЛИЯНИЯ МЕТОДА ОТРАЖЕНИЯ ВЫРУЧКИ ОТ РЕАЛИЗАЦИИ

Целью данного исследования является описание основных методов учета выручки от реализации и проецирование вариантов ведения учета на финансовые потоки предприятия. Краткий анализ показыва-

телей фирмы, построение cash – flow на основе бухгалтерских данных и выявление скрытых признаков овертрейдинга при применении различных методов отражения выручки.

Метою даного дослідження є опис основних методів обліку виторгу від реалізації й проектування варіантів ведення обліку на фінансові потоки підприємства. Короткий аналіз показників фірми, побудова cash – flow на основі бухгалтерських даних і виявлення схованих ознак овертрейдинга при застосуванні різних методів відбиття виторгу.

The aim of this study is to describe the basic methods of sales revenue accounting and projection accounting variants for enterprise's cash flows. A brief analysis of firm's indices, building cash-flow-based accounting data and identification of hidden overtrading features when applying various methods of revenue's reflection.

Как известно из литературы, существуют два метода отражения выручки от реализации:

1) по отгрузке товаров (выполнению работ, оказанию услуг) и предъявлению контрагенту расчетных документов – «метод начисления». Здесь образованием выручки считается дата отгрузки, т.е. поступление средств не является фактом определения выручки. В основе данного метода лежит юридический принцип перехода права собственности на товар.

2) метод отражения выручки по мере оплаты – «кассовый метод». Моментом образования выручки считается дата поступления средств на счета.

Метод определения выручки закрепляется в учетной политике предприятия. В условиях разделения налогового и бухгалтерского учета предприятие устанавливает лишь метод определения выручки от реализации товаров (работ, услуг) для целей налогообложения. Предприятия, находящиеся на общей системе налогообложения (ОСН) для учета реализации должны использовать метод начисления, предприятия, находящиеся на упрощенной системе налогообложения (УСН), которая применяется в случае соблюдения условий, прописанных в НК РФ, могут использовать кассовый метод учета реализации.

При построении отношений в холдинге, заранее оговаривается структура и схема движения денежных потоков. Особое значение при этом имеет система налогообложения, выбранная предприятием, и мониторинг финансовых потоков. Прибыльное на первый взгляд предприятие может иметь существенный дефицит оборотных средств, финансовые разрывы в платежной системе и нуждаться в срочном привлечении ресурсов для их покрытия.

Для банков – кредиторов, принимающих решение о финансировании бизнеса или открытии овердрафта, доминирующим фактором при оценке заемщика имеет официальная бухгалтерская отчетность (формы 1 и 2), в частности, по «отчету о прибылях и убытках» делается вывод о прибыльности организации и темпах роста товарооборота в динамике. Обращать внимание на динамику дебиторской задолженности сотрудники банка начинают в случае появления её

просроченной величины. А в остальных вариантах дебиторская задолженность (со сроками погашения до 12 месяцев) даже увеличивает значение коэффициента текущей ликвидности компании. Более детальный и глубокий анализ качества ДЗ в большинстве случаев не проводится.

Организации холдинга, работающие на общей системе налогообложения, часто непреднамеренно показывают «недостоверные» данные о размерах товарооборота и оплаченных расходах в каждом конкретном периоде. И эта «недостоверность» не является незаконной, просто финансовые потоки компании немного «отстают» от бухгалтерских данных, давая основание банкам выдавать кредиты для финансирования текущей деятельности. Главной задачей финансовой службы в данном случае является интенсивный мониторинг денежных потоков, работа с дебиторской и кредиторской задолженностью холдинга, чтобы избежать существенных разрывов в оборотных средствах и возникновения крупного дефицита ресурсов.

Образцы моделей cash – flow приведены в приложениях 1–2. В первом случае построение модели осуществляется на основании данных бухгалтерской отчетности по «методу начисления» и отражает движение денежных средств по принципу построения «отчета о прибылях и убытках», на который обращает внимание банк. Второй вариант – это фактическое движение денег и отражение дефицита ресурсов, который необходимо пополнять или не допускать, оперативно реагируя на все изменения путем введения режима экономии или своевременного привлечения кредитных средств.

В таблице представлено сравнительное описание двух вариантов построения cash – flow по приложениям 1 и 2.

Варианты имеют упрощенный вид и начальные условия: период 6 месяцев работы, общая система налогообложения, минимум налоговых платежей, работа с поставщиками по предоплате, наличие дополнительных площадей для хранения резервного товарного запаса в небольших объемах, минимальный перечень накладных расходов.

С учетом упрощения анализа, уже выявлен дефицит ресурсов и состояние овертрейдинга компании. Но если учесть еще такие факторы как: задержка оплат от покупателей, рост дебиторской задолженности и недополучение выручки в каждом отрезке рассматриваемого периода; предыдущий период работы фирмы с платежами и задолженностями; невозможность использования товарных кредитов; прочие налоговые платежи, неучтенные в примере и т.п., можно представить общую картину состояния финансовых потоков компании.

Таблица. Сравнительное описание вариантов cash – flow

По бухгалтерским данным (метод начисления)	Фактическое движение денежных средств
1. Данные отражаются на основании информации из бухгалтерской отчетности (Форма 2 – «отчет о прибылях и убытках») 2. Выручка считается полностью полученной и затраты оплаченными, налоги считаются перечисленными в соответствии с начислением. 3. Для упрощения расчетов приняты нулевые начальные условия, общая сумма начисленных процентов за рассматриваемый период распределяется с учетом ненулевых конечных остатков. 4. Результат – прибыльные итоги в каждом отрезке	1. Информация получена из 51 счета (отражает фактическое движение денежных средств) 2. В данном примере считается выручка полностью получена и затраты оплачены, но осуществляется перенос оплат поставщикам в соответствии с необходимым графиком закупок для обеспечения заданного уровня товарооборота. НДС уплачивается в соответствии с законодательством по данным налоговой декларации 3. Начальные условия те же, некоторые статьи затрат увеличены в процентном отношении от размера выручки с НДС, т.к. фактическое движение денежных средств «не очищено» от налога. Процентные и прочие движения в разделе «финансовая деятельность» остаются без изменений. 4. Результат – выявление дефицита ресурсов. Объем дефицита не может быть покрыт за счет перераспределения платежей, то есть – показан момент необходимости привлечения ресурсов извне в виде банковских или товарных кредитов.

Метод начисления при ОНС показывает бухгалтерские данные, но не отражает реальную картину движения денежных средств (ДДС), вследствие чего состояние овертрейдинга компании диагностируется уже на более поздних стадиях, когда управление им близко к риску банкротства. Кассовый метод работы такой риск минимизирует, но имеет особенность применения только при УСН. Для выхода предприятия из критической ситуации лучше всего перестроить бизнес в другую схему, увеличить количество юридических лиц в холдинге и перейти на УСН, применяя ОСН только когда это действительно обоснованно (при закупке товаров, оборудования и прочих расходах, когда контрагенты также применяют ОСН).

Выводы:

1) выбор метода отражения выручки и закрепление его в учетной политике компании должен быть обоснованным и стратегически правильным с точки зрения достоверности управленческого учета;

2) принятие управленческих решений должно базироваться не только на данных официальной бухгалтерской отчетности, но и на постоянном мониторинге финансового состояния компании и оценке достаточности ресурсов для дальнейшего ведения бизнеса в выбранном направлении;

3) даже если на предприятии ранее не осуществлялся мониторинг ДДС и уже выявлено состояние овертрейдинга, можно оперативно принять меры, изменить организационную и юридическую структуру, сократить расходы и остановить развитие бизнеса, чтобы спасти компанию и репутацию на рынке.

Список литературы: 1. Бухгалтерский учет. <http://www.tepka.ru/buh/52.html>. 2. Левчаев П.А. Финансы предприятий национальной экономики. <http://www.elective.ru/arts/eko01-k0232-p13943.phtml>. 3. Камфер Ю. Об отражении выручки при реализации товаров. http://jurists.su/pravo/Konsultaciy_nalogi_ipravo_ob.html 5. Управление овертрейдингом развивающихся торговых сетей. Бобкова Н. В., Карпов Э. А. – Материалы III научно – технической конференции ОАО «ОЭМК». Старый Оскол, 2010 г., с. 196.

Надійшла до редколегії 23.05.2012

УДК 339.1

О.М. ГАВРИСЬ, канд. екон. наук, професор, НТУ «ХП», Харків,
М.А. АНТОНЕНКО, асистент, НТУ «ХП», Харків.

ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ РИНКУ МАШИНОБУДІВНОЇ ПРОДУКЦІЇ

В статті досліджуються проблеми збуту машинобудівної продукції України з погляду сучасної теорії товарознавства непродовольчих товарів. Проаналізовано основні товарні групи машинобудівної галузі та проблеми розвитку для кожної з них. Досліджено основні причини неефективної збутової політики та виявлено напрямки підвищення ефективності збуту.

В статье исследуются проблемы сбыта машиностроительной продукции Украины с точки зрения современной теории товароведения непродовольственных товаров. Проанализированы основные товарные группы машиностроительной отрасли и проблемы развития для каждой из них. Исследованы основные причины неэффективной сбытовой политики и намечены направления повышения эффективности сбыта.

In the article the problems of Ukrainian machinery sale are probed from point of modern non-food commodity science. The basic commodity groups of machiney and problem of development are analysed for each of them. Principal reasons of uneffective sale policy and found out directions of increase of sale efficiency are investigated.

Вступ. З переходом України до ринкових відносин у машинобудівних підприємств виникла потреба у пошуку ринків збуту. Для випуску конкурентоздатної продукції підприємствам необхідне комплексне технологічне переозброєння, яке пов'язане з оновленням продукції, технології та технічних засобів. Проблемою для машинобудівних підприємств є обмеженість фінансових ресурсів, оскільки амортизаційні фонди не здатні забезпечити оновлення основних засобів навіть на старій технічній основі, а інвестори не зацікавлені у довгострокових та ризикованих проектах.

З іншого боку департаменти збуту не є ключовими у більшості сучасних машинобудівних підприємств. Керівництво підприємств приділяє багато уваги інноваційним продуктам, оптимізації виробництва, розробці стратегії, при цьому створення власного департаменту збуту залишається поза увагою. Вартість будь-якої компанії може бути суттєво підвищена за рахунок ефективного управління запитів клієнтів. Тому питання збуту машинобудівної продукції є достатньо актуальними з погляду сучасної теорії товарознавства непродовольчих товарів.

Метою даного дослідження є аналіз сучасного стану машинобудівної галузі та визначення проблемних аспектів збуту машинобудівної продукції.

Аналіз ринку машинобудівної продукції. Машинобудівна галузь незалежної України починала свій розвиток із занепаду. Розрив єдиного машинобудівного комплексу СРСР залишив підприємства без налагоджених зв'язків, технологічних виробничих ланцюжків та без коштів. Ринок машинобудівної продукції заповнювався товарами зарубіжних корпорацій. Відродження машинобудівного виробництва неможливе без відновлення зруйнованої за період реформування матеріально-технічної бази, оновлення і підвищення ефективності виробничого апарату і його структури.

Машинобудівна галузь України розвивається в рамках більше 20 спеціалізованих підгалузей та нараховує близько 11 тисяч підприємств різних форм власності. Це складає близько 20% від усіх промислових підприємств нашої держави (рис.).

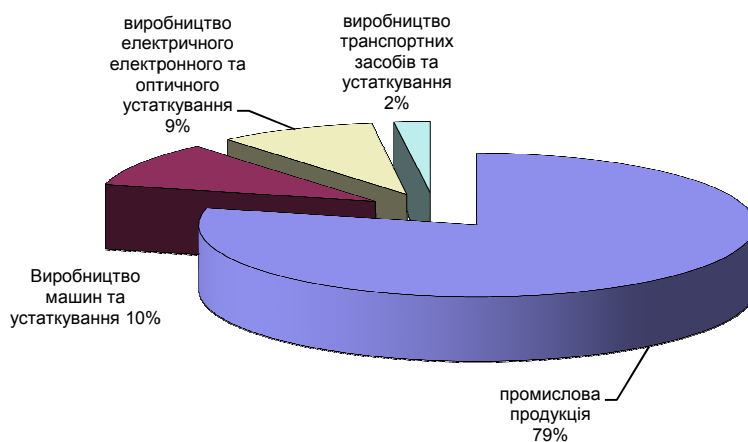


Рис. – Кількість промислових підприємств за видами діяльності [1]

У структурі експорту промисловості України більше 30% традиційно займає металургійна продукція, машинобудівна складає близько 16%. Це є свідченням того, що наша держава експортує сировину, а готова продукція не завжди конкурентоздатна на зовнішньому ринку. За даними Держкомстату України у товарній структурі зовнішньої торгівлі за січень-вересень 2010 року машинобудівний сектор представлений такими товарними групами: котли, машини, апарати і механічні пристрої (6,2% загального обсягу); електричні машини і устаткування (4,8%); залізничні або трамвайні локомотиви, шляхове обладнання (4,6%); наземні транспортні засоби (1,1%); аеронавігаційні або космічні апарати (0,2%); плавучі засоби морські або річкові (0,4%); прилади і апарати (0,5%); годинники (0,0%); музичні інструменти (0,0%) [2].

У залежності від того, на який ринок орієнтована продукція, машинобудівних підприємств, виділяють 5 основних груп галузей машинобудування [5].

1 Група галузей інвестиційного машинобудування (важке машинобудування), розвиток таких підприємств визначається, перш за все, інвестиційною активністю металургійного, будівельного, енергетичного та транспортного комплексів. Підприємства важкого машинобудування України ще з радянських часів були націлені на випуск ковальського, пресового та металургійного обладнання, прокатних станів, спеціальних металоріжучих станків для металургії, обладнання для доменних та сталеварних печей, компресорів, насосів, вугільних комбайнів, бурових установок, потужних підйомних машин та ін. Проте за часів незалежності цей список значно збіднів. Українські підприємства гірничо-металургійного комплексу віддають перевагу іноземним виробникам. Зокрема це «Siemens-VAI» та «Danieli», німецька компанія «SMS Demag».

Причинами програшу конкурентної боротьби є, по-перше, машини та агрегати західних компаній більш якісні, надійні та ефективні, по-друге, іноземні підприємства мають замкнутий цикл виробництва, по-третє, західні машинобудівні підприємства можуть працювати в кредит, під низькі відсотки та з відстрочкою платежу на декілька років. Вітчизняні підприємства енергетичного машинобудування випускають обладнання для усіх видів електростанцій, а саме генератори, котли, парові гідравлічні турбіни, атомні реактори, дизельні мотори та ін. Більшість цієї продукції експортується до Росії, Казахстану, Туркменії, Узбекистану, Азербайджану.

2 Група підприємств тракторного та сільськогосподарського машинобудування, машинобудування для перероблювальних галузей АПК та підприємств легкої промисловості, підприємств цієї групи залежать від платоспроможності госпвиробників та перероблювачів сільськогосподарської продукції. Ситуація у сільськогосподарському машинобудуванні України дуже складна. Вітчизняні підприємства не мали можливості розвивати та модернізувати свою продукцію. У результаті цього випускають енергоємні, матеріалоємні, невисокої якості та малоефективні сільськогосподарські машини. Асортимент продукції вузький, не може задовольнити попит. Наприклад, із необхідних чотирьох модифікацій комбайнів в Україні виготовляється лише одна. В основному аграрії імпортують необхідну техніку, більшість якої іде з Росії та Білорусі. При чому Україна імпортує більше сільськогосподарської техніки, ніж випускає її сама.

3 Залізничне машинобудування, спрямоване на задоволення попиту залізничного господарства країни. Українські машинобудівні підприємства виготовляють в основному лише вантажні вагони, цистерни та локомотиви. Близько 80% цієї продукції експортується до Російської Федерації. У той час як українська залізниця купує вагони російського виробництва.

4 Автомобільна промисловість, випуск продукції якої орієнтований на попит кінцевих споживачів (виробництво легкових автомобілів), а також на потребу підприємств, фірм та виконавчих органів влади (виробництво вантажівок та автобусів). Після розпаду СРСР майже всі автопромислові підприємства України розвиваються кооперативно з іноземними виробниками. В Україні є 4 автовиробники, які здатні вести повномасштабне виробництво автомобілів (ЗАЗ, у складі «УкрАвто», «Єврокар», «Богдан» та КрАСЗ).

5 Електротехніка, приладобудування, верстатобудування – група наукоємних галузей, так званих комплектуючих, що розвиваються услід за потребами усіх інших галузей промисловості, включаючи і саме машинобудування. У радянській Україні виготовляли майже всю верстатну номенклатуру: токарні, фрезерні, агрегатні, шліфувальні, деревообробні. Зараз виготовляються лише деякі види верстатів згідно замовлень. Майже вся продукція іде на експорт. Основними ринками збуту є пострадянські країни, найбільше експортується до Росії та Білорусії.

Із загальної картини стану машинобудування України випливає, що близько половини підприємств збиткові, експортна продукція неконкурентоспроможна на ринку, основні фонди зношені. У такій ситуації надзвичайно важлива інноваційна та інвестиційна активність, яка направлена на технологічний розвиток. Встановлення стабільного інвестиційного клімату для України є надзвичайно важливим.

Особливості збуту машинобудівної продукції. Вирішальну роль у розміщенні машинобудівних підприємств відіграють такі фактори як орієнтація на споживача, сировину, робочу силу та науковий потенціал. Розміщення машинобудівних підприємств знаходиться у прямій залежності від техніко-економічної специфіки виробництва, у першу чергу від конструктивної складності виробу. Ряд підприємств тяжіє до науково-дослідних та дослідно-конструкторських центрів. Ці виробництва розміщуються у великих містах, де зосереджена наукова база країни. У першу чергу це підприємства автомобілебудування та ті, що виготовляють електротехніку, радіотехніку, прилади та станки.

Матеріаломісткі види виробництва орієнтуються на сировину. Наприклад, підприємства важкого машинобудування знаходяться в основному у Донецько-Придніпровському економічному районі, там де є масове виробництво металу. Чимала доля машинобудівних підприємств потребує значних затрат праці, тому націлена на розміщення трудових ресурсів. Не останню роль відіграє і розміщення споживача. Оскільки дешевше перевозити метал та комплектуючі вироби, ніж важкотранспортабельну та громіздку машинобудівну продукцію. Особливо сільськогосподарське машинобудування тяжіє до місць споживання готової продукції.

Транспортне машинобудування забезпечує випуск тепловозів, електровозів, залізничних вагонів, легкових та вантажних автомобілів, річних та морських суден. Виробництво тепловозів металоємке, тому розміщене в металургійних центрах та залізничних центрах. Вагонобудування та вагоноремонтні заводи знаходяться у великих залізничних вузлах – Києві, Харкові, Львові, Одесі, Дніпропетровську.

Електронна та радіотехнічна промисловість базується у великих промислових центрах, де наявні висококваліфіковані кадри та науково-дослідні інститути. Основними центрами цієї галузі є Київ, Харків, Сімферополь, Одеса. Під-

приємства верстатобудування належать до середньо- та малометалоємних, тому можуть розміщуватися як у великих, так і середніх та малих містах. Найбільшими центрами приладобудування та виробництва інструментів є Київ, Харків, Дніпропетровськ, Донецьк, Запоріжжя, Одеса та ін.

Підприємства тракторобудування та сільськогосподарського машинобудування орієнтовані у розміщенні на споживача, причому спеціалізація підприємств відповідає профілю сільського господарства району. Трактори різного призначення випускають у Харкові, Дніпропетровську, Херсоні, Тернополі та Хмельницькому. Заводи по випуску сільськогосподарських машин є у Миколаєві, Херсоні, Первомайську, Мелітополі, Білій Церкві, Донецьку, Ніжині, Житомирі та ін.

Проведений аналіз показав, що незважаючи на складне економічне становище машинобудівних підприємств, ця галузь має великий потенціал та потребує підтримки на рівні держави. Підприємства, у першу чергу, повинні здійснити дослідження ринку та виявити перспективні напрямки розвитку. Активну участь у розробці та впровадженні оновленої продукції повинна приймати маркетингова служба підприємства. Ґрунтуючись на вимогах та уявленнях споживачів про нову чи оновлену продукцію на підприємстві слід виконати науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи та визначитися із технологією виробництва. Технологи та маркетологи основним своїм завданням мають створення виробу, який би мав ринкову новизну, ширше задовольняв потреби і мав ширше коло споживачів. Проблемою для підприємств є і недостатній зв'язок між науковцями і виробниками. Зв'язок між розробкою ідеї та її впровадженням майже відсутній, а у конкурентній боротьбі виграє той, хто швидше і якісніше виготовляє новий продукт та виходить з ним на ринок.

Висновки. Аналіз підприємств машинобудування засвідчив, що основні фонди зношені, технології виробництва застарілі, продукція часто неконкурентоспроможна. Для машинобудівних підприємств особливістю є складність виробничих процесів, капіталоемкість, специфіка продукції. Конкурентоспроможність української машинобудівної продукції за часів незалежності була втрачена, спостерігається зниження технологічного та науково-технічного рівня виробництва. Розвиток галузі пов'язано із створенням нової продукції, новими ринками збуту, договорами з клієнтами, що приведе до змін у організації бізнес-процесів, які пов'язані з доставкою сировини, її зберіганням та постачанням.

Список літератури: 1 Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] / Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>. 2 Статистичні дані Держкомстату України. Товарна структура зовнішньої торгівлі за січень-вересень 2010 року [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. 3 Статистичні дані Держкомстату України. Обсяги реалізованої продукції (робіт, послуг) за 2001 – 2009 роки [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. 4 Обсяг реалізованої продукції за основними видами промислової діяльності за січень – жовтень 2010 року. Експрес-випуск Держкомстату України від 26.11.2010, № 284 [Електронний ресурс] / Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. 5 Машиностроение: текущие тенденции [Текст] // Машиностроение Украины. – 2008.- № 22(36). – С. 6-10.

Надійшла до редколегії 02.05.2012

УДК 656.2

А.Ю. ГОРБАЧ, студентка. Державний економіко-технологічний університет транспорту, Київ

ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ЗАСТОСУВАННЯ НОВИХ ІТ В РОБОТІ ХАРКІВСЬКОГО МЕТРОПОЛІТЕНУ ТА ДЕЯКІ ПЕРСПЕКТИВИ ЙОГО РОЗВИТКУ

Робота присвячена дослідженню сучасних транспортних проблем мегаполісів на прикладі м. Харків та способам їх усунення, найефективнішим з яких є розвиток метрополітену. Приведені деякі історичні факти, характеристика діючої інфраструктури, а також застосування нових ІТ в роботі метрополітену та їх рентабельність.

Работа посвящена исследованию современных транспортных проблем мегаполисов на примере г. Харьков и способам их устранения, самым эффективным из которых является развитие метрополитена. Приведены некоторые исторические факты, характеристика действующей инфраструктуры, а также применение новых ИТ в работе метрополитена и их рентабельность.

The article is devoted to studying of modern traffic megapolis problems on the example of Kharkiv and the methods of its solution, the most effective of which is the development of subway. There are some historical facts, the existing infrastructure reference, and new IT applying in the subway operation and its efficiency.

Умови життя в мегаполісі вимагають значних щоденних перевезень жителів міста. За умов щільної забудованості, збільшення кількості особистих автомобілів та зростаючих потреб населення система наземних видів транспорту не в змозі забезпечувати в повному обсязі потреби міського населення.

Основні проблеми мегаполісів:

- Зростання обсягів пасажиропотоків;
- Зростання вимог до транспортного обслуговування міста;
- Ускладнення руху на автодорогах за рахунок збільшення кількості особистих автомобілів.

Можливі два способи вирішення цих проблем:

1) Реконструкція вуличної мережі найбільш напружених районів міста та оновлення парку автомобільного транспорту, але це не завжди можливо, у бі-

льшості випадків економічно не вигідно та забезпечує незначне покращення транспортної мережі [1];

2) Дослідження пасажиропотоків міста та будівництво ліній метрополітену.

Саме поява системи підземних ліній метро назавжди змінила інфраструктуру транспортного комплексу мегаполіса. Насьогодні на ринку пасажирських міських перевезень метрополітен відіграє провідну роль, забезпечуючи швидкісні масові перевезення.

Також він має ряд переваг перед іншими видами міського транспорту:

- транспортний зв'язок основних районів міста;
- масові швидкісні перевезення;
- рух поїздів не залежить від обстановки на автомобільних дорогах та погоди.

Щодоби метрополітеном користуються близько 800 тис. харків'ян, тобто більше половини всього населення [4]. Подальше покращення перевезень у м. Харкові можливе, в основному, лише завдяки будівництву нових ліній метро.

Харківський метрополітен – це складний комплекс багаточисельних інженерних споруд, що забезпечують швидкісний безпечний рух поїздів та масові перевезення пасажирів містом. Він є шостим за часом спорудження в СНД та другим в Україні.

23 серпня 1975 року, в день визволення Харкова від німецько-фашистських загарбників були відкриті двері перших 8 станцій метро. У цей день були перевезені 413 тис. пасажирів.

Таблиця – Характеристика ліній метрополітену

№	Назва	Введена в дію	Кількість станцій	Довжина, км
1	Холодногірсько-Заводська	23 серпня 1975р.	13	17
2	Салтівська	11 серпня 1984р.	8	10
3	Олексіївська	6 травня 1995р.	8	11,1
Всього			29	38,1

На сьогодні діє 29 станцій з трьома підземними пересадочними вузлами в центрі міста. Загальна довжина ліній становить 38,1 км. Усі станції є підземними. З них лише 6 станцій – глибокого закладення, решта – мілкого.

Харківський метрополітен є особливим завдяки односклепінним станціям, конструкція яких є унікальним інженерним рішенням. Це такі станції як:

«Площа Повстання», «Академіка Павлова», «Київська», «Тракторний завод», «Радянської армії», «Московський проспект», «Спортивна», «Центральний ринок» [3].

Найбільш глибокою є станція «Пушкінська» Салтівської лінії, розташована на глибині 35 метрів. Також такі станції як «Південний вокзал», «Завод ім. Малишева», «Прспект Гагаріна», «Тракторний завод» і «Пролетарська» мають виходи до залізничних станцій і платформ.

На даний момент відбувається будівництво 30-ої станції. Воно розпочалося 31 січня 2012 року. Станція «Перемога» є кінцевою станцією Олексіївської лінії. Вона стане першою в місті станцією, в якій передбачено два ліфта для людей з обмеженими можливостями. На даний момент вже завершено більше 50% робіт. Зведено основну конструкцію вестибюлів та частково змонтована тягова підстанція.

Також за останні декілька місяців на станціях з'явилося 465 нових інформаційних табличок англійською та українською мовами. Загальна їх вартість склала 2,406 млн. грн. При їх розробці було застосовано сучасне діодне енергоощадне обладнання.

Ці, та інші нововведення на станціях метро були організовані в рамках програми вдосконалення міської транспортної системи для забезпечення перевезень на час проведення чемпіонату Європи з футболу 2012, так як Харків – одне з приймаючих міст.

Необхідно підкреслити, що значною подією став проект заміни жетонів на паперові квитки. Вже встановлено спеціальні апарати з продажу та зчитувальні пристрої. Кожен квиток має унікальний штрих-код, дату, час та номер терміналу, де його купили і діє добу. За думкою фахівців, його неможливо підробити чи використати двічі [2].

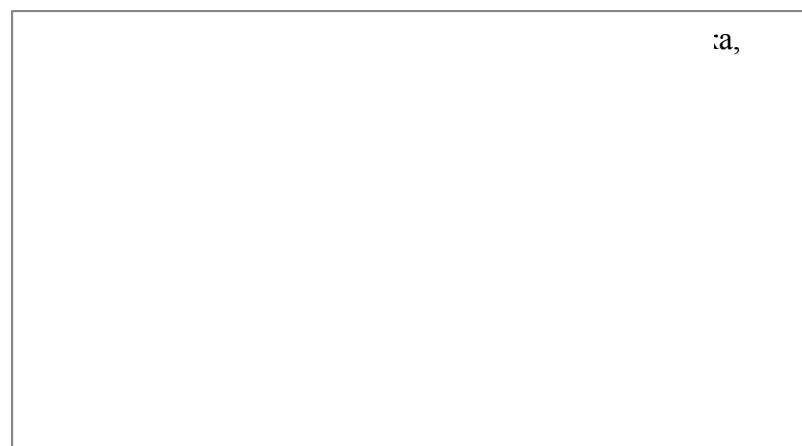


Рис. – Співвідношення собівартості квитка та жетону

Кожен рік на виготовлення і обслуговування жетонів витрачалося більше 25 млн. грн., а на обслуговування квиткової системи необхідно у 5 разів менше. Собівартість одного паперового квитка становить 0,5 коп., а жетону – майже 70 коп.

Метрополітеном було закуплено 100 автоматів для продажу квитків та 400 зчитувальних штрих-коди пристроїв, загальною вартістю 18 млн. грн. Додатково 12 млн. грн. – за програмне забезпечення [5]. Однак такі витрати є одноразовими, порівняно із попередніми 25млн. грн. щорічно за жетонною системою. Старі автомати з продажу жетонів віддадуть назад їхнім власникам, оскільки вони були взяті в оренду.

У подальшому передбачається ввести єдиний електронний проїзний квиток на всі види пасажирського транспорту: метро, трамвай, тролейбус, і навіть автобуси. І це не ілюзія, а вже випробувана світова практика.

Для прикладу розглянемо метрополітен в Гельсінкі (Фінляндія) [6]. Він відкритий на сім років пізніше ніж Харківський, на сьогодні має 17 станцій, які утворюють всього одну лінію з двома гілками, загальною довжиною 22,1 км. Метро входить в загальноміську систему транспорту загального користування HKL. Згідно з цією системою проїзні квитки, куплені в метро, діють на всіх інших видах транспорту в межах міста Гельсінкі. Така система є майбутньою перспективою для Харкова, і перші кроки в цьому напрямку вже зроблені.

Таким чином, враховуючи сучасне та подальше зростання попиту на міські перевезення, транспортна система Харкова вимагає розвитку. З цією метою було замінено жетони на квитки, що є економічно вигідним, відбувається будівництво ще однієї станції та планується в майбутньому ввести єдиний проїзний квиток на всі види міського транспорту загального користування. Так як метрополітен забезпечує в перевезеннях більше половини всього населення міста, – покращення організації його роботи має важливе значення. Саме ці заходи були реалізовані за останні декілька місяців з метою покращення транспортної інфраструктури міста та забезпечення перевезень на час проведення Чемпіонату Європи з футболу 2012.

Список літератури: 1. Р.Э. Любарский, В.И. Мозолевский, В.А. Спивачук, М.И. Юрченко Харьковский Метрополитен. – Київ: Будівельник, 1981. 2. <http://www.metro.kharkov.ua/> 3. http://uk.wikipedia.org/wiki/Харківський_метрополітен т4. <http://gortransport.kharkov.ua/subway/index.html> 5.<http://vecherniy.kharkov.ua> 6.http://uk.wikipedia.org/wiki/Гельсінський_метрополітен

Надійшла до редколегії 13.06.2012

Т.А. ГРЕЧКО, ст. викл. СННІГОТ УПА, Стаханов

РИЗИК ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПРОЕКТУ ЯК ВЕЛИЧИНА МОЖЛИВИХ ВТРАТ

В статті розглянуто особливості ризику інвестиційного проекту як величини можливих втрат.

В статье рассмотрены особенности рынка инвестиционного проекта как величины возможных затрат.

The features of risk of investment project as sizes of possible losses are considered in the article.

Рано чи пізно людина стикається з ризиком і його різноманітними проявами. Те ж саме можна сказати і про формальні організації – групи людей, об'єднані загальною метою, що підкоряються певним правилам і законам дій та зв'язані деякими обмеженнями. Найчастіше це виражається в необхідності прийняття рішення, результат реалізації якого залежить від багатьох об'єктивних і суб'єктивних умов. Проте врахувати всі умови і адекватно впливати на них не завжди вдається. Тому прийняте рішення може мати різний прояв: як бажаний, так і небажаний. Якщо людина чи організація самі приймають рішення, їхня позиція вважається активною. Іноді можна стати пасивним учасником ситуації, пов'язаної з ризиком. Загальною для всіх учасників ризикової ситуації є її невідомість у прогнозуванні результату.

Поняття ризику розглядається в цілому ряді наук. Теорія катастроф вживає даний термін для опису аварій і нещасть. Дослідження з аналізу ризику можна знайти в літературі по психології, медицині, філософії. Таку різноманітність напрямків дослідження ризику можна пояснити багатоаспектністю цього явища.

У вітчизняній економічній науці, власне кажучи, немає загальноприйнятих теоретичних положень про підприємницький ризик, фактично не розроблені методи оцінки ризику, відсутні рекомендації про шляхи і способи зменшення і запобігання ризику. Але слід зазначити, що в останні роки з'явилися наукові праці, у яких при розгляді питань планування економічної діяльності підприємств і організацій, співвідношення попиту та пропозиції розглядаються питання ризику, такі як: «Управление проектами» під загальною редакцією В.Д. Шапіро, [1] «Риски в современном бизнесе» (П.Г. Грабовий, С.Н. Петрова та ін.) [2], «Организационно-технологическая надежность» (А.А. Гусаков,

А.В. Гінзбург, С.А. Веремієнко та ін.), «Планирование деятельности предприятия» (Р.Б. Тянь) [3] і т.ін.

1. Щоб зрозуміти сутність визначення ризику, варто порівняти класичну і неокласичну теорії ризику і їхній економічний додаток. У класичній теорії підприємницького ризику останній ототожнюється з математичним очікуванням втрат, які можливі в результаті прийнятого рішення. Ризик у даному випадку виступає тільки як збиток, заподіяний у наслідок прийняття даного рішення. Таке однобічне тлумачення сутності ризику викликало різке заперечення в частини економістів, і призвело до виникнення іншої теорії пояснення суті ризику. В 30-і роки нашого сторіччя економісти А. Маршал і А. Пігу розробили основи неокласичної теорії підприємницького ризику. Сутність цієї теорії така: підприємець, який працює в умовах невизначеності і прибуток якого є випадкова перемінна, укладаючи угоду враховує два критерії:

- розмір очікуваного прибутку;
- величина його можливих коливань.

Відповідно до неокласичної теорії, економісти розглядають сутність ризику як можливість відхилитись від мети, заради досягнення якої було прийняте рішення.

2. Ризик – один із ключових, найважливіших елементів підприємницької діяльності. У багатьох випадках рішення, пов'язане з ризиком, є неминучим, ухилитися від ризикових вчинків, обійтися без них просто не можна. Слово «ризик» іспансько-португальського походження й означає «підводна скеля». Недарма ризик схожий на риф, тобто небезпеку.

Тлумачний словник російської мови С. І. Ожегова [4] пояснює «ризик» як «дія на удачу», сподіваючись на щасливий випадок», а в словнику Вебстера ризик визначається, як «небезпека, можливість збитку».

У виробничо-економічній сфері поняття «ризик» сумісне з поняттям «надійність». Тоді як у термінологічно-словниковому значенні поняття ризик і надійність це антоніми чи, користуючись термінами теорії імовірності, – незалежні взаємовиключні протилежні події. Щоб оперувати цим поняттям, як у виробничих, так і в економічних процесах, супроводжувалися, як правило, подати своє визначення, що враховує особливості конкретних проблем, які необхідно вирішити.

У таблиці наведений вибірковий перелік визначень з різних джерел.

Таблиця. Існуючі визначення понять ризику

№ п/п	Визначення	Автор, джерело
1	2	3
1.	Ризик – дія на удачу, сподіваючись на щасливий результат	Ожегов С.І. [4]
2.	Ризик – це імовірність того, що отриманий надалі прибуток та інші вигоди від реалізації проекту будуть відрізнятися від планованих.	Фридман Дж., Ордуэй Н.М. [5]
3.	Ризик – це імовірність виникнення збитків чи недоодержання прибутків у порівнянні з прогнозованим варіантом.	Ковальов В.В. [6]
4.	Ризик – імовірність (загроза) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоодержання прибутків чи появи додаткових прибутків у результаті здійснення певної виробничої і фінансової діяльності.	Грабовий П.Г., Петрова С.Н. [2]
5.	Ризик пов'язаний з невизначеністю майбутньої ситуації. Він виникає тоді, коли реальні події відрізняються від очікуваних.	Райс Т., Койлі Б. [7]
6.	Ризик – категорія нетривка і його вимірюють як імовірність визначеного рівня втрат.	Стоянова О.С. [8]
7.	Невизначеність, пов'язана з можливістю виникнення в ході реалізації проекту несприятливих ситуацій і наслідків, характеризується поняттям ризику.	Ільїн Н.І., Лукманов І.Г. і ін. [1]
8.	Економічний ризик – суб'єктивно-об'єктивна категорія, що пов'язана з подоланням невизначеності і конфліктності в ситуації неминучого вибору і відображає міру (ступінь) досягнення очікуваного результату, невдачі і відхилення від мети з урахуванням впливу контрольованих і неконтрольованих факторів при існуванні прямих і зворотних зв'язків.	Вітлінський В.В. Наконечний С.І. [9]
9.	Ризик – це небезпека потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів чи недоодержання прибутків у порівнянні з варіантом, що розрахований на раціональне використання ресурсів у даному виді підприємницької діяльності.	Лапуста М.Г., Шаршукіна Л.Г. [10]
10.	Ризиком називається імовірність досягнення бажаного (небажаного) результату прийнятого рішення.	Бабін А.С., Васильєв В.М., та ін. [11]

Аналіз численних визначень ризику дозволяє виявити основні моменти, характерні для ризикової ситуації:

- випадковий характер подій, що визначає, який з можливих випадків реалізується на практиці;
- наявність альтернативних рішень;
- відомі або такі, що можуть бути визначені, імовірності кінцевих ситуацій і очікувані результати;
- імовірність понесення збитків;
- імовірність одержання додаткового прибутку.

Крім того з переліку видно, що при всій розмаїтості ці визначення складаються з двох частин: перша стверджує, що ризик – це імовірність, а друга прогнозує негативне явище, можливість настання котрого обумовлена випадковістю.

Отже, ризик може призвести до несприятливої чи сприятливої події, а йти на ризик нас змушує невизначеність.

В економічній категорії з ризиком пов'язано два варіанти: перший – це імовірність (погроза) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоодержання прибутків чи поява додаткових витрат, другий – це можливість одержання значної вигоди (доходу) в результаті виконання певної підприємницької діяльності.

Аналізуючи вищесказане, можемо сформулювати таке визначення поняття ризик: ризиком називається імовірність досягнення бажаного (небажаного) результату прийнятого рішення.

Історія розвитку людства – це разом з тим, історія боротьби з «невизначеністю».

В економіці невизначеність означає неповну чи неточну інформацію про умови реалізації проекту, у тому числі пов'язаних з ним витрат і кінцевих результатів. Таке формулювання вказує на три основні групи причин невизначеності.

Перша група – незнання, тобто неповнота, недостатність наших знань про навколишній світ.

Друга група – випадковість, тобто ця та майбутня подія, що в подібних умовах відбувається неоднаково. Наприклад, вихід будівельної техніки з ладу, зміна умов будівельних робіт, несподіваний зрив тривалості через постачання матеріалів – усе це випадкові причини.

Третя група – протидія, тобто можуть протидіяти конфлікти між підрядчиком і замовником, порушення договірних зобов'язань постачальниками, трудові конфлікти в колективі й інші.

Головна задача керівника – передбачити і знайти шлях подолання випадків, протидій і навчитися ефективно керувати причинами невизначеності з урахуванням ступеню ризику.

В усіх видах діяльності необхідно мати справу з використанням і обертом матеріальних, трудових, фінансових, інформаційних (інтелектуальних) ресурсів, і ризик тут пов'язаний з загрозою повної чи часткової втрати цих ресурсів.

Кінцева характеристика ризику – це небезпека потенційно можливої, ймовірної втрати ресурсів чи недоодержання прибутків у порівнянні з варіантом, що передбачає раціональне використання ресурсів.

Інакше кажучи, ризик є погроза того, що підприємство зазнає додаткових витрат понад передбачені прогнозом, його програмою, або одержить доходи нижче тих, на які воно розраховувало.

Варто підкреслити, що при визначенні ризику треба розрізняти поняття «витрата», «збитки», «втрати». У принципі будь-яка підприємницька діяльність передбачає витрати, тоді як збитки мають місце при несприятливому збігу обставин, прорахунках і становлять додаткові витрати понад намічені.

Сказане вище характеризує категорію «ризик» з якісної сторони, але створює основу для того, щоб розглядати поняття «ризик» як кількісне. Адже якщо ризик – це небезпека втрати ресурсів чи прибутку, то існує його кількісна міра, обумовлена абсолютним чи відносним рівнем втрат.

В абсолютному вираженні ризик може визначатися розміром можливих втрат у матеріально-речовинному (фізичному) чи вартісному (грошовому) вираженні, якщо тільки збиток піддається такому виміру.

У відносному вираженні ризик визначається як розмір можливих втрат, співвіднесений з певною базою. Базою найзручніше вважати або майновий стан підприємства, або загальні витрати ресурсів на даний вид діяльності, або очікуваний дохід (прибуток).

Вибір тієї чи іншої бази не має принципового значення, але слід віддати перевагу показнику, який має високий ступінь вірогідності.

Базові показники, використовувані для порівняння, називаються розрахунковими, чи очікуваними показниками прибутку, витрат, виторгу. Значення цих показників, визначаються при розробці бізнес-плану, у процесі техніко-економічного обґрунтування інвестиційного проекту, угоди.

Відповідно, втратами вважаються зниження прибутку, доходу в порівнянні з очікуваними величинами.

Саме величина таких втрат і характеризує ступінь ризику. Виходить, аналіз ризику зв'язаний, насамперед, з вивченням втрат.

Таким чином, чільне місце при оцінці ризику посідає аналіз і прогнозування можливих втрат ресурсів при здійсненні діяльності.

Коли мова йде про обчислення ймовірних втрат у процесі їхнього прогнозування, необхідно враховувати один важливий момент. Випадковий розвиток подій, що впливає на хід і результати, здатен приводити не тільки до втрат у вигляді підвищених витрат ресурсів і зниження кінцевого результату. Та сама

випадкова подія може викликати збільшення витрат одного виду ресурсів і зниження витрат іншого виду, тобто поряд з підвищеними витратами одних ресурсів може спостерігатися економія інших.

Тобто, якщо випадкова подія має подвійний вплив на кінцеві результати: несприятливі і сприятливі наслідки, при оцінці ризику необхідно в однаковій мірі враховувати і ті й інші. Інакше кажучи, при визначенні можливих сумарних втрат варто виділяти з розрахункових втрат виграш, що їх супроводжує.

Взагалі втрати, що можуть бути, доцільно розділяти на матеріальні, трудові, фінансові, втрати часу, спеціальні види втрат.[9]

Матеріальні види втрат виражаються в непередбачених проектом додаткових витратах чи прямих втратах у вигляді устаткування, майна, продукції, сировини, енергії і т.д. Стосовно кожного окремого з перерахованих видів втрат вживають свої одиниці виміру.

Найбільш природно вимірювати матеріальні втрати в тих же одиницях, у яких вимірюється кількість даного виду матеріальних ресурсів, тобто у фізичних одиницях ваги, обсягу, площі й ін.

Однак об'єднати витрати, які вимірюються в різних одиницях, і виразити їх однією величиною не можливо. Тому практично неминуче обчислення втрат у вартісному вираженні, у грошових одиницях. Для цього втрати у фізичному вимірі переводяться у вартісний вимір шляхом множення на ціну одиниці відповідного матеріального ресурсу.

Маючи оцінку ймовірних втрат по кожному з окремих видів матеріальних ресурсів у вартісному вираженні, можна об'єднати їх, дотримуючись при цьому правила дій з випадковими величинами і їх ймовірностями.

Трудові втрати представляють втрати робочого часу, викликані випадковими, непередбаченими обставинами. У безпосередньому вимірі трудові втрати виражаються в людино-годинах, чи людино-днях або просто у годинах робочого часу. Переклад трудових втрат у вартісне, грошове вираження здійснюється шляхом множення трудогодин на вартість (ціну) однієї години.

Фінансові втрати – це прямий грошовий збиток, пов'язаний з непередбаченими платежами, виплатою штрафів, сплатою додаткових податків, втратою коштів. Крім того, фінансові втрати можливі при недоодержанні чи неотриманні грошей з передбачених джерел, при не поверненні боргів, несплаті покупцем за поставлену йому продукцію, зменшенні виторгу внаслідок зниження цін на реалізовані продукцію і послуги.

Особливі види грошового збитку зв'язані з інфляцією, зміною валютного курсу гривні, додатковим, на ряду з законним, вилученням коштів підприємств у державний (республіканський, місцевий) бюджет.

Разом з остаточними, безповоротними можуть бути і тимчасові фінансові втрати, обумовлені заморожуванням рахунків, несвоєчасною видачею коштів, затримкою по виплаті боргів.

Втрати часу існують тоді, коли, наприклад, процес будівництва йде повільніше, ніж було заплановано. Пряма оцінка таких втрат здійснюється в годинах, днях, тижнях, місяцях затримки при одержанні наміченого результату. Щоб перевести оцінку втрат часу у вартісний вимір, необхідно визначити, які втрати доходу, прибутку від реалізації проекту можливі в наслідок випадкової втрати часу.

Спеціальні види втрат виявляються у вигляді нанесення збитку здоров'ю і життю людей, навколишньому середовищу, престижу підприємця, а також внаслідок інших несприятливих соціальних і морально-психологічних наслідків. Найчастіше спеціальні види втрат украй важко визначити в кількісному, тим більше у вартісному вираженні.

Природно, що для кожного з видів втрат вихідну оцінку можливості їхнього виникнення і величини варто проводити за певний час: місяць, рік, термін втілення інвестиційного проекту.

Основні причини збитків інвестиційних проектів:

- подовження тривалості будівництва об'єкта призводить до збільшення обсягу витрат;
- зростання цін на основні будівельні матеріали в наслідок високого темпу інфляції;
- підвищення вартості виконання будівельно-монтажних робіт негативно впливає на ефективність проекту;
- збільшення витрат на оплату праці, пов'язане з державною соціальною політикою і регулюванням рівня оплати праці;
- загострення конкуренції в галузі до початку експлуатації об'єкта інвестування відбувається через те, що з'являються інші вітчизняні чи закордонні виробники аналогічної продукції;
- збільшення обсягу позикових інвестиційних ресурсів, викликане недостатнім залученням власних ресурсів;

- збільшення ставки дисконту за кредит у зв'язку зі зміною кон'юнктури грошового ринку;
- зниження економічної активності галузі, у якій реалізується інвестиційний проект;
- недостатньо обґрунтований підбір підрядчиків (субпідрядників) для реалізації проекту – є однією з причин зниження ефективності;
- несприятливі зміни в оподатковуванні.

При проведенні комплексного аналізу ймовірних втрат для оцінки ризику важливо не тільки установити всі джерела ризику, але і виявити, які джерела превалюють.

Аналізуючи перераховані вище види втрат, необхідно розділити ймовірні втрати на головні та побічні, виходячи власне із загальної оцінки їхньої величини.

При визначенні ризику побічні втрати можуть бути виключені з кількісної оцінки рівня ризику. Якщо серед розглянутих втрат виділяється один вид, який величиною або ймовірністю виникнення свідомо придушує інші, то при кількісній оцінці рівня ризику можна враховувати тільки цей вид втрат.

У принципі треба враховувати тільки випадкові втрати, що не підлягають прямому обчисленню, безпосередньому прогнозуванню і тому не враховані в проекті. Якщо втрати можна заздалегідь передбачати, то вони повинні розглядатися не як втрати, а як неминучі витрати і включатися в розрахункову калькуляцію.

Так, якщо передбачається рух цін, податків, їхня зміна в ході здійснення господарської діяльності керівник зобов'язаний врахувати це в бізнес-плані.

Тільки якщо керівник недостатньо глибоко розробив бізнес-план або використав недосконалі методи розрахунку, систематичні помилки можуть розглядатися як втрати в тому розумінні, що вони можуть змінити очікуваний результат на гірше.

Отже, перш ніж оцінювати ризик, обумовлений дією лише випадкових факторів, у край бажано відокремити систематичну складову втрати від випадкових. Це необхідно і з позицій математичної коректності, тому що процедури дій з випадковими величинами істотно відрізняються від процедур дій з постійними величинами.

Список литературы: 1 Управление проектами / Н.И. Ильин, И.Г. Лукманов, А.М. Немчин, С.Н. Никешин / Под ред. В.Д. Шапиро. – СПб.: Два-Три, 1996.–610 с. 2 Риски в современном бизнесе / Грабовый П.Г., Петрова С.Н., Полтавцев С.Н. и др. – М.: Аланс, 1994. – 200 с. 3 Тянь Р.Б. Планирование деятельности предприятия. Уч. пособие. – К.: МАУП, 1998. – 156 с. 4 Ожегов С.И. Словарь русского языка. – М.: Советская Энциклопедия, 1970. – 900 с. 5 Фридман Дж., Ордуэй Н.М. Анализ и оценка приносящей доход недвижимости: Пер. с англ. –М.: Дело Лтд., 1995.– 480 с. 6 Ковалев В.В. Финансовый анализ. Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 432 с. 7 Райс Т., Койли Б. Финансовые инвестиции и риск: Пер. с англ. – К.: Торгово-издательское бюро ВМ, 1995. – 592 с. 8 Стоянова Е.С. Финансовый менеджмент: учебно-практическое руководство. – М.: Перспектива, 1993. – 268 с. 9 Вітлінський В.В., Наконечний С.І. Ризик у менеджменті. – К.: ТОВ "Борісфен-М", 1996. – 336 с. 10 Лапуста М.Г., Шаршукова Л.Г. Риски в предпринимательской деятельности.–М.: ИНФРА-М, 1998.–224 с. 11 Управление строительными инвестиционными проектами / Бабин А.С., Васильев В.М., Панибратова Ю.П. и др. – М.: Издательство "АСВ", 1997. – 307 с.

Надійшла до редколегії 22.05.2012

УДК 330:336

Е.С. ДРУГОВА, ассистент, НТУ «ХПИ», Харьков,
Л.И. ПОДДУБНАЯ, докт. экон. наук, профессор, ХНЭУ, Харьков
А.В. КЛИМЕНКО, студентка, НТУ «ХПИ», Харьков.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ЗА СЧЕТ ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

В статье рассмотрена проблема обеспечения конкурентоспособности предприятия по средствам повышения его финансовой устойчивости. Предложено процесс обеспечения и механизм управления конкурентоспособностью предприятия на основе повышения финансовой устойчивости.

Ключевые слова: конкурентоспособность, финансовое состояние, финансовая устойчивость.

В статті розглянуто проблему забезпечення конкурентоспроможності підприємства за допомогою підвищення його фінансової стійкості. Запропоновано процес забезпечення та механізм управління конкурентоспроможністю підприємства на основі поліпшення фінансової стійкості.

Ключові слова: конкурентоспроможність, фінансовий стан, фінансова стійкість.

In the article the problem of providing of competitiveness of enterprise is considered on facilities of increase of his financial stability. The process of providing and mechanism of management the competitiveness of enterprise is offered on the basis of increase of financial stability.

Key words: competitiveness, financial state, financial stability.

Введение. На сегодняшний день предприятия Украины сталкиваются с усилением конкуренции, повышенной нестабильностью внешней среды. В связи с этим перед субъектом хозяйственной деятельности стоят проблемы, связанные с обеспечением финансовой устойчивости и поиском источников финансирования. Большинство украинских предприятий для обеспечения финансовой устойчивости ориентированы на анализе и оценке финансовых результа-

тов деятельности, а также на управление денежными потоками. Все предприятия и организации в большей или меньшей степени сталкиваются с такой проблемой как конкуренция, поэтому чтобы выжить в таких условиях, а так же развиваться, необходимо анализировать сложившееся положение на рынке, а так же принимать решения о проведении мероприятий по обеспечению финансовой устойчивости для повышения конкурентоспособности предприятия.

Актуальность. Теоретические и методологические основы конкуренции и обеспечения конкурентоспособности представлены в трудах таких зарубежных экономистов как И. Ансофф, С. Брю, П.Р. Диксон, П.Ф. Драккер, Б.Карлофф, А. Маршалл, К. Макконел, М. Мескон, Р. Пиндайк, М. Портер, Дж. Робинсон, П. Самюэльсон, Э. Чемберлен, Ф. Хедоури и др. Проблемы повышения конкурентоспособности рассмотрены в трудах таких отечественных ученых как: Г. Азоева, Е. Голубкова, С. Гонялина, П. Завьялова, А. Кириллова, А. Кутина, И. Липсица, А. Литвиненко, М. Сероштан, И. Спиридонова, И. Фаминского, Р. Фатхутдинова, А. Фридмана, А. Юданова и других.

Управлению устойчивости развития предприятий посвящены научные труды И. Ансоффа, М.М. Алексеевой, А.А. Ветрова, О.С. Виханского, М.А. Градова, В.С. Демченко, Г.П. Иванова, В.В. Ковалева, Ф. Котлера, Р.А. Коренченко, Н.П. Любушина, В.Б. Лещевой, Т. Питере, В.Н. Самочкина и др.

Несмотря на большое количество научных публикаций, недостаточно проработаны концептуальные и методологические основы, а также практическая необходимость обеспечения конкурентоспособности предприятий. В связи с этим исследования, направленные на обеспечение конкурентоспособности за счет повышения финансовой устойчивости, являются актуальными.

Изложение основного материала. Конкурентоспособность предприятия, будучи многогранным понятием, включает не только качественные и количественные параметры промышленной продукции, но и зависит от уровня менеджмента, стратегии маркетинга и сбыта, квалификации персонала, инвестиционной и инновационной составляющими его деятельности, а также финансового состояния.

Финансовое состояние предприятия определяет его конкурентоспособность во внешней среде и потенциал в деловом сотрудничестве, оценивает, в какой степени гарантированы экономические интересы предприятия и его партнеров. Финансовая устойчивость является одной из важнейших характеристик финан-

сового состояния организации (рис.1). В работах как отечественных, так и зарубежных авторов показано, что понятие «финансовая устойчивость» базируется на оптимальном соотношении между видами активов организации (оборотными и внеоборотными с учетом их внутренней структуры) и источниками их финансирования (собственными и привлеченными средствами). Как указывает Л.Т. Гиляровская: «Понятие «финансовая устойчивость» организации многогранно, оно более многогранно в отличие от понятий «платежеспособность» и «кредитоспособность», так как включает в себя оценку различных сторон деятельности организации» [1, с. 9].

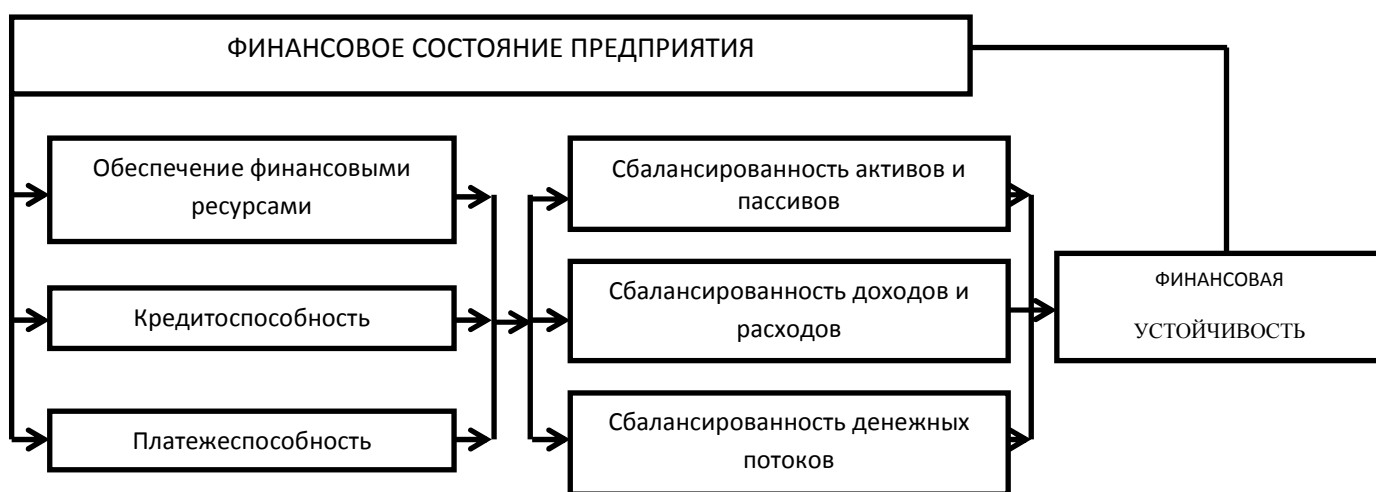


Рис. 1. – Составляющие финансовой устойчивости

Анализ финансовой устойчивости предприятия позволяет ответить на вопросы:

- насколько организация является независимой с финансовой точки зрения;
- является ли финансовое положение организации устойчивым.

Характеризуется обеспеченностью финансовыми ресурсами, необходимыми для нормального функционирования предприятия, целесообразностью их размещения и эффективностью использования, финансовыми взаимоотношениями с другими юридическими и физическими лицами, платежеспособностью и финансовой устойчивостью. Финансовое состояние может быть устойчивым, неустойчивым и кризисным. Способность предприятия своевременно производить платежи, финансировать свою деятельность на расширенной основе свидетельствует о его хорошем

финансовом состоянии. Финансовое состояние предприятия зависит от результатов его производственной, коммерческой и финансовой деятельности. Если производственный и финансовый планы успешно выполняются, то это положительно влияет на финансовое положение предприятия. И наоборот, в результате недовыполнения плана по производству и реализации продукции происходит повышение ее себестоимости, уменьшение выручки и суммы прибыли и как следствие – ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Устойчивое финансовое положение в свою очередь оказывает положительное влияние на выполнение производственных планов и обеспечение нужд производства необходимыми ресурсами. Поэтому финансовая деятельность как составная часть хозяйственной деятельности направлена на обеспечение планомерного поступления и расходования денежных ресурсов, выполнение расчетной дисциплины, достижение рациональных пропорций собственного и заемного капитала и наиболее эффективного его использования [2]. Реальные условия функционирования предприятия обуславливают необходимость проведения объективного и всестороннего финансового анализа хозяйственных операций, который позволит определить особенности его деятельности, недостатки в работе и причины их возникновения, а также на основе полученных результатов выбрать конкретные рекомендации по оптимизации деятельности.

Определение конкурентоспособности предприятия подразумевает способность осуществлять свою деятельность в условиях рыночных отношений и получать при этом прибыль, достаточную для научно-технического совершенствования производства, стимулирования работников и поддержания качества продукции на высоком уровне.

Таким образом, автором на основе анализа научной экономической литературы сделан вывод, что финансовая устойчивость определяет возможность предприятия финансировать свою деятельность, повышая при этом развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала с целью обеспечения его конкурентоспособности.

Анализируя ключевые характеристики состояния предприятия и известные подходы к оценке и повышению его конкурентоспособности, можно сформулировать основные принципы концепции обеспечения конкурентоспособности предприятий:

– задача обеспечения конкурентоспособности предприятия включает обеспечение конкурентоспособности продукции и собственно самого предприятия;

– следует выделять разные критерии конкурентоспособности предприятия в зависимости от горизонта планирования и управления на предприятии (рис. 2).

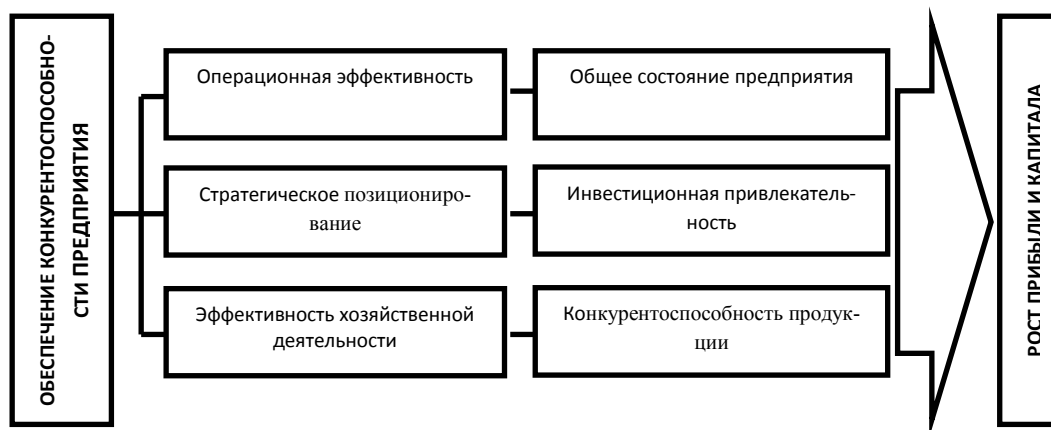


Рис. 2. – Процесс обеспечения конкурентоспособности предприятия

Таким образом, процесс обеспечения конкурентоспособности представляет собой взаимосвязь компонентов, характеризующих эффективность производственной деятельности предприятия, повышая при этом развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала.

Предложенный процесс обеспечения конкурентоспособности предприятия охватывает наиболее значимые показатели деятельности предприятия и позволяет выявить направления формирования необходимых факторов роста прибыли и капитала. Для более детального изучения причин влияющих на управление конкурентоспособностью предприятия необходим постоянный мониторинг. На рисунке 3 представлен механизм управления конкурентоспособностью предприятия.

Механизм управления представляет собой множество взаимодействующих элементов, составляющих целостное образование. Данный механизм основан на комплексном подходе со стороны субъектов управления конкурентоспособностью за счет повышения финансовой устойчивости, объединяющего технические, технологические, экономические, организационные и другие факторы, приемы и методы, рациональное использование имеющихся ресурсов предприятия.

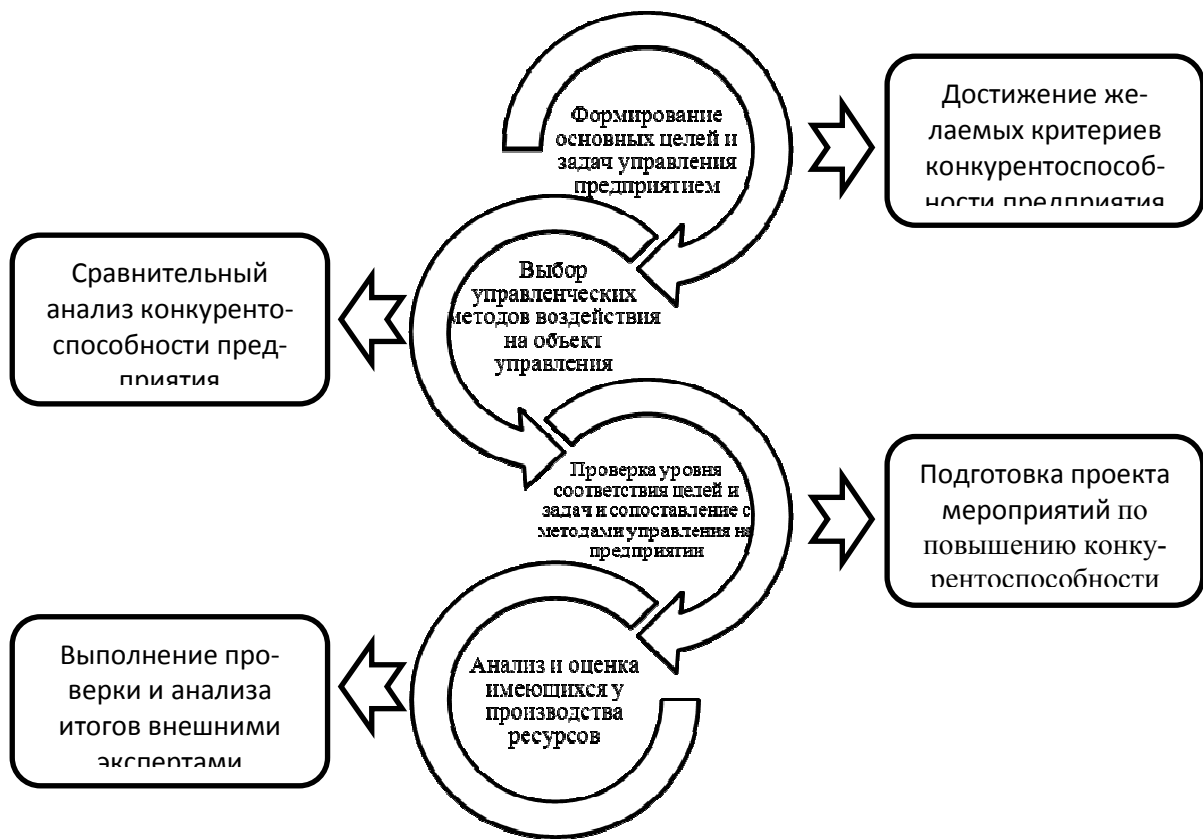


Рис. 3. – Механизм управления конкурентоспособностью предприятия

Выводы. Таким образом, авторами на основе анализа научной экономической литературы сделан вывод, что финансовая устойчивость определяет возможность предприятия финансировать свою деятельность, повышая при этом развитие предприятия на основе роста прибыли и капитала с целью обеспечения его конкурентоспособности.

Понятие «конкурентоспособность» является объектом изучения на протяжении многих лет. И до сих пор имеется ряд аспектов этой проблемы, по которым исследователи не пришли к единому мнению. Причиной этого можно назвать большое количество объектов, по отношению к которым определяется конкурентоспособность. Во многом успешность решения проблемы конкурентоспособности отечественных организаций будет зависеть от возможности ее оценки и обеспечения достаточного уровня путем формирования методологических подходов к улучшению финансового состояния предприятия, а именно повышения его финансовой устойчивости.

Список литературы: 1. Гиляровская Л.Т., Вихарева А.А. Анализ и оценка финансовой устойчивости коммерческого предприятия. СПб.: Питер, 2003. 2. Бердникова Т.Б. Анализ и диагностика финансово-хозяйственной деятельности предприятия. Учебное пособие. М: ИНФРА-М, 2006;

Надійшла до редакції .25.06.2012 р.

Н.Ю. ЄРШОВА, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХПІ», Харків

УДОСКОНАЛЕННЯ МЕТОДИЧНОГО ПІДХОДУ ДО АНАЛІЗУ ОБОРОТНИХ КОШТІВ ЯК ФАКТОРУ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглядається методичний підхід до оцінки ефективності використання оборотних коштів промислового підприємства з використанням факторного аналізу на основі діагностики відхилень елементів оборотних коштів від запланованого рівня з метою підвищення ефективності їх використання та прискорення оборотності.

Ключові слова: оборотні активи, оборотні фонди, ліквідність, платоспроможність, фактори впливу, аналіз, ефективність.

В статье рассматривается методический подход к оценки эффективности использования оборотных средств промышленного предприятия с использованием факторного анализа на основе диагностики отклонений элементов оборотных средств от запланированного уровня с целью повышения эффективности их использования и ускорения оборачиваемости.

Ключевые слова: оборотные активы, оборотные фонды, ликвидность, платежеспособность, факторы влияния, анализ, эффективность.

In article the methodical approach to an estimation of efficiency of use of circulating assets of the industrial enterprise with use of the factorial analysis on the basis of diagnostics of deviations of elements of circulating assets from the planned level for the purpose of increase of efficiency of their use and acceleration оборачиваемости is considered.

Keywords: turnaround actives, circulating capitals, liquidity, solvency, influence factors, the analysis, efficiency.

Вступ. Оборотні кошти складають значну частину матеріально-грошових активів підприємств, тому раціональне та економне їх використання має особливе значення. Будучи самостійною економічною категорією, оборотні кошти впливають на процес виробництва і реалізації продукції. Їм належить вирішальна роль в організації діяльності підприємства, в забезпеченні його фінансової стійкості і платоспроможності, прибутку і рентабельності. Для оцінки ефективності використання оборотних коштів виробничих підприємств застосовують певні показники, а для підвищення ефективності – відповідні конкретні заходи. Ефективність функціонування оборотних коштів багато в чому визначає ефективність діяльності підприємств. Складність і різноманіття завдань, пов'язаних з використанням оборотних коштів, підвищенням їх оборотності і віддачі, викликають необхідність глибоких досліджень в цій області.

Вивченню і вирішенню проблем ефективного використання оборотних коштів присвячені праці таких науковців: А. Апчерч, В.Г. Артеменко, І.Т. Балабанов, С.Б. Барнгольц, М.В. Белендир, С. Брег, М.А. Вахрушина, Л.Т. Гіляров-

ська, А. Дайле, О.В. Єфімова, М.Н. Крейніна, В.В. Ковальов, С.А. Расказова-Миколаєва, В.В. Рижова, Г.В. Савицька, А.Е. Суглобов, Р.С. Сайфулін, А.Д. Шеремет, К.В. Щиборщ та ін.

Постановка завдання. Обґрунтування методичного підходу до оцінки оборотності оборотних коштів промислового підприємства на основі факторного аналізу з урахуванням факторів впливу на середній розмір оборотних коштів.

Результати дослідження. Оборотні кошти є однією із складових частин майна підприємства. Стан та ефективність їх використання – одна з головних умов успішної діяльності підприємства. Дослідження економічної літератури дозволило встановити, що оборотні кошти – це сукупність коштів підприємства, що авансуються на створення оборотних фондів та фондів обігу для забезпечення їх безперервного кругообігу [1, 2, 3, 4]. Однією з умов безперервності виробництва є постійне поновлення його матеріальної основи – засобів виробництва. У свою чергу, це визначає безперервність руху самих засобів виробництва, який відбувається у виді їхнього кругообігу. У своєму обігу оборотні кошти послідовно приймають грошову, продуктивну і товарну форму, що відповідає їх розподілу на виробничі фонди і фонди обігу. Оборотні фонди виступають у вигляді предметів праці, фонди обігу – це кошти, вкладені в запаси готової продукції, товари відвантажені та в дорозі, а також кошти на рахунках та в касі підприємства [1]. З огляду на це розрізняють оборотні кошти у сфері виробництва та у сфері обігу, які в сукупності своїй забезпечують безперервність виробництва та реалізації продукції. Структура оборотних фондів формується під впливом низки факторів (тип виробництва, особливості продукції та технології її виготовлення, умови забезпечення підприємства матеріальними ресурсами тощо) і змінюється в часі повільно, без різких коливань [2].

У бухгалтерському та фінансовому обліку використовують поняття оборотні активи – найважливіша економічна категорія, яка відбиває вартісну оцінку обігових коштів організації, оптимальність обсягів, склад і структура яких значною мірою впливають на стійкість фінансового стану підприємства. З огляду на визначення оборотних активів в П(С)БО 2: “Оборотні активи – грошові кошти та їх еквіваленти, що не обмежені у використанні, а також інші активи, призначені для реалізації чи споживання протягом операційного циклу чи протягом дванадцяти місяців з дати балансу”, можна зробити висновок про наявність великої кількості проблем лише у визначенні поняття “оборотні активи”.

ви” [3]. Оборотні активи є однією з головних складових ресурсного потенціалу підприємства в цілому.

Засоби, вкладені в оборотні активи, повинні компенсуватися за один оборот, тобто за короткий період часу, що в середньому відповідає періоду перетворення грошей в гроші. В процесі аналізу оборотних активів важливо встановити, наскільки оптимальний їх об'єм і структура формування.

Метою аналізу оборотних коштів є визначення їх об'єму і структури, а також джерел їх покриття і співвідношення між ними, достатнього для забезпечення довгострокової виробничої і ефективної фінансової діяльності підприємства. Важливість теми підтверджується статистичними даними щодо складу та динаміки на підприємствах України (таблиця, рисунок).

Аналіз складу та динаміки оборотних активів підприємств довів, що їх стан з кожним роком погіршується (зростає дебіторська заборгованість, зменшуються грошові кошти і т.д.). Саме тому, пріоритетним напрямком є формування ефективної системи управління оборотними коштами на підприємстві, яка базується на спостереженні та постійному контролі за фактичним рівнем оборотних коштів; діагностики відхилень елементів оборотних коштів від запланованого рівня; виявленні внутрішньовиробничих і внутрішньогосподарських резервів підвищення ефективності використання оборотних коштів; розрахунку і врахуванні нормативів оборотних коштів (виробничих, збутових та грошових ресурсів). Низка питань, пов'язаних з вирішенням завдань управління оборотними коштами, диктує необхідність побудови цілісної концепції щодо управління рухом оборотних коштів, яка дасть можливість на підставі суб'єктивної інформації приймати оптимальні рішення, що сприяють підвищенню ефективності діяльності підприємства.

Ціллю управління оборотними коштами є пошук компромісу між ризиком втрати ліквідності і ефективністю роботи. Це ставить перед підприємством необхідність рішення двох важливих завдань: забезпечення платоспроможності та забезпечення прийнятного об'єму, структури і рентабельності активів.

Основною метою системи управління оборотними коштами є підвищення ефективності їх використання та прискорення оборотності, тому в процесі аналізу формування і використання оборотних коштів слідую розрахувати швидкості обороту оборотних активів; оцінити ефективність використання обігових коштів.

Показники оборотності оборотних коштів або активів у вигляді коефіцієнтів відбивають кількість оборотів, здійснених коштами або активами, а також у вигляді – відбивають середню тривалість їх одного обороту. Швидкість обороту оборотних коштів впливає на тривалість виробничо-фінансового циклу – періоду повного оберту усієї суми оборотних коштів, в процесі, якого відбувається зміна їх матеріально-речової форми.

Таблиця. Стан та динаміка оборотних активів підприємств України за видами економічної діяльності

Показники	Оборотні активи					
	На 1 січня 2008		На 1 січня 2009		На 1 січня 2010	
	млн.грн	%	млн.грн	%	млн.грн	%
Усього активи	2441101,9	100	3169685,3	100	2559272,8	100
У тому числі оборотні активи	1178129,5	48,26	1573587,9	49,64	1240134,7	48,46
у тому числі						
сільське господарство, лісове господарство	45772,1	3,89	70958,7	4,51	1712,8	0,14
промисловість	355036,7	30,14	470289,9	29,89	497061,3	40,08
будівництво	63072,2	5,35	79430,6	5,05	55933,1	4,57
торгівля; ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	422061,7	35,82	524386,6	33,32	397989,7	32,09
діяльність готелів та ресторанів	4377,7	0,37	4711,1	0,34	4122,6	0,33
діяльність транспорту та зв'язку	54635,8	4,64	67065,8	4,26	59192,0	4,77
фінансова діяльність	86605,3	7,38	115502,1	7,34	66928,4	5,4
операції з нерухомим майном, оренда, інжиніринг та надання послуг підприємцям	139116,9	11,84	231911,2	14,74	149681,0	12,07
інші оборотні активи	6401,7	0,57	8577,3	0,55	6881,0	0,55

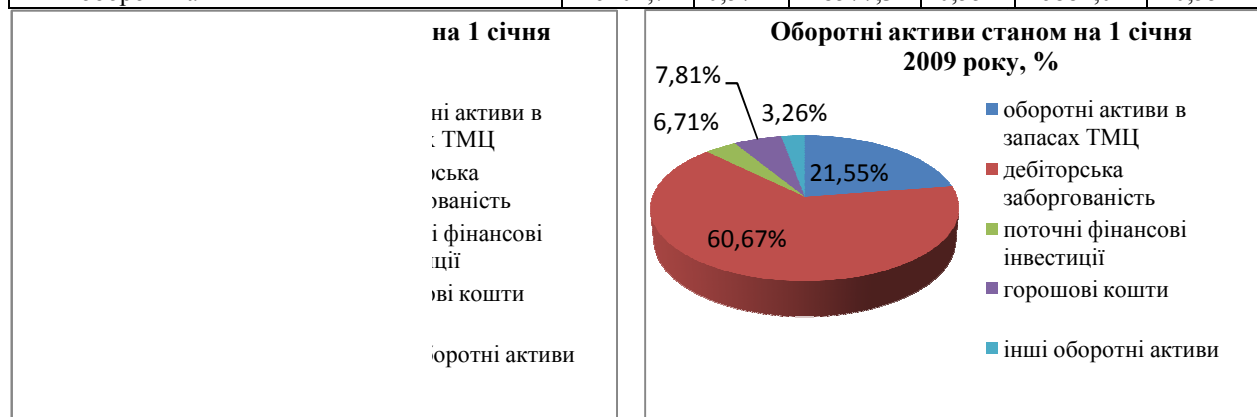


Рис.. – Склад та динаміка оборотних активів підприємств України

В даний час показнику, який дорівнює відношенню річного обсягу реалізованої продукції до середньорічного залишку оборотних коштів, надається значення кількості обертів оборотних коштів. Розрахунок коефіцієнта оборотності у такому вигляді методично є недостатньо виправданим. Обсяг реалізованої продукції представлений результатом функціонування тільки оборотних коштів. Поза увагою залишилася та обставина, що оборотні кошти призначені для фінансування матеріальних витрат, витрат на оплату праці, на інші витрати і повністю відшкодовуються.

Показники оборотності оборотних коштів доцільно використовувати для оцінки рівня ефективності використання ресурсів підприємства в якості результативного показника з виділенням факторів першого і подальших порядків, які впливають на їх рівень. Тривалість обороту оборотних коштів залежить від їх середнього розміру і виручки від реалізації. Тому, загальна зміна швидкості обороту складатиметься з двох складових: середньорічний розмір оборотних активів ($O_{\text{акт.ср}}$) – чинник першого порядку і виручка від продажів ($Q_{\text{рп}}$) – чинник другого порядку. Початкова факторна система має наступний вигляд:

$$B = \frac{T \times O_{\text{акт.ср}}}{Q_{\text{рп}}}, \quad (1)$$

де T – кількість днів в аналізованому періоді (360).

$$O_{\text{акт.ср}} = (O_{\text{акт.н}} + O_{\text{акт.к}}) / 2, \quad (2)$$

де $O_{\text{акт.н}}$ – оборотні активи на початок року;

$O_{\text{акт.к}}$ – оборотні активи на кінець року.

Сукупний вплив двох чинників на зміну результативного показника має наступний вигляд:

$$\Delta B = \Delta B(O_{\text{акт.ср}}) + \Delta B(Q_{\text{рп}}), \quad (3)$$

Зміна тривалості обороту оборотних коштів за рахунок зміни їх середнього розміру розраховується наступним чином:

$$\Delta B(O_{\text{акт.ср}}) = \frac{T \times O_{\text{акт.ср.1}}}{Q_{\text{рп0}}} - \frac{T \times O_{\text{акт.ср.0}}}{Q_{\text{рп0}}}, \quad (4)$$

Вплив чинника другого порядку на зміну результативного показника виражається як:

$$\Delta B (Q_{pn}) = \frac{T \times O_{акт.ср.1}}{Q_{pn1}} - \frac{T \times O_{акт.ср.1}}{Q_{pn0}}, \quad (5)$$

Середня величина обігових коштів є алгебраїчною сумою середніх величин матеріальних оборотних запасів, дебіторської заборгованості, короткострокових фінансових вкладень і грошових коштів; а виручка нетто – це сума собівартості, витрат на збут, адміністративних витрат і результату від продажів. Тому на наступному етапі факторного аналізу оборотності оборотних коштів пропонуємо кількісно виміряти вплив вищеназваних чинників на зміну результативного показника.

Зміна тривалості обороту оборотних коштів підприємства за рахунок:

1. Матеріальних оборотних активів, O_M :

$$\Delta B (O_M) = \Delta B (O_{акт.ср.}) \times \frac{\Delta O_M}{\Delta O_{акт.ср.}}, \quad (6)$$

2. Дебіторської заборгованості, ДЗ:

$$\Delta B (ДЗ) = \Delta B (O_{акт.ср.}) \times \frac{\Delta ДЗ}{\Delta O_{акт.ср.}}, \quad (7)$$

3. Короткострокових фінансових вкладень, КФВ:

$$\Delta B (КФВ) = \Delta B (O_{акт.ср.}) \times \frac{\Delta КФВ}{\Delta O_{акт.ср.}}, \quad (8)$$

4. Грошових коштів, Г:

$$\Delta B (Г) = \Delta B (O_{акт.ср.}) \times \frac{\Delta Г}{\Delta O_{акт.ср.}}, \quad (9)$$

Перевіркою є баланс відхилень, який має наступний вигляд:

$$\Delta B (O_{акт.ср.}) = \Delta B (O_M) + \Delta B (ДЗ) + \Delta B (КФВ) + \Delta B (Г), \quad (10)$$

Зміна тривалості обороту оборотних коштів підприємства за рахунок:

1. Собівартості, С:

$$\Delta B (C) = \Delta B (Q_{pn}) \times \frac{\Delta C}{\Delta Q_{pn}}, \quad (11)$$

2. Витрат на збут, ВЗ:

$$\Delta B(BЗ) = \Delta B(Q_{pn}) \times \frac{\Delta BЗ}{\Delta Q_{pn}}, \quad (12)$$

3. Адміністративних витрат, АВ:

$$\Delta B(AB) = \Delta B(Q_{pn}) \times \frac{\Delta AB}{\Delta Q_{pn}}, \quad (13)$$

4. Результату від продажів, РП:

$$\Delta B(РП) = \Delta B(Q_{pn}) \times \frac{\Delta РП}{\Delta Q_{pn}}, \quad (14)$$

В даному випадку баланс відхилень має наступний вигляд:

$$\Delta B(Q_{pn}) = \Delta B(C) + \Delta B(KB) + \Delta B(AB) + \Delta B(РП), \quad (15)$$

Проведемо розрахунок показників оборотності оборотних коштів та їх елементів на прикладі ДП «ХМЗ «ФЕД». Поклавши в основу розрахунку показників оборотності вищевикладений принцип, пропонується визначити показники оборотності окремих частин оборотних коштів.

Загальна зміна швидкості обороту:

$$B_{2009} = 360 \times 63632 / 253604 = 90,33 \text{ дн};$$

$$B_{2010} = 360 \times 86364,5 / 254533 = 122,15 \text{ дн}.$$

Середньорічні вартість оборотних активів:

$$O_{\text{акт.ср } 2009} = (41007 + 86257) / 2 = 63632 \text{ тис. грн};$$

$$O_{\text{акт.ср } 2010} = (86257 + 86472) / 2 = 86364,5 \text{ тис. грн}.$$

Сукупний вплив факторів першого рівня:

$$\Delta B_{2009} = 178,79 + (-218,38) = -39,59 \text{ дн};$$

$$\Delta B_{2010} = 0,31 - 0,45 = -0,14 \text{ дн}.$$

Зміна тривалості обороту оборотних коштів за рахунок зміни їх середнього розміру:

$$\Delta B(O_{\text{акт.ср } 2009}) = 360 \times 86257 / 91112 - 360 \times 41007 / 91112 = 178,79 \text{ дн};$$

$$\Delta B(O_{\text{акт.ср } 2010}) = 360 \times 86472 / 253604 - 360 \times 86257 / 253604 = 0,31 \text{ дн}.$$

Вплив чинника другого порядку на зміну результативного показника:

$$\Delta B(Q_{pn.2009}) = 360 \times 86257 / 253604 - 360 \times 86257 / 91112 = -218,38 \text{ дн};$$

$$\Delta B(Q_{\text{акт. ср. 2010}}) = 360 \times 86472/254533 - 360 \times 86472/253604 = -0,45 \text{ дн.}$$

Зміна тривалості обороту оборотних коштів підприємства за рахунок:

1. Матеріальних оборотних активів, O_M :

$$\Delta B(O_{M2009}) = 178,79 \times 16627/45250 = 65,70 \text{ дн.};$$

$$\Delta B(O_{M2010}) = 0,31 \times 7195/215 = 10,37 \text{ дн.}$$

2. Дебіторської заборгованості, ДЗ:

$$\Delta B(ДЗ_{2009}) = 178,79 \times 16990/45250 = 67,13 \text{ дн.};$$

$$\Delta B(ДЗ_{2010}) = 0,31 \times 3848/215 = 5,55 \text{ дн.}$$

3. Короткострокових фінансових вкладень, КФВ:

$$\Delta B(КФВ_{2009}) = 0;$$

$$\Delta B(КФВ_{2010}) = 0.$$

4. Грошових коштів, Г:

$$\Delta B(Г_{2009}) = 178,79 \times 11633/45250 = 45,96 \text{ дн.};$$

$$\Delta B(Г_{2010}) = 0,31 \times (-10828/215) = -15,61 \text{ дн.}$$

Баланс відхилень:

$$\Delta B(O_{\text{акт. ср. 2009}}) = 65,70 + 67,13 + 45,96 = 178,79 \text{ дн.};$$

$$\Delta B(O_{\text{акт. ср. 2010}}) = 10,37 + 5,55 - 15,61 = 0,31 \text{ дн.}$$

Зміна тривалості обороту оборотних коштів підприємства за рахунок:

1. Собівартості, С:

$$\Delta B(C_{2009}) = -218,38 \times 119954/162492 = -161,21 \text{ дн.};$$

$$\Delta B(C_{2010}) = -0,45 \times 7586/929 = -3,67 \text{ дн.}$$

2. Витрат на збут, ВЗ:

$$\Delta B(КВ_{2009}) = -218,38 \times 17046,84/162492 = -22,91 \text{ дн.};$$

$$\Delta B(КВ_{2010}) = -0,45 \times (-4273,40/929) = 2,07 \text{ дн.}$$

3. Адміністративних витрат, АВ:

$$\Delta B(АВ_{2009}) = -218,38 \times 3362/162492 = -4,52 \text{ дн.};$$

$$\Delta B(АВ_{2010}) = -0,45 \times 4573/929 = -2,22 \text{ дн.}$$

4. Результату від продажів, РП:

$$\Delta B(РП_{2009}) = -218,38 \times 22127/162492 = -29,74 \text{ дн.};$$

$$\Delta B(РП_{2010}) = -0,45 \times (-6956/929) = 3,37 \text{ дн.}$$

Баланс відхилень:

$$\Delta B(Q_{pn 2009}) = -161,21 - 22,91 - 4,52 - 29,74 = -218,38 \text{ дн.};$$

$$\Delta B(Q_{pn 2010}) = -3,67 + 2,07 - 2,22 + 3,37 = -0,45 \text{ дн.}$$

В цілому зміна оборотних активів негативно вплинула на оборотність оборотних активів і на період їх обороту, що в основному викликане збільшенням загальної маси оборотних активів і зокрема нераціональною господарською стратегією в частині закупівлі матеріалів і збуту готової продукції. Для збільшення оборотності підприємству треба тримати оборотні активи у більш ліквідній формі і не допускати зростання і великих перепадів дебіторської заборгованості і готової продукції на складі, тобто переглянути маркетингову політику по збуту продукції. Зменшення матеріальних запасів позитивно вплинуло на оборотність, Це говорить про те, що підприємство раціонально використовує ресурси. Зменшення середньої дебіторської заборгованості говорить про підвищення ліквідності обігових коштів, поверненні засобів в оборот і поверненні боргів. Але також може означати і падіння збуту продукції(якщо не було продажів продукції не в кредит) і відповідно навпаки. Зміна грошових коштів позитивно вплинула на оборотність із-за їх невеликої питомої ваги в оборотних активах. За допомогою факторного аналізу показників оборотності обігових коштів встановлено, що надалі для підвищення оборотності обігових коштів промислового підприємству ДП «ХМЗ «ФЕД» необхідно ефективніше використати обігові кошти та змінити величину товарообігу і його структуру, використовувати прогресивні способи реалізації продукції та ін. Підприємству рекомендується знизити запаси матеріалів до оптимального рівня, збільшити ліквідність оборотних активів(зниженням долі матеріалів і збільшенням грошових коштів) і не допускати зростання і великих перепадів дебіторської заборгованості та готової продукції на складі, тобто переглянути маркетингову політику по збуту продукції.

Висновок. Основною метою системи управління оборотними коштами є підвищення ефективності їх використання та прискорення оборотності. На основі ретельного аналізу ефективності оборотних активів повинна будуватися фінансова політика управління оборотним капіталом підприємства, реалізація, якої повинна забезпечити компроміс між ризиком втрати ліквідності і ефективністю господарської діяльності. Факторний аналіз оборотності дає можливість визначити, за рахунок яких елементів оборотних активів досліджуване підприємство може підвищити ефективність їх використання.

У нинішній час в процесі аналізу показників ефективності використання оборотних активів підприємства важливим є визначення, за рахунок яких фак-

торів сформувався той чи інший показник. Закономірним є наявність різноманітних шляхів прискорення оборотності оборотних засобів, які залежать від рівня організації виробництва на підприємстві. Вважаємо за доцільне шукати такі шляхи на кожній із стадій кругообігу оборотних активів.

Список літератури: 1. *Шеремет А.Д.* Финансовый анализ / А.Д. Шеремета, Р.С.Сейфулина, Е.В.Негашева. – М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2002. – 479 с. 2. *Шиян Д.В.* Фінансовий аналіз / Д.В. Шиян, Н.І. Строченко : Навч. посібник. – К.: Видавництво А.С.К., 2003. – 240с. 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 2 «Баланс», затверджене Наказом Міністерства фінансів України від 31 березня 1999 р. №87. 4. Финансовое положение предприятия: оценка, анализ, планирование / под ред. А.В. Черчесл. – Сумы:СНУ, 2006. – 333 с. 5. *С. Хадсон-Уилсон* Количественные методы финансового анализа / С. Хадсон-Уилсон, пер. с англ А.М. Лактинова. М.: ИНФРА-М, 2002. 6. Анализ эффективности использования оборотных средств // Бухгалтерский учет №10, 2006.

Надійшла до редакції .15.06.2012 р.

УДК 330.46:336.7

Г.В. ЗАГРАЙ, аспірант, КПУ, Запоріжжя

КОНЦЕПЦІЯ МОДЕЛЮВАННЯ УПРАВЛІННЯ ЖИТТЄЗДАТНІСТЮ КОМЕРЦІЙНОГО БАНКУ В УМОВАХ ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

Досліджується діяльність комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки та структура життєдіяльності банківської організації. Пропонується концепція моделювання управління життєздатністю комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки.

Исследуется деятельность коммерческого банка в условиях постиндустриальной экономики и структура жизнедеятельности банковской организации. Предлагается концепция моделирования управления жизнеспособностью коммерческого банка в условиях постиндустриальной экономики.

Activity of commercial bank in the conditions of postindustrial economy and structure of vital functions of bank organization are probed. Conception of modeling of management of commercial bank viability in the conditions of postindustrial economy is offered.

Вступ. Для забезпечення своєї життєздатності будь-який економічний агент повинен враховувати в процесі своєї діяльності зміни, що відбуваються в навколишньому середовищі та особливості їх прояву на його діяльність: позитивні та негативні, можливості та загрози, шляхи адаптації до нових умов існування.

Глибокі зрушення в суспільно-економічному розвитку характеризують реалії сучасної епохи. Перехід до постіндустріального суспільства визначається як незрівнянно глибокий і масштабний процес, який характеризує перехід усієї людської цивілізації до якісно нового стану [1].

Діяльність комерційного банку безперервно еволюціонує, підлаштовуючись під вимоги оточуючого середовища. Всі об'єкти, явища і процеси у світі взаємопов'язані і впливають один на одного, вивчаючи окремий об'єкт, необхідно враховувати вплив середовища на цей об'єкт і його вплив на навколишнє середовище. Вивчення поведінки будь-якої керованої системи має здійснюватися з урахуванням її зв'язків із зовнішнім середовищем.

Можливості управління комерційним банком обмежуються безліччю правил, умов і законів, які впливають на процес прийняття рішення. Керуюча підсистема банку зобов'язана враховувати зовнішні умови, тобто проявляти властивість адаптивності.

Система адаптивна, якщо при зміні стану навколишнього середовища або внутрішнього стану, вона реагує, змінюючи власний стан або стан зовнішнього середовища таким чином, щоб збільшити ефективність своєї діяльності. Бажин І.І. в роботі [2] формулює чотири типи адаптації:

1. Адаптація один до одного елементів зовнішнього середовища;
2. Адаптація системи до зовнішнього середовища;
3. Адаптація зовнішнього середовища до системи;
4. Адаптація системи до самої себе.

У практиці комерційного банку найчастіше використовується адаптація другого типу – відгук системи на зовнішній вплив. Виходячи з цього, випливає, що в основному різноманітність керуючих впливів, які використовуються, обмежується саме об'єктивним впливом елементів зовнішнього середовища. Отже, однією з ключових задач адаптації комерційного банку є вивчення змін, що відбулися в економічному середовищі та аналіз їх впливу на його діяльність.

Для забезпечення життєздатності комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки в статті запропонована наступна концепція моделювання управління комерційним банком в умовах постіндустріальної економіки (рис. 1).

Концепція об'єднує дослідження особливостей постіндустріальної економіки та основних напрямів забезпечення життєздатності комерційного банку.

На першому етапі концепції було проведено аналіз діяльності комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки. Для визначення особливостей постіндустріальної економіки проведено огляд робіт українських та російських науковців, думки яких з приводу цього можна вважати найбільш відпові-

дними реаліям процесу переходу до постіндустріального суспільства країн СНД.

Український академік Чухно А. А. [1] виділяє чотири основні відмінності інформаційної постіндустріальної економіки від індустріальної:

1. «Перехід від індустріального до постіндустріального суспільства – це всесвітньо-історичний стрибок від домінування матеріального виробництва до нематеріального, до сфери послуг, яка стає пріоритетною» [1, с. 33].

2. «У новому суспільстві на перше місце виходить якісно новий виробничий ресурс – інформація і знання» [1, с. 354].

3. «Підриг ринкових відносин, насамперед їх основного закону – закону вартості, еквівалентних відносин» [1, с. 354].

4. Перехід від праці, що базується на матеріальному інтересі, до творчої праці як внутрішньої потреби.

Також необхідно врахувати особливості, які притаманні сучасним економічним відносинам:

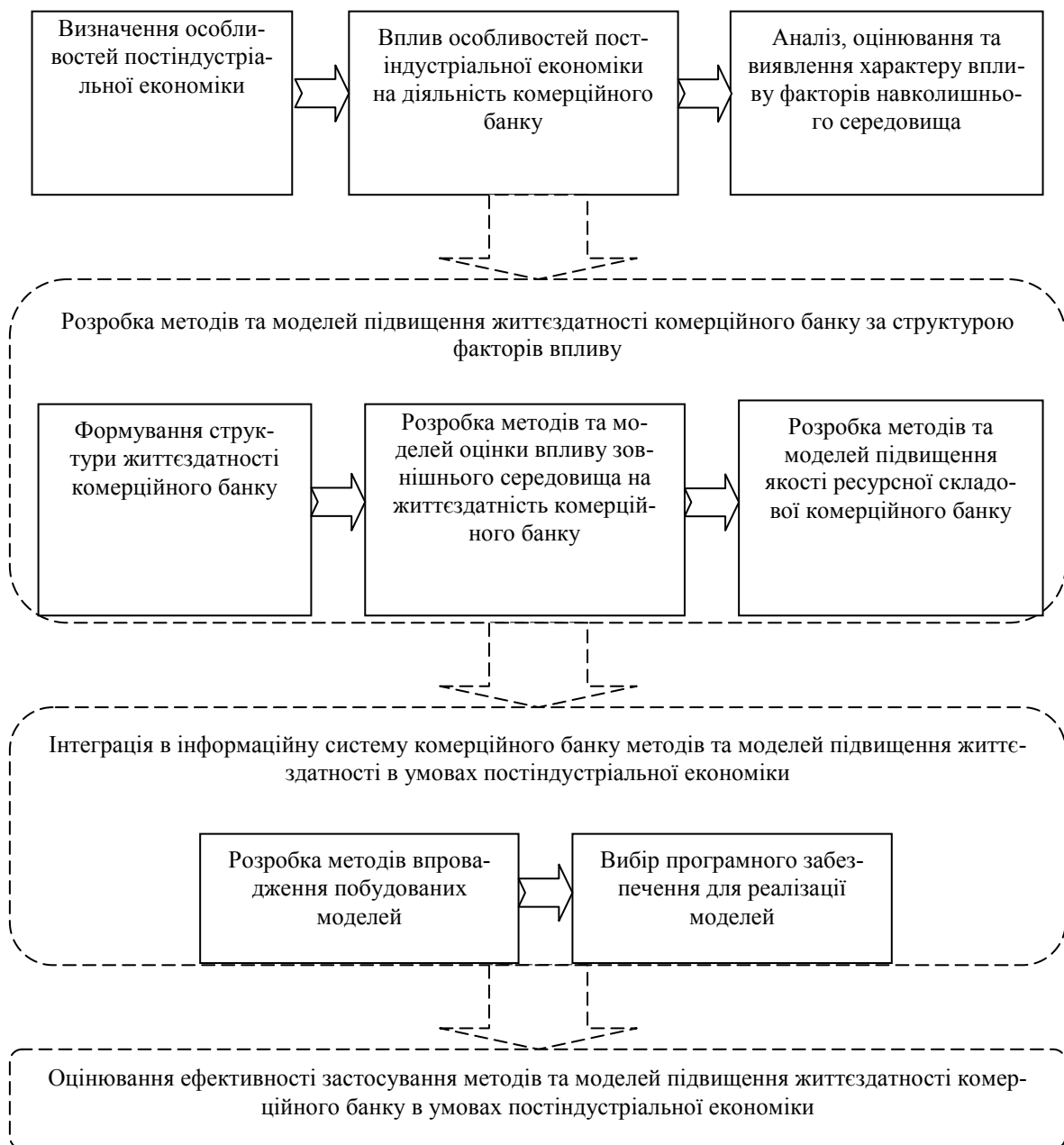
- нестабільність зовнішнього середовища – активізація економічних процесів;
- підвищення значення інформаційної взаємодії над взаємодією реальною.

В своїх роботах [4; 5] російські вчені О. М. Антіпіна та В. Л. Іноземцев проводять аналіз процесу переходу до постіндустріальної економіки та функціонування соціальних і економічних об'єктів в нових умовах. Серед відмінних рис постіндустріальної економіки було виділено:

- швидкий науково-технічний прогрес;
- радикальні зміни структури загального багатства і зайнятості;
- задоволення основних потреб більшості жителів розвинених країн Заходу завдяки досягнутому виробничому потенціалу;
- витіснення творчістю традиційних форм праці;
- затвердження постеконімічної системи цінностей (самовдосконалення людини).

В своїх роботах [4; 5] російські вчені О. М. Антіпіна та В. Л. Іноземцев проводять аналіз процесу переходу до постіндустріальної економіки та функціонування соціальних і економічних об'єктів в нових умовах. Серед відмінних рис постіндустріальної економіки було виділено:

- швидкий науково-технічний прогрес;
- радикальні зміни структури загального багатства і зайнятості;
- задоволення основних потреб більшості жителів розвинених країн Заходу завдяки досягнутому виробничому потенціалу;
- витіснення творчістю традиційних форм праці;
- затвердження постекономічної системи цінностей (самовдосконалення людини).



Рис

. 1 – Концепція моделювання управління життєздатністю комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки

О. М. Антіпіною та В. Л. Іноземцевим також сформовані негативні та потенційно небезпечні тенденції, які виявляють себе в процесі переходу від індустріальної до постіндустріальної економіки:

- незліченність за допомогою вартісних показників цінності вироблених благ як на макро-, так і на макрорівні, що в свою чергу призводить до величезної невідповідності між балансовою та ринковою вартістю корпорацій;
- динаміка фондових індексів відбувається незалежно від реальних змін у виробництві, через що сучасний фондовий ринок не відображає закономірностей реального виробництва, але при цьому все ще керується змінами традиційних економічних індикаторів;
- зміна характеру приватних заощаджень через активний розвиток наукоємних і високотехнологічних галузей як в промисловості, так і в сфері послуг, поступово веде до накопичення ресурсів в самих людях і їх здібностях і саме це забезпечує господарське зростання постіндустріальних країн.

Результатом виконання першого етапу концепції є розроблена автором таблиця впливу особливостей постіндустріальної економіки на діяльність комерційного банку, сформована на основі характеристик постіндустріальної економіки, які було представлено в роботах [1; 4; 5].

Таблиця – Вплив особливостей постіндустріальної економіки на діяльність комерційного банку

Особливості та відмінності постіндустріальної економіки	Вплив на комерційний банк
1	2
1. Зміна структури загального багатства і зайнятості, домінування нематеріального виробництва над матеріальним, сфера послуг стає пріоритетною	основним видом банківської діяльності є надання послуг, підвищення якості послуг стає необхідною умовою для забезпечення конкурентоспроможності; банк здійснює фінансову взаємодію з виробниками, основні характеристики яких змінюються (зменшення або відсутність основних фондів, які грають роль гарантування кредитів).
2. На перше місце виходить якісно новий виробничий ресурс – інформація і знання	в процесі своєї діяльності банки створюють продукти знання (інтелектуальної власності) та накопичують інформацію, використання якої забезпечує підвищення ефективності діяльності; з'являється проблема захисту інтелектуального капіталу.

Продовження таблиці

1	2
3. Підрив закону вартості та еквівалентних відносин, неадекватність традиційних економічних індикаторів	необхідність врахування в процесі встановлення цін на послуги не лише витрат на «виробництво», але й корисності «товару»; врахування нової категорії в ціноутворенні – «вартість створена знаннями». підвищення ризику участі на фондовому ринку придбання цінних паперів через відсутність адекватних індикаторів, які б враховували сучасні спекулятивні стимули росту.
4. Перехід до творчої праці як внутрішньої потреби до самовдосконалення	врахування та використання творчого потенціалу персоналу під час формування кадрової політики (формування дієвого мотиваційного механізму).
5. Нестабільність зовнішнього середовища – активізація економічних процесів	обов'язковою умовою для існування стає наявність гнучкої системи оперативного реагування на зміни зовнішнього середовища, обробки отриманої інформації, генерації управлінського рішення, впровадження прийнятого рішення та системи контролю за процесом його виконання.
6. Активний науково-технічний прогрес як в промисловості, так і в сфері послуг	накопичення ресурсів в самих людях і їх здібностях ускладнює процес оцінки кредитоспроможності та надійності позичальника; швидке моральне зношення основних фондів сучасного комерційного банку (комп'ютерна техніка та інформаційні системи).
7. Підвищення значення інформаційної взаємодії над взаємодією реальною	врахування особливостей інформаційної взаємодії (інформаційна конкуренція), ефективне використання її переваг (інформаційна відкритість) та уникнення або мінімізація негативних проявів (інформаційна асиметрія).

На наступному етапі концепції спочатку необхідно сформулювати структуру життєздатності комерційного банку. За основу автором береться схема оцінювання життєздатності соціально-економічної системи (рис. 2.) Сергєєвої Л. Н. з роботи [6, с. 14].

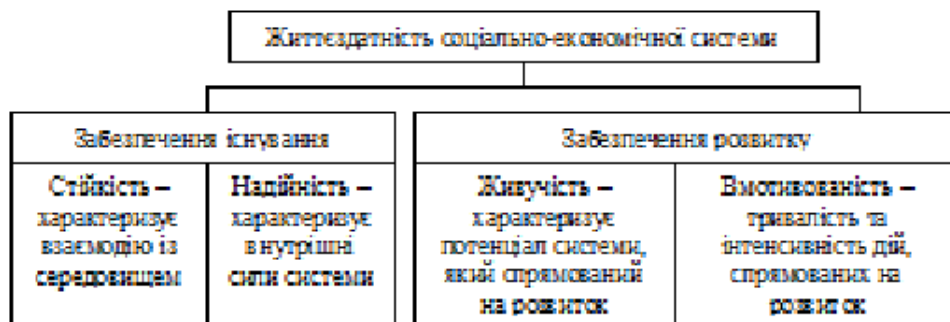


Рис. 2 – Схема оцінювання життєздатності соціально-економічної системи

Оскільки банк є окремим випадком соціально-економічної системи, дана структура життєздатності може бути використана в дослідженні життєздатності комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки.

Виходячи з того, що в процесі діяльності банк знаходиться під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, визначимо, як впливає постіндустріальна економіка на взаємодію банку із зовнішнім середовищем та на ефективність використання його ресурсної складової, що позначається на напрямках забезпечення життєздатності банку.

Вплив зовнішніх факторів можна відобразити, використовуючи теоретико-множинний підхід. Визначимо множину можливих реакцій комерційного банку на дію навколишнього середовища як множину V , яка обмежується прямим і непрямим впливом окремих груп її елементів: G – державний вплив, C – вплив конкурентів, U – вплив клієнтів. На рис. 3 зображено відношення множин G , C , U та V .

В процесі дослідження факторів впливу зовнішнього середовища було виділено наступні напрями взаємодії та проблеми, що виникають:

- Вплив інтенсивності законотворчої діяльності (держава $\rightarrow$ банк);
- Інформаційна асиметрія (клієнт $\rightarrow$ банк);
- Інформаційна відкритість (клієнт, конкурент $\leftarrow$ банк).

Для вивчення впливу законотворчої діяльності на комерційний банк, проведено аналіз залежності показників ефективності банківської діяльності (рентабельності капіталу та рентабельності активів) та рівня регулятивного впливу з боку держави. Кількісне оцінювання зв'язку між показниками проведено за допомогою статистичних методів (кореляційний аналіз). Також в дослідженні [7] використано синергетичний підхід (оптимальне співвідношення детермінації та ентропії в структурі системи), для визначення ефективності державного регулювання та сформульовано припущення існування рівноважного значення регулятивного впливу держави та ефективності діяльності комерційного банку.

Під час дослідження проблеми асиметрії інформації в процесі здійснення комерційним банком кредитної діяльності використано методи підвищення якості об'єктивного оцінювання кредитоспроможності позичальників, зокрема скорингове моделювання на основі даних анкет. Також, з метою визначення принципів побудови бази питань та зважування груп питань, що формують ін-

тегральну оцінку кредитоспроможності позичальника, запропоновано використання принципів рефлексивного та когнітивного моделювання [8].

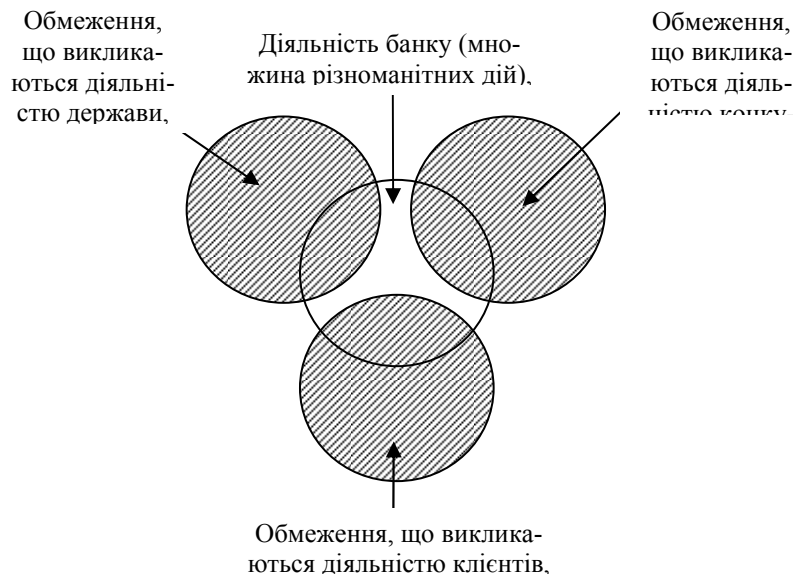


Рис. 3 – Обмежуючий вплив множин G , C , U на множину різноманітних дій банку

Вирішення питання інформаційної відкритості банківських структур сприяє підвищенню статусу комерційного банку, що в свою чергу викликає ріст рівня довіри суспільства. Об'єктом дослідження [9] виступають якість та обсяг інформаційного представлення діяльності комерційних банків банківської системи України та вплив інформаційної відкритості банку на показники ефективності його діяльності. Структура факторів впливу інтегрального показника інформаційної відкритості комерційного банку будується на основі принципу «золотого перетину».

Щодо ресурсної складової, виділено два ключові внутрішні фактори, які визначають рівень надійності комерційного банку та забезпечують потенціал розвитку:

- Грошовий капітал;
- Інтелектуальний капітал (людський капітал та інформаційні системи).

Основним ресурсом банківської діяльності (потенціалом розвитку) виступає грошовий капітал, від ефективності використання якого залежить живучість комерційного банку. Для моделювання довгострокового економічного зростання комерційного банку та визначення його стійкого значення капіталоозброєно-

сті, в роботі [10] використано модель економічного зростання Солоу та побудовано виробничу функцію банківської діяльності, аналогічну до виробничої функції Кобба-Дугласа.

В структурі інтелектуального капіталу комерційного банку виділено людський капітал та інформаційні системи. Враховуючи особливості постіндустріальної економіки, актуальним стає питання формування дієвого мотиваційного механізму під час формування кадрової політики, для забезпечення можливості реалізації творчого потенціалу персоналу та внутрішньої потреби до самовдосконалення. Пріоритетною складовою основного капіталу сучасного банку є інформаційні системи, які забезпечують функціонування всіх його підрозділів. Крім того, інформаційні системи втілюють в собі всі ознаки основного капіталу, а саме: поступове перенесення вартості нематеріального активу на собівартість послуг, можливість модернізації та покращення властивостей базової системи з метою подовження строку корисного використання та збільшення очікуваної вигоди в умовах пріоритетності морального старіння над фізичним.

На основі схеми оцінювання життєздатності соціально-економічної системи, враховуючи вплив зовнішніх та внутрішніх факторів в умовах постіндустріальної економіки, побудовано структурну модель життєздатності комерційного банку (рис. 4).

В роботі представлена та обґрунтована концепція моделювання управління життєздатністю комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки. Побудована структурна модель життєздатності комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки, в якій враховуються вплив зовнішніх та внутрішніх факторів банківської діяльності. Запропоновані напрями вирішення проблем, викликаних особливостями постіндустріальної економіки.

Сьогодні, коли постіндустріальна економіка існує реально, її особливості визначають умови функціонування всіх економічних агентів. Ігнорування цього стану речей може призвести до неможливості адекватного реагування на навколишнє середовище та загрожувати подальшому ефективному функціонуванню економічних систем.



Рис. 4 – Структурна модель життєздатності комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки

Висновки. В роботі представлена та обґрунтована концепція моделювання управління життєздатністю комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки. Побудована структурна модель життєздатності комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки, в якій враховуються вплив зовнішніх та внутрішніх факторів банківської діяльності. Запропоновані напрями вирішення проблем, викликаних особливостями постіндустріальної економіки.

Сьогодні, коли постіндустріальна економіка існує реально, її особливості визначають умови функціонування всіх економічних агентів. Ігнорування цього стану речей може призвести до неможливості адекватного реагування на навколишнє середовище та загрожувати подальшому ефективному функціонуванню економічних систем.

Список літератури: 1. Чухно А. А. Твори : у 3 т. / А. А. Чухно ; НАН України, Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка, Науково-дослідний фінансовий ін-т при Міністерстві фінансів України. – К., 2006. – Т. 2 : Інформаційна постіндустріальна економіка: теорія і практика. – 512 с. 2. Бажин И. И. Управление различиями. – Харьков: Консум, 2004. 392с. 3. Сергеева Л. Н. Нелинейная экономика: модели и методы. – Запорожье: Полиграф, 2003. – 218с. 4. Антипина О. Н., Иноземцев В. Л. Постэкономическая революция и глобальные проблемы // Общественные науки и современность. 1998. № 4. С. 162-173. 5. Антипина О. Н., Иноземцев В. Л. Диалектика стоимости в постиндустриальном обществе. Статья вторая. Абстрактный труд и издержки: деструкция стоимости со сторо-

ны производства. // Международная экономика и международные отношения. 1998. – № 6. – С.48-59. 6. *Сергеева Л. Н.* Моделирование управления життєздатністю комерційного банку: монографія. – Запоріжжя : КПУ, 2011. – 360с. 7. *Андрущенко Г. В.* Аналіз законотворчої діяльності Національного банку України і її впливу на ефективність діяльності комерційних банків // Економіка: проблеми теорії та практики: Збірник наукових праць.– Випуск 253: В 7 т. – Т.IV. Дніпропетровськ: ДНУ, 2009. – С. 877-886. 8. *Заграй Г. В.* Використання скорингового моделювання банківської діяльності в умовах асиметрії інформації // Теорії мікро-макроекономіки: Збірник наукових праць. – Випуск 36. Київ: АМУ, 2011. – С. 227-235. 9. *Сергеева Л. Н., Андрущенко Г. В.* Вплив інформаційної відкритості комерційного банку на показники ефективності його діяльності // Вісник Університету банківської справи Національного банку України (м. Київ): Збірник наукових праць – березень 2010. – № 1 (7). – С. 194 – 197. 10. *Заграй Г. В.* Використання для оцінювання життєздатності комерційного банку макроекономічної моделі росту Солоу // Вісник Запорізького національного університету: Збірник наукових праць. Економічні науки. – Запоріжжя: Запорізький національний університет, 2011. – № 1 (9). – С. 115 – 125.

Надійшла до редколегії .17.05 .2012

УДК 338.45.01

О.В. ЗАМУЛА, асистент, НТУ «ХП», Харків

ВИЗНАЧЕННЯ ЦЕНТРІВ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

В статті досліджується поняття „центр відповідальності” в контексті управління інформаційними витратами на рівні промислового підприємства та аналізуються сучасні прийоми, які покликані значно підвищити продуктивність операційної діяльності, а, отже, покращити фінансовий стан суб’єктів господарювання.

Ключові слова: центр відповідальності, інформаційні витрати, бюджетування, економічний потенціал.

В статье исследуется понятие „центр ответственности” в контексте управления информационными затратами на уровне промышленного предприятия и анализируются современные приемы, которые призваны значительно повысить производительность операционной деятельности, а, следовательно, улучшить финансовое состояние субъектов хозяйствования.

Ключевые слова: центр ответственности, информационные **затраты**, **бюджетирование**, экономический потенциал.

In the article the notion “center of responsibility” on enterprise level and information cost’s management were investigated. The modern methods for productivity increasing of operating activities and enterprises financial condition improving, as a result, are analyzed.

Keywords: center of responsibility, informative expenses, budgeting, economic potential.

Постановка проблеми. В умовах стрімкої зміни умов функціонування промислових підприємств першочергового значення набуває адаптивність управлінських структур, скоординованість дій всіх учасників процесу відтворення суспільно необхідних благ, а це не можливо здійснити без визначення конкретних підрозділів і осіб у якості центрів відповідальності. При цьому потрібно враховувати той факт, що переважна більшість підприємств пострадянського періоду ще не позбулися таких особливостей, як громіздкість, дублювання

функцій, бюрократизм, складність структур управління, не належний рівень інформаційного забезпечення, що стосується швидкості отримання, обробки й передачі даних, а також якості їх зберігання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшість дослідників під центром відповідальності розуміють окремий підрозділ чи низку підрозділів, або ж конкретну особу, які повинні слідкувати за станом визначених об'єктів управління, приймати рішення щодо його зміни таким чином, аби були досягнуті планові показники, закріплені за цими структурними елементами. Враховуючи існування ряду визначень цього поняття в науковій літературі [1-10], можна виділити їх спільні риси, якщо мова йде про виробниче підприємство:

- здійснення конкретних дій щодо отримання запланованих результатів з використанням всіх необхідних ресурсів;
- існування переліку показників, за якими можна визначати ступінь виконання поставлених завдань;
- забезпечення ефективного споживання ресурсів підприємства з урахуванням поточного плану й існуючих стратегічних альтернатив;
- визначення прав і обов'язків всіх учасників процесу виробництва та реалізації продукції;
- персональна відповідальність управлінського персоналу за досягнуті результати роботи відповідно до функцій менеджменту;
- постійне вдосконалення роботи відповідальних бізнес-структур.

Мета цього дослідження полягає у визначенні центрів відповідальності інформаційних витрат та їх класифікація з ціллю ефективного управління ними через механізм бюджетування.

Виклад основного матеріалу. В залежності від форми власності, розміру, виду діяльності і організаційно-правової форми визначаються й центри відповідальності конкретного підприємства. Останній може включати в себе в деталізованому вигляді підцентри, кількість яких може залежати від необхідного ступеню контролювання. В даному випадку необхідно пам'ятати про ефективність витрат, пов'язаних з контролем процесів, адже кожна гривня, вкладена у поліпшення цієї функції, повинна приносити не менший дохід. Найбільш поширеною є класифікація центрів відповідальності в залежності від сфери впливу менеджера структурного підрозділу: центри доходів, прибутку, інвестицій і нормативних, управлінських, дискреційних затрат [11, 12].

Стуков С.А. до центрів відповідальності відносить відділи, цехи, ділянки, бригади, аж до окремого агрегату чи верстату [13]. Такі класифікації центрів відповідальності не є досконалими, по-перше, тому що насправді різні відділи одночасно можуть носити характер декількох класифікаційних ознак, а, по-друге, вони не враховують можливості нарощення соціально-економічного потенціалу підприємства. Останній має першочергове значення в реалізації місії та стратегічних планів. Прийняття економічно-вигідних та ефективних рішень повинно базуватися на реальних підставах, враховуючи аналіз внутрішніх та зовнішніх змінних. При цьому економічний потенціал характеризує можливість, притаманні соціально-економічним системам всіх рівнів і визначається як сукупна здатність здійснювати виробництво продукції й надавати послуги, обумовлена рівнем розвитку виробничої і невиробничої сфер діяльності, досягненнями у науці і технологіях, якістю і кількістю наявних ресурсів [14].

Враховуючи різні підходи до визначення сутності поняття економічного потенціалу підприємства [15-17], можна виділити наступні спільні риси:

- потенціал – це здатність досягати цілі господарюючими суб'єктами;
- обов'язковість використання ресурсів у його формуванні;
- потенціал можна оцінити за станом і структурою активів.

На стан економічного потенціалу підприємств здійснюють значний вплив системи більш високого рівня, елементи вертикальної ієрархії структури світового господарства, а саме: галузеві, регіональні, державні, глобальні. І чим вищий економічний потенціал регіону чи галузі, тим вищий потенціал окремого суб'єкта економічних відносин. На горизонтальному рівні теж відбувається процес взаємопроникнення потенціалів, взаємодія із суб'єктами прямого впливу, зокрема, покупцями, постачальниками, конкурентами, їх окремими елементами. На думку Колеснікова О. О. поняття "економічний потенціал" більш широке, воно включає в себе стратегічний потенціал підприємства в сукупності з його становищем на ринку і виробничими можливостями [18, с. 14].

Отже, для успішної реалізації ринкової стратегії треба, щоб використовувався належним чином весь спектр необхідних ресурсів визначеної якості та в достатній кількості, не виключаючи можливості їх трансформації в активи підприємства як наслідку нарощення потенціалу. На сьогоднішній день найменш дослідженою залишається область, що охоплює поняття, пов'язані із застосуванням підприємствами інформаційних ресурсів, їх роллю у формуванні потенціалу.

Це такі його елементи, для яких характерні відсутність матеріальної основи і невизначеність розмірів майбутнього прибутку від їх використання (об'єкти інтелектуальної власності, знаки товарів і послуг, комп'ютерні програми, ERP-системи, раціоналізаторські пропозиції тощо) [19, с. 207]. Не зважаючи на такі особливості, інформаційні ресурси здатні серйозно впливати на результати виробничо-фінансової діяльності суб'єктів господарювання, а також приймати форму активів, а це означає можливість обліку та оцінювання їх вкладу у формування їх загального потенціалу.

Запропоноване Ілляшенком С.М. [20, с.11] поняття інформаційного потенціалу як „сукупності інформаційних ресурсів і здатностей до їх реалізації, які забезпечують умови його тривалого розвитку на основі генерації, накопичення і використання знань” вичерпно характеризує його сутність, але до представленого переліку складових потенціалу слід, на мій погляд, долучити й технологію управління підприємством.

Отже, процес формування інформаційних ресурсів підприємства як елемента його соціально-економічного потенціалу повинен базуватися на визначених принципах з конкретним механізмом їх реалізації. До таких принципів слід віднести:

1. Здійснення прогнозування та аналізу перспектив формування інформаційного потенціалу підприємства у відповідності до цілей і завдань інвестиційної, оперативної та фінансової видів діяльності.

2. Забезпечення оптимальної структури і обсягів інформаційних ресурсів для оптимізації і гармонізації інвестиційний процесів без втрати фінансової стійкості й ліквідності.

3. Заохочення до мінімізації витрат з формування інформаційного потенціалу й збільшення рентабельності діяльності в перспективі шляхом демократизації управлінських процесів, заохочення до креативного мислення.

4. Забезпечення ефективнішого використання інформаційних ресурсів у виробничо-інвестиційній діяльності.

5. Здійснення синхронного розвитку соціальної та інформаційно-знаннєвої складових потенціалу.

6. Ведення належного обліку руху інформаційних ресурсів та визначення такої облікової політики, яка буде здатна забезпечити оптимальне списання їх на результати діяльності.

Перейдемо до розгляду центрів відповідальності в площині споживання підприємствами саме інформаційних ресурсів. Спочатку зазначимо, що під центрами відповідальності інформаційними витратами слід розуміти підрозділи підприємства на чолі з керівником, які солідарно відповідають за ефективне використання інформаційних ресурсів та формування інформаційного потенціалу. Поняття солідарно тут є ключовим, адже, покладаючи відповідальність лише на керівника, стимулюється подальша бюрократизація системи та заохочується адміністративний стиль керування підлеглими, що не відповідає викликам сьогодення.

Споживання інформаційних ресурсів підприємствами машинобудівної галузі, їх переробка та продукування інформаційних продуктів на різних стадіях відтворювального процесу безумовно потребує визначення конкретних центрів відповідальності з метою підвищення ефективності діяльності та оптимізації використання активів, адже найбільш вагомими сучасними напрямками у роботах науковців, що стосуються управління витратами є такі як визначення центрів відповідальності та бюджетування бізнес-процесів. Зважаючи на те, що основним видом продукції машинобудівних підприємств є машини та устаткування, все ж таки можна визначити центри відповідальності з виробництва такого проміжного продукту як інформаційна продукція й послуги. В деякому ступені їх можна охарактеризувати як допоміжне виробництво.

Таблиця. Відповідальні підрозділи в управлінні інформаційними затратами і витратами

Етап	Інформаційний продукт або послуга	Центри відповідальності, відповідальні підрозділи
1	2	3
За функціями управління		
Планування	структурована юридична інформація	юридичний
	система стратегічних та оперативних планів	планово-економічний, фінансовий
	висновки маркетингових досліджень	маркетинговий
Організація	організаційна структура управління, посадові інструкції	кадровий
	права на використання промислових зразків, раціоналізаторських пропозицій	науково-технологічний
	права на використання торгових марок	юридичний

Продовження таблиці

1	2	3
Мотивація	трудові договори, існуюча система стимулювання	кадровий
Контроль	звітність між відділами, внутрішня документація	обліку
	звітність перед сторонніми організаціями	обліку
	результати контролю якості і кількості продукції	контролю
Координація	реклама, інші заходи з просування продукції на ринок	збуту
	зв'язки з громадськістю	зв'язків з громадськістю
	корпоративна інформаційна система	інформаційних технологій
За стадією інформаційного процесу		
Одержання	структурована економічна, юридична, науково-технічна, масова інформації	юридичний, планово-економічний, науково-технічний, фінансовий. кадровий
Обробка	стратегічні альтернативи, управлінське рішення	інформаційних технологій, апарат управління всіх рівнів
Зберігання	бази даних, документація	архів
Розповсюдження	реклама, імідж, репутація	вище керівництво, прес-служба
За стадією відтворювального процесу		
<i>Альтернативні затрати</i>	структурована економічна, юридична, науково-технічна, масова інформації	юридичний, планово-економічний, науково-технічний, фінансовий. кадровий
<i>Дійсні затрати:</i>		
загальновиробничі	стратегічні альтернативи, управлінські рішення	апарат управління всіх рівнів
адміністративні	система стратегічних та оперативних планів, звітність для внутрішнього і зовнішнього користування	юридичний, планово-економічний, науково-технічний, фінансовий. кадровий
витрати на збут	реклама, заходи зі стимулювання збуту	збуту, зв'язків з громадськістю
інші операційні	дослідження і розробки	науково-технічний

Висновки. Аналізуючи дані табл. 1, можна дійти висновку, що центрами відповідальності в управлінні інформаційними витратами є всі підрозділи підприємства, адже кожен з них є учасником інформаційного процесу та має свою систему управління. Виходячи з великої кількості задіяних підрозділів в управлінні інформаційними витратами, в процесі бюджетування необхідно застосовувати наступні альтернативи:

1. За кожним підрозділом закріпити відповідальну особу з управління інформаційними витратами.

2. Сформувати програмне забезпечення у вигляді менеджера інформаційних ресурсів, яке дозволить вести облік і контроль цих витрат.

3. Застосовувати аутсорсинг в сфері інформаційних технологій, окремих бізнес-процесів чи аутстафінг.

Всі ці процеси пов'язані з низкою ризиків, але оцінивши всі переваги та недоліки, можна дійти конкретної згоди відносно виконання завдань всередині підприємства чи способом залучення сторонніх осіб, організацій до виконання внутрішньогосподарських задач.

Список літератури: 1. *Апчерч А.* Управленческий учет: Принципы и практика / Пер. с англ. ред. Я.В. Соколова, И.А. Смирновой. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 952 с. 2. *Друри К.* Управленческий и производственный учет. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2002. 3. Економічна енциклопедія: У 3-х т. / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Вид. центр «Академія», 2002. – 952 с. 4. *Хенсен Р.* Управлінський облік / Дон Р. Хенсен, Мерієн М. Моуєн, Небіл С. Еліас, Девід У. Сєнков. / Пер. с англ.. – К.: Міленіум, 2002. – 974 с. 5. *Дюкарева Х.Л.* Концептуальні основи побудови облікової системи центрів відповідальності суб'єктів господарювання // Науковий вісник НЛТУ України. – № 18.6. – 2008. – С. 159-168. 6. *Парнюк В.М.* Про практику калькулювання собівартості продукції та проти затратний механізм // Економіка України. – 1997. – № 3. – С. 28-32. 7. *Шеховцова В.А.* Методичні основи управління витратами на промислових підприємствах // Економіка та держава. № 8. – 2008. – С. 57-60. 8. Контроллинг как инструмент управления предприятием / [Е.А. Ананькина, С.В. Данилочкин, Н.Г. Данилочкина и др.]; под. ред. Н.Г. Данилочкиной. – М.: ЮНИТИ, 1998. – 279 с. 9. *Кузьмін О.Є.* Бюджетування в системі управління організацією: теоретичні та прикладні засади: [монографія] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – К.: Кондор, 2007. – 234 с. 10. *Хруцкий В.Е.* Внутрифирменное бюджетирование: Настольная книга по постановке финансового планирования / В.Е. Хруцкий, Т.В. Сизова, В.В. Гамаюнов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 400 с. 11. *Меренкова Л. О.* Види центрів відповідальності в системі бюджетування на підприємстві // Научно-технический сборник №80. 12. *Лейкин Д.* Управление по центрам ответственности // <http://www.management.com.ua/finance/fin089.html>. 13. *Стуков С.А.* Система производственного учета и контроля. – М.: Финансы и статистика, 1988. 14. Большой энциклопедический словарь.- 2-изд., перераб. и доп.- М.: Большая российская энциклопедия, 1998. – 1456 с. 15. *Марушков Р.В.* Оценка использования экономического потенциала предприятия: Автореф. дис. ...к.э.н. – М.: 2000. – 126 с. 16. *Авдеенко В.Н.* Производственный потенциал промышленного предприятия. В.Н.Авдеенко, В.А.Котлов. – М.: Экономика, 1989. – 423 с. 17. *Рєпіна І.М.* Підприємницький потенціал: методологія оцінки та управління // Вісник Української Академії державного управління при Президенті України. – 1998. – № 2. – С. 262-271. 18. *Колесніков О.О.* Управління стратегічним потенціалом підприємства : дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.06.01 / О. О. Колесніков. – Харків, 2005. – 224 с. 19. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т3. \ Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с. 20. *Ілляшенко С.М.* Інформаційний потенціал підприємства [Текст] / С.М. Ілляшенко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2004. – №9(68). – С. 11-18.

Надійшла до редколегії 20.05.2012

А.С. ЗАХАРЧЕНКОВ, канд. экон. наук, НТУ «ХПИ», Харьков

ВЫБОР ИННОВАЦИЙ ДЛЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ САНАЦИИ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассматриваются методические подходы к выбору инноваций для преобразования производства проблемного предприятия.

Ключевые слова: технологическая санация, инновационное преобразование, производственный процесс, стратегия, анализ.

У статті розглядаються методичні підходи до вибору інновацій для перетворення виробництва проблемного підприємства.

Ключові слова: технологічна санація, інноваційне перетворення, виробничий процес, стратегія, аналіз.

The article discusses methodological approaches to the selection of innovation to transform the problem of production companies.

Keywords: technological санация, innovative transformation, productive process, strategy, analysis.

Принимая решения о проведении технологической санации¹ производственной базы предприятия топ-менеджмент, отвечающий за экономические последствия их приобретения должен предвидеть возможные изменения на рынке, фиксируя даже слабые сигналы о тенденциях изменений рыночной конъюнктуры, заранее формируя для своевременной адаптации к ним дополнительные корректирующие стратегии инновационной деятельности и направление технологических преобразований.

Очевидно, что для реализации проектов инновационного преобразования промышленного производства на основе технологической санации, предприятиям нужны значительные финансовые средства или государственные субсидии, или даже определенные льготы, например в форме специализированных кредитов, для получения которых предприятия особенно высокотехнологических отраслей, должны достаточно четко предварительно определить не только стратегию своего инновационного развития, но и конкретные методы реализации этой стратегии. В частности, речь идет о глубине инновационных преобразований на основе технологической санации и методах отбора проектов для ее реализации.

¹Под термином «технологическая санация» предприятия понимается преобразование на принципиально новой технологической основе производственно-технической базы и соответствующих организационно-производственных отношений

Для определения подходов к решению такой задачи сформируем на основе [1] таблицу предварительной систематизации инноваций, их цели и содержание (табл.1).

Инновации высоких порядков ставят перед проблемным предприятием и его менеджментом наиболее амбициозные цели и, естественно, требуют значительно больше усилий, средств, ресурсов, в том числе перехода на все более сложные процедуры организации процесса инновационных преобразований, реинжиниринг систем стратегического и тактического управления, а также радикальной перестройки логистики предприятия.

Таблица 1. Систематизация вида, содержания и целей инноваций

№ п/п	Вид инноваций	Содержание и цели инноваций
1.	Кризисные	Решение проблемы выживания предприятия на рынке в условиях жесткой конкуренции (в связи с падением спроса на товар и уменьшением объема продаж)
2.	Качественные	Формируют качественные изменения производственной и управленческой подсистем, подсистем сбыта и снабжения, логистики и маркетинга и т.д. не нарушая общей концепции, целей и задач предприятия
3.	Стратегические	Вносят качественные изменения функциональных свойств основных подсистем предприятия, существенно изменяя общую концепцию производственной и сбытовой деятельности
4.	Инновации развития ²	Ориентация на компенсацию потерь конкурентоспособности продуктовой линейки или падение имиджа бренда. Ориентированы преимущественно на разработку новых технологий и продуктовой линейки или на возможность приобретения лицензий на право производства новой продукции на соответствующей технологической основе
5.	Инновации высоких порядков	Радикальные (реинжиниринговые) преобразования предприятия и его производственной базы

При рассмотрении предполагаемых результатов возможных инноваций на основе проведения технологической санации, с целью выбора наиболее приемлемых и реальных из них для условий конкретного предприятия можно использовать систему показателей (табл. 2).

На основе их рассмотрения и всестороннего комплексного анализа делается выбор стратегии инновационных преобразований предприятия с позиции

² В инновациях развития можно увидеть черты качественных и стратегических инноваций

быстрейшей интеграции его в конкретную рыночную среду и обеспечения необходимой конкурентоспособности.

Таблица 2 . Система показателей для оценки и сравнения инновационных проектов, включаемых в портфель технологической санации производственной базы предприятия.

№ п/п	Показатели сравнения
1	Объемы планируемого производства
2	Продолжительность реализации
3	Сравнительные ценовые характеристики затрат
4	Уровни маркетинговых проработок
5	Виды и степени риска инвестирования
6	Объемы ожидаемой прибыли
7	Степень неопределенности представленных оценок и показателей

Важным этапом выбора необходимых инноваций и предварительного определения их состава и вида является процедура конкретизации, т.е. поиск наиболее приемлемых для условий и возможностей предприятия технических предложений. Исходный минимум информации для поиска обеспечивают данные на основе табл.2, что уменьшает в определенной мере поисковые усилия, хотя в ряде случаев это может приводить к противоречивым результатам и соответственно к различным стратегиям. Возможен также случай получения результата с двумя или несколькими альтернативными вариантами. Критерием окончательного выбора в этом случае чаще всего бывает не прибыль от реализации каждого из них, а величина необходимых затрат, времени и средств, а также длительность жизненного цикла продуктового ряда на их основе.

Методика выбора стратегии инновационного преобразования и развития проблемного предприятия должна включать в себя прежде всего оценку перспективы конкурентоспособности инновационных проектов, которые могут быть положены в основу технологической санации. Для крупного предприятия речь должна идти о глобальных рынках на основе определения характера конкуренции среди производителей новых продуктов и технологий в своей отрасли. Полезно также выяснить возможности позиционирования и потенциальные доли контроля над рынками (в частности возможности владельцев и менеджмента потенциальных конкурентов), сформировать на этой основе эффектив-

ные взаимоотношения с административными структурами, способными влиять на поведение рынка.

Основным фактором, быстро изменяющим ситуацию на рынке, можно считать ускорение роста обмена информацией и либерализацию торговли. В последнее время другим, не менее важным фактором, усиливающим конкуренцию, является уже не только рост числа конкурентов, что пока еще можно наблюдать в переходной экономике, но и рост финансового и производственно-сбытового потенциала немногих крупных игроков на рынке. Усиливать эту тенденцию могут рост слияний и поглощений предприятий, изменение форм конкуренции. Укрупнение предприятий позволяет использовать новые формы торговли и способы продвижения бренда за счет быстро развивающихся информационных технологий.

Всё это определяет ограничения общего характера, сдерживающие проникновение на рынок обновленных предприятий и их новых продуктов.

При определении стратегии инновационных преобразований следует также прогнозировать проблемы, напрямую не связанные с технологической санацией, которые могут возникнуть при проникновении обновленного предприятия или отдельных его новых продуктов на конкретные рынки. В этом случае надо выявить количество, состав и технологический уровень предприятий-конкурентов на данном рынке, уровень устойчивости их сбыта, определить растёт ли объем рынка³. Полезно выяснить также насколько значим для наиболее сильных конкурентов занимаемый ими сегмент рынка и как связаны миссия и стратегические цели конкурентов с точки зрения близости к программе проведения инновационных преобразований технологически saniруемого предприятия.

Проблемой здесь является сложность получения информации в наиболее полном объеме. Более того, анализ типа и характера конкуренции на рынке нужно проводить непрерывно на основе поступающей информации о его работе. Объектами анализа должны быть не только количество и уровень капитализации участников, но и выделение группы наиболее крупных сегментов рынка, занятых отдельными рыночными участниками и аналитическая оценка всех характеристик этих сегментов. Полезно, по возможности, также проанализиро-

³ В случае значительного роста, конкуренция обыкновенно ослаблена и проникновение на рынок будет менее проблематично

вать финансовое состояние ближайших конкурентов и их партнеров (особенно зарубежных), денежные потоки, способность и объемы взаимного привлечения капитала, способность приобретения или создания новых, в том числе совместных активов, ликвидность (за счет инвестиционной деятельности, собственного и уже привлеченного капитала, запасов, дебиторской задолженности). Особенно важно рекомендовать выявить способность предприятий-конкурентов быстро внедрять новые разработки в производство, выявить наличие у них специалистов и менеджеров, имеющих опыт внедрения высоких технологий в производство.

При этом следует иметь в виду, что конкуренты могут иметь развитые сети и структуры производственных и сбытовых комплексов, возможно устаревшие, но за счет масштаба все еще высокорентабельные технологии. Дело в том, что владея хорошо узнаваемыми и пользующимися спросом брендами (торговыми марками) конкуренты могут иметь определенный запас прочности, обусловленный консервативной частью потребительского спроса. Дистрибьюторы в регионах обычно ограничены условиями (например, коммерческого кредита), договорами, а порой и просто личными предпочтениями, что также осложняет проникновения нового продукта на рынок. Необходимо также принимать в расчет достаточное обилие неправовых форм рыночной конкуренции. Для компенсации действия разного рода преимуществ конкурентов инновационно-обновляемому предприятию, помимо непосредственного проведения технологической санации, следует быть готовым дополнительно затратить немало средств, времени и усилий для завоевания рыночной ниши.

Учитывая объемы финансовых затрат и необходимость больших усилий по инновационному преобразованию промышленного производства в условиях перманентно недостаточной правовой защиты от действия конкурентов, следует тщательно проанализировать объем потенциального спроса на местных и национальных рынках. Очень важно выстроить структуру каждого рынка, определив и выделив группы потенциальных потребителей инновационных продуктов (табл. 3).

При разработке стратегии проведения технологической санации полезно также выяснить, будет ли новая продуктовая линейка, производимая на основе инновационных преобразований производства, важной составляю-

щей для затрат этих потребителей, перспективы каналов крупной оптовой государственной или муниципальной закупки и т.д.

Особое место следует уделить сравнительному анализу показателей инновационных продуктов по отношению к существующим или потенциально возможным продуктам-заменителям, применение которых в определенной степени и на какой-то период удовлетворяет те же потребности рынка. Отдельного внимания в процессе стратегических разработок требуют новые качества, потребительские особенности инновационной продукции, которые могут быть использованы в маркетинговых и рекламных программах.

Если новая продуктовая линейка, полученная в результате инновационных преобразований на основе технологической санации производства, снимает часть проблем, связанных с конкурентной борьбой с продуктами – заменителями, то это не значит, что исключены все проблемы адаптации рынка к новой продукции.

Таблица 3. Группы потенциальных потребителей инновационных продуктов

№ п/п	Группы потребителей	Структурирование групп потребителей
1.	По объему закупок	Розничные
		Оптовые
		Оптовые, использующие продукцию предприятия для создания собственного продукта
2.	По частоте закупок	Разовые, несистемные
		Мелкооптовые системные, без заключения контрактов и договоров
		Оптовые, на основе длительных контрактов и соглашений
3.	По удаленности	Местные, не требующие организации доставки
		Удаленные, требующие организации эффективной логистики со стороны предприятия
		Удаленные, обладающие собственными логистическими возможностями
4.	По характеру использования продукции предприятием	Конечные потребители
		Дистрибьюторы
		Производственники, использующие продукцию предприятия в качестве комплектующих изделий
5.	По специфическим признакам	Госпредприятия, на условиях госзаказа
		Предприятия отдельных отраслей
		Военные объекты

В любом случае потребителей нужно убедить в потребительской ценности инновационного продукта, пояснить и показать на конкретных примерах

способы и возможности его использования и применения. Все эти процедуры следует выполнять параллельно с разработкой стратегии инновационных преобразований еще на стадии подготовки к проведению технологической санации.

Список литературы: 1. *Ивин Л.Н.* Кризисный менеджмент: монография / Ивин Л.Н., В.М. Куклин, Л.Л. Тобажнянский : под редакцией Л.Н.Ивина. – Харьков: НТУ «ХПИ», 2008. – 563 с.

Надійшла до редколегії 17.04.2012

УДК 005.8:005.331:65.012.122

О.В. ІГНАТОВА, канд. екон. наук, доцент, НТУ "ХПИ", Харьков

ОСОБЛИВОСТІ РОЗРОБКИ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В ДІЯЛЬНІСТЬ ОРГАНІЗАЦІЙ З ФУНКЦІОНАЛЬНО-ОРІЄТОВАНИМИ ІЄРАРХІЧНИМИ СТРУКТУРАМИ

Проведено аналіз організації інноваційної діяльності організацій, які мають функціонально орієнтовану схему управління та ієрархічну організаційну структуру. Запропоновано визначення терміну «проект» для цих організацій. Виявлено функціональні та ієрархічні особливості, які впливають на процеси розробки та впровадження інноваційних проектів. Побудовано матрицю розподілу інноваційних проектів в залежності від їх ієрархічного призначення.

Проведен анализ организации инновационной деятельности организаций, имеющих функционально ориентированную схему управления и иерархическую организационную структуру. Предложено определение термина «проект» для этих организаций. Выявлены функциональные и иерархические особенности, которые влияют на процессы разработки и внедрения инновационных проектов. Построена матрица распределения инновационных проектов в зависимости от их иерархического назначения.

The analysis of the organization of innovative activities of organizations that are functionally oriented control scheme and a hierarchical organizational structure. A definition of the term "project" for these organizations. Revealed the functional and hierarchical features that affect the design and implementation of innovative projects. We construct a matrix of the distribution of innovative projects based on their hierarchical destination.

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Розробка та впровадження інновацій в виді організаційних проектів набули актуальності з прийняттям Програми економічних реформ на 2010-2014 роки «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава». В Програмі визначено стратегічні напрями перетворень, які планується реалізувати на інноваційно-інвестиційній основі. Для досягнення основної економічної цілі – відновлення економічного зростання й модернізації економіки країни – передбачається провести реформування низки державних систем таких як податкова система, система медичного обслуговування, система пенсійного страхування, система

освіти, системи соціальної підтримки та низки базових галузевих секторів економіки [1].

Системи, які визначено в Програмі для реформування, вже не перший рок. як розпочали свої реформаційні зміни. Так, з 2001 року поетапно впроваджується довгостроковий процес модернізації ДПС України [2], поступово реалізують організаційні зміни органи Пенсійного фонду, контрольно-ревізійні органи та інші державні органи. Але загальне системне реформування економіки України представлено у Програмі вперше.

Враховуючи те, що реформуванню підлягають державні системи, для організацій, що входять до їх складу, можливо визначити такі спільні риси їх функціонування як законодавчо визначену функціонально орієнтовану схему управління та ієрархічну організаційну структуру.

Однак, державні програми – це намір, реалізація якого для кожного регіону, міста та майже для кожного підприємства є окремою задачею, яку необхідно вирішити, враховуючі їх власні особливості. Тому на перший план виходять наступні питання: як це зробити «по розуму»? який вибрати підхід?, який управлінський інструментарій застосовувати?

Найбільш популярним для реалізації інноваційних процесів вважається проектний підхід, який має особливий інструментарій. Цей підхід дозволяє спланувати інноваційний процес в певних обмеженнях часу та ресурсів, використавши переваги та мінімізувавши можливі негативні ризики. Він без проблем «тимчасово вживається» в процесно-побудовану структуру управління комерційних підприємств, але не може бути використаним без адаптування для функціонально-орієнтованих структур. Саме тому, вирішення питання щодо застосування проектного підходу для реалізації інноваційних проектів в організаціях з функціонально-орієнтованими ієрархічними структурами та адаптування його інструментарію є своєчасним та актуальним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв’язання даної проблеми і на які спирається автор. Питання щодо впровадження інноваційних ідей як проектів висвітлюється як у засобах масової інформації так і в фаховій науковій літературі. Однак, в більшості, це стосується комерційних підприємств. Останнім часом відслідковується розвиток теоретичних основ з питань застосування проектного підходу в некомерційних структурах. Розроблено навчальні посібники під загальною редакцією Рач В.А. [3],

представлено окремі положення проектного підходу в фаховому науковому збірнику: структурно–логічну модель системної організації діяльності організацій з жорсткими обмеженнями, складовою якої є проектна платформа [4, с. 47-58] та таблична форма відображення окремих елементів проекту [5, с. 58-68].

Проектно реалізовані та найшли підтримку з боку центрального апарату податкової служби інноваційна складова функціональної діяльності з автоматизації типових процесів організації діяльності по контролю за зовнішньоекономічною діяльністю платників податків (проект «АІС ЗЕД»), яка базується на ризикоорієнтованій системі відбору платників податків до перевірки [6, с. 8-10].

Впроваджено в діяльність окремих податкових органів:

- «Проект створення інструменту для підвищення кваліфікації працівників підрозділів інформатизації процесів оподаткування органів ДПС Луганської області, що адмініструють СКБД ORACLE», який ґрунтується на підході щодо виявлення необхідності підвищення кваліфікації державних службовців в галузі ІТ-технологій [7, с. 50-53],

- «Проект розробки інструментарію автоматизованої побудови аналітичної довідки про фінансовий стан підприємства на етапі проведення аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства», який базується на визначених для податкового контролю показниках при проведенні експрес-аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств [5, с. 58-68].

Поряд із цим активно обговорювалися окремі питання проектної реалізації науково-практичних завдань та вирішення проблемних завдань «робочих місць» держслужбовців на конференціях різного рівня. Починаючи з обґрунтування запровадження проектного підходу (обґрунтування проектного впровадження процесів модернізації сучасних методів збору інформації в органах Пенсійного фонду України [8, с. 377-381]; обґрунтування проектного підходу до реінжинірингу процесів в умовах структурно-функціональних та ресурсних обмежень [9, с. 414-419]) та закінчуючи засобом проектної реалізації функціональних процесів та процедур (процес регламентації Порядку ліцензування роздрібної торгівлі алкогольними напоями і тютюновими виробами з позиції методології управління проектами [10, с. 456-462]; процедура погашення заборгованості в Пенсійний фонд України [11, с. 181-183].

Факт впровадження цих проектів в функціональну діяльність органів державної служби України відзначено Голодержслужбою України як кращий ре-

зультат навчання держслужбовців в магістратурі державного управління Східно-українського національного університету імені Володимира Даля зі спеціальності «Державна служба» спеціалізації «Управління проектами» [12, с. 229-231].

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Але, позитивна практика використання проектного підходу в некомерційних структурах не набула достатнього усестороннього методологічного та теоретичного підґрунтя. Поза увагою багатьох керівників організацій з функціонально-орієнтованими структурами залишається проектний засіб реалізації новачій та «неприйняття» наукової складової дослідної діяльності як такою, що не передбачена визначеними функціями.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Тому ціллю для даної статті є визначення особливостей розробки та впровадження інноваційних проектів в діяльність організацій з функціонально-орієтованими ієрархічними структурами.

Для досягнення цілі в межах даної статті наведено вирішення таких завдань:

- дослідження терміна «проект» в законодавчих актах та організаційно-розпорядчих документах та визначення його як поняття для організацій, які мають функціонально-орієтовані структури;
- виявлення функціональних та ієрархічних особливостей розробки та впровадження інноваційних проектів в діяльність організацій з функціонально-орієтованими структурами.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Найбільш привабливими для дослідників, які проводять дослідження в напрямку організації діяльності, вважаються такі групи організацій, які їм найбільш зрозумілі. Це надає можливість з'ясувати стан визначеного для вирішення проблеми питання, виявити недостатні знання та поширити їх за рахунок нових знань, які затребувані для практичного використання.

Слід звернути увагу на те, що хоча групи організацій відокремлюються за особливою ознакою, але, як правило, для кожної окремої організації може бути визначено декілька ознак одразу. Кожна ознака є характерною рисою організації, тому чим більше відмінностей має організація, тим більш специфічних об-

межень впливають на організацію діяльності й тим складніше визначати методи забезпечення ефективного функціонування та розвитку організації.

В даній статті досліджуються діяльність організацій, які мають функціонально орієнтовану схему управління та ієрархічно побудовану організаційну структуру, тобто організації з функціонально орієнтовані ієрархічні структури (скорочено – ОФОІС).

Основною ознакою організації діяльності ОФОІС – це їх законодавча визначеність. Тому дослідження розпочато з аналізу законодавчих актів та організаційно-розпорядчих документів, які регламентують функціональний підхід організації діяльності ОФОІС та обмежують використання інших підходів, зокрема проектного.

В теорії проектного підходу лежать певні терміни, основний з яких – це термін «проект». Різні автори його трактують «на власний розсуд». Визначення понять – це завжди складний процес. Рассел Л. Акофф зазначає: “... поки що відсутній уніфікований інтегрований термінологічний набір. Для позначення одного й того ж використовуються різні терміни, а один і той же термін характеризує різні поняття” [13, с.65].

Грунтуючись на законодавчій визначеності діяльності ОФОІС, дослідимо трактування терміну «проект» в законах або офіційних розпорядчих документах України. Інформаційним ресурсом для дослідження обирається термінологічний словник програмного продукту «ЛІГА:ЗАКОН», який є основним офіційним джерелом державних актів для здійснення оперативної діяльності державних службовців (табл. 1).

Таблиця 1. Перелік визначених понять терміну «проект» в законодавчих актах та організаційно-розпорядчих документах програмного продукту «ЛІГА: ЗАКОН»

Термін	Зміст терміна	Джерело інформації
1	2	3
Проект	<i>документація</i> для будівництва об'єктів архітектури, що складається з креслень, графічних і текстових матеріалів, інженерних і кошторисних розрахунків, які визначають містобудівні, об'ємно-планувальні, архітектурні, конструктивні, технічні та технологічні рішення, вартісні показники конкретного об'єкта архітектури, та відповідає вимогам державних стандартів, будівельних норм і правил	ВР України, Закон "Про архітектурну діяльність" від 20.05.1999 N 687-XIV

Продовження таблиці

1	2	3
Проект	<i>комплекс взаємозв'язаних дій з управління матеріальними, фінансовими і людськими ресурсами, спрямованих на досягнення визначеної мети</i>	Наказ Мінекономіки "Про підвищення ефективності залучення та використання коштів міжнародних фінансових організацій" від 29.12.2004 N 451
Проект інформатизації	<i>комплекс взаємопов'язаних заходів, як правило, інвестиційного характеру, що узгоджені за часом, використанням певних матеріально-технічних, інформаційних, людських, фінансових та інших ресурсів і мають на меті створення заздалегідь визначених інформаційних і телекомунікаційних систем, засобів інформатизації та інформаційних ресурсів, які відповідають певним технічним умовам і показникам якості</i>	ВР України, Закон "Про Національну програму інформатизації" від 04.02.1998 N 74/98-ВР
Проект наукового парку	<i>пакет документів, що визначає процедуру і комплекс необхідних заходів щодо розроблення, створення та реалізації інноваційного продукту чи інноваційної продукції і містить дані про матеріально-технічні, фінансові, кадрові ресурси, необхідні для виконання проекту згідно з вимогами Закону України "Про наукові парки"</i>	ВР України, Закон "Про наукові парки" від 25.06.2009 N 1563-VI

З наведеної таблиці можливо відзначити неоднозначні варіанти трактування терміну «проект» в інформаційній базі України: це документація (пакет документів), дії (заходи дій), або документація, що визначає дії. Але, можливо відзначити, що у кожному визначенні є загальні риси, які присутні теоретичним визначенням цього терміну, та наявність складової щодо сфери його використання.

Аналогічна картина складається з теоретичними пропозиціями щодо визначення терміну «проект». Згодимося із варіантів, що наведено у навчальному посібнику [14], де проект визначається як “тимчасова діяльність для створення

цінності, завдяки унікальній властивості продукту проекту в рамках досягнення місії соціально-економічної системи Виходячи з сутності проекту, його слід розглядати як інструмент розвитку, реалізації стратегій і здійснення перетворень». Наведене означення враховує основні відмітні риси проекту в сучасному розумінні такі як: створення цінності в рамках конкретної місії конкретної соціально-економічної системи. До того ж цінність створює не сам продукт проекту, а його унікальні властивості, які проявляються в процесі використання продукту [4, с.19].

Спираючись на вимоги до визначення понять, які викладені у роботі [15, с. 6], розглянемо структуру запропонованого поняття «проект» у навчальному посібнику та визначимо основні елементи структури поняття проект ОФОІС (табл.2).

Таблиця 2. Аналіз визначення елементів системної тріади дефініцій поняття «проект»

Термин	Еталонна структура поняття			Умови		Джерело інформації
	Елементність	Зв'язність	Цілісність	Сфера вживання поняття	Обмеження користування	
Проект СЕС	Унікальні властивості	Цінність	Тимчасова діяльність	Проектна діяльність	Соціально-економічні системи	[3]
Проект ОФОІС	Унікальні властивості	Цінність	Тимчасова діяльність	Проектна діяльність	Організації з функціонально-орієнтованими ієрархічними структурами	Пропозиція автора

Визначивши елементи еталонної системи поняття, які наведені у табл. 2 під проектом для організацій ФОІС пропонується розуміти тимчасову діяльність, яка спрямована для створення цінності завдяки унікальній властивості продукту проекту, реалізація якого вирішить окрему проблему або інноваційну задачу діючого об'єкта в умовах діючої функціонально-орієнтованої системи діяльності ОФОІС.

Під діючим об'єктом в роботі [3, с.7] пропонується розуміти людину, групу людей, організацію, місто і т.д., що існують в зовнішньому середовищі, яке постійно змінюється. Під діяльністю – сукупність одиничних елементів – дій, які реалізуються в часі і просторі.

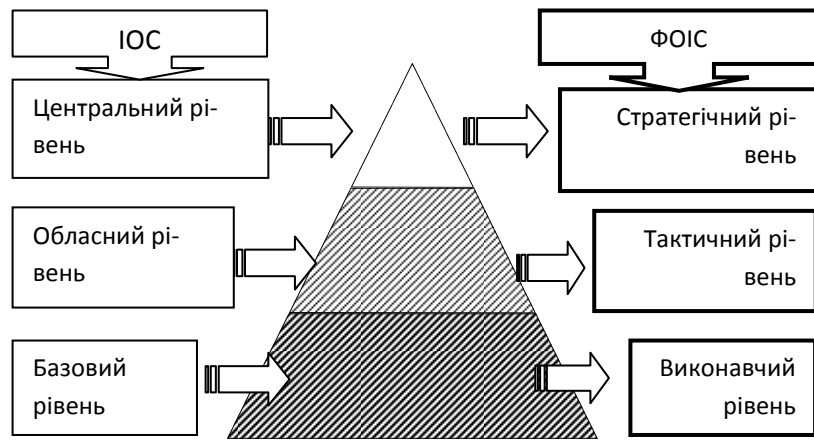
Стосовно до ОФІОС під діючим об'єктом пропонується розуміти як внутрішній діючий об'єкт – будь-яку структурну одиницю в організаційній структурі ОФІОС (від «робочого місця» до організації як такої) на будь-якому ієрархічному рівні так і зовнішній діючий об'єкт (споживач послуг). Основними ознаками системи діяльності ОФІОС визначаємо функціонально орієнтовану структуру діяльності організації та ієрархічно побудовану структуру управління.

Дотримуючись погляду доктора Демінга, який вважає, що як тільки ви намагаєтеся перетворювати ідеї на речі, що практично реалізуються, починаються труднощі: “Практика точніша, чим чиста наука, точніша, чим навчання” [15, с.145], у статті максимально використовується прийом дослідження організаційного інструментарію на практичних прикладах. Тому виявлення функціональних і ієрархічних особливостей в ОФІОС пропонується провести на окремому прикладі – організації діяльності в органах податкової сфери.

Цільове призначення податкової служби наводиться у ст. 2 Закону України «Про державну податкову службу» [16], яке визначає для обов'язкового виконання низку завдань. Реалізація цих завдань організується за ієрархічним розподілом через функції, тобто для кожного ієрархічного рівня встановлені окремі функції (ст. 8 – Функції Державної податкової адміністрації України, ст. 9 – Функції державних податкових адміністрацій в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі та державних податкових інспекцій в містах з районним поділом (крім міст Києва та Севастополя), ст. 10 – Функції державних податкових інспекцій в районах, містах без районного поділу, районах у містах, міжрайонних та об'єднаних спеціалізованих державних податкових інспекцій). Співставлення функцій центрального апарата, функцій апарата обласного рівня та функцій базового рівня виявило їх чіткий розподіл.

Інноваційна діяльність податкових органів здійснюється в межах реформаційних дій, запроваджено довгостроковий Проєкту модернізації державної податкової служби України. Головним принципом модернізації ОДПС є функціональний підхід: усі продукти Проєкту модернізації податкової служби розробляються з метою вдосконалення адміністрування будь-якого податку.

Для ілюстрації ієрархічних рівнів скористаємося класичним принципом пірамід для зображення структури організації діяльності та представимо його на прикладі ДПС України (рис. 1).



Умовні позначення : ІОС – Ієрархічна організаційна структура (сучасний стан);
 ФОІС – Функціонально-орієнтована ієрархічна структура (майбутній стан за проектом модернізації)

Рис. 1. – Організаційна піраміда структури організації діяльності ДПС України

Ліворуч від піраміди – існуючий стан організаційної структури, праворуч – майбутній, який визначається згідно із проектом “Програма модернізації ДПС України” та Концепцією вдосконалення організаційної структури державної податкової служби України.

Можливо відзначити, що тривалий час існував підхід, який визначав функціонування організацій на ієрархічній схемі управління, тобто на формальному наборі положень і посадових інструкцій. Поряд з ним існувала функціональна схема управління, яка добре гармонувала з ієрархічною структурою організації. Ним керувалися так довго, понад сто років, що до нього всі звикли і ні про що інше не думали. Так було б і до сьогодні, якби не з'ясувалося, що є цілком конкурентоспроможна альтернатива – процесний підхід. Процесний підхід виявився набагато ефективнішим, ніж функціональний, з погляду боротьби за конкурентоспроможність в умовах динамічного ринку [17, с. 15].

Поряд із тим, численні публікації вказують на недоцільність поліпшення існуючої системи недосконалої функціонально орієнтованої системи управління в сучасних умовах функціонування та свідчать проти впровадження інформаційної підтримки для неефективних процесів [18, 19]. На недоцільність упровадження сучасних інформаційних технологій з метою поліпшення неефективних процесів вказується в багатьох роботах. Тому, з огляду на це, на перший план виходять завдання детального опису діяльності у виді взаємоузгоджених процесів, та реінжинірингу існуючих процесів.

Однак, незважаючи на тривалий період існування процесного підходу, дослідники вказують на його складність для практичного впровадження [20-24] та пояснюють це, перш за все, недостатнім рівнем теоретичного опрацювання організації процесів з урахуванням специфіки окремо взятих організацій.

Як показав аналіз наукових досліджень, розробку процесів потрібно проводити на проектній основі, зберігаючи основну особливість проектів – унікальність.

Функціонально процеси розвитку, інноваційні або реінжинірингові процеси в загальному законодавстві не передбачені. Однак, із введенням в діяльність податкової служби широкомасштабного проекту модернізації державної податкової служби, на центральному рівні введено структурний підрозділ, який займається питаннями стратегії розвитку податкової служби. Інші інноваційні дії стосовно організаційних змін функціонально закріплені тільки за центральним рівнем.

Але, на центральному рівні неможливо враховувати специфічні особливості організації діяльності кожної окремої організації нижчого рівня, тому саме там накопичуються низка невирішених проблем. На інших рівнях функціонально залишається лише право надання пропозицій, тобто передбачається можливість ініціювання таких змін.

Практичний досвід автора в частині розробки та впровадження організаційних проектів в діяльність ОФОІС дозволяє йому запропонувати розподіл проектів на три класи:

1) інноваційні проекти різних видів, які розробляються та впроваджуються на центральному рівні;

2) інноваційні проекти окремих видів, які розробляються на обласному рівні як додаткові аналітичні блоки до існуючих АІС без принципових змін існуючих програмних продуктів.

3) інноваційні проекти окремих видів, які розробляються на базовому рівнях як додаткові аналітичні блоки до існуючих АІС без принципових змін існуючих програмних продуктів

Розподіл за класами відносно джерел розробки та місць впровадження інноваційних проектів наявне демонструє матриця, що наведена на рис. 2.

		Розподіл за рівнем впровадження		
		Центральний рівень	Обласний рівень	Базовий рівень
Розподіл за рівнем розробки	Стратегічний рівень	х	х	х
	Тактичний рівень	-	х	х
	Виконавчий рівень	-	-	х

Рис. 2. – Матриця розподілу інноваційних проектів в залежності від джерела розробки та впровадження

В матриці чітко простежується ієрархічний розподіл рівнів інноваційних проектів в залежності від їх джерела розробки.

Так, інноваційні проекти, які розробляються на стратегічному рівні враховують особливості стратегії розвитку держави та стратегії розвитку окремих сфер діяльності та впроваджуються наказовим методом на всіх рівнях ієрархії, або на тих рівнях, для яких він створений.

Інноваційні проекти, які розробляються на тактичному рівні враховують особливості стратегії розвитку регіональної політики та стратегії розвитку сфери діяльності та можливі до впровадження на обласному та базовому рівні без суттєвих змін існуючої корпоративної мережі.

Інноваційні проекти, які розробляються на базовому рівні враховують особливості стратегії розвитку окремого міста чи окремого району у місті та можливі до впровадження на базовому рівні без суттєвих змін існуючої корпоративної мережі.

Крім цього, в окремий вид виділяються інноваційні проекти, які вимагають створення унікальної АІС. І саме процес впровадження інноваційних проектів, які вимагають створення унікальної АІС, є найбільш потрібним та найбільш обмеженим як на стадії розробки так і на стадії впровадження в ОФІОС.

Потреба в унікальних для окремої ДПІ або окремого регіонального ДПС проектів є однозначною. Ці проекти претендують на унікальність тому що враховують специфіку окремого регіону або окремої базової інспекції. Це є організаційні проекти розвитку, які базуються на креативному підході. Але, питання їх впровадження вирішується на центральному рівні, тому на сучасному стані можливо запропонувати два «дозволені» шляхи їх реалізації: подання заявки на розробку АІС через відповідний структурний підрозділ центрального апарату.

ту або підготовка пропозиції (Технічного завдання), яку можливо представити в межах випускної роботи на курсах підвищення кваліфікації та, за рішенням комісії, пропонувати для впровадження в діяльність податкових органів.

Але, ще більш проблемним, залишається питання доведення ділової ідеї до рівня, у якому можливо цю ідею пропонувати на будь-якому рівні. В ОФО-ІС, а ні на обласному, а ні на базовому рівнях не має структурного підрозділу, якому б було функціонально визначено процес розвитку організації, та майже не має фахівців, які мають знання та вміння в сфері науково-дослідницької діяльності та навиків опису та представлення ділової ідеї для її реалізації.

Аналіз функцій різного рівня дозволяє визнати, що функції розвитку а ні законодавчо, а ні в організаційно-розпорядчих документах не передбачені ні на тактичному рівні на базовому ієрархічній складовій ОФІОС.

Висновки з даного дослідження.

1. На підставі результатів дослідження терміну «проект» в окремих законодавчих актах та офіційно введених організаційно-розпорядчих документах встановлено його неоднозначне трактування. Запропоновано узагальнено поняття терміну проект, яке базується на теоретично визначеному у навчальній літературі та не суперечить його трактуванню в досліджених законодавчих актах та організаційно-розпорядчих документах. Під проектом для організацій ФОІС пропонується розуміти проектом для організацій ФОІС пропонується розуміти тимчасову діяльність, яка спрямована для створення цінності завдяки унікальній властивості продукту проекту, реалізація якого вирішить окрему проблему або інноваційну задачу діючого об'єкта в умовах діючої функціонально-орієнтованої системи діяльності ОФОІС. як внутрішній діючий об'єкт – будь-яку структурну одиницю в організаційній структурі ОФІОС (від «робочого місця» до організації як такої) на будь-якому ієрархічному рівні так і зовнішній діючий об'єкт (споживач послуг). Основними ознаками системи діяльності ОФІОС визначаємо функціонально орієнтовану структуру діяльності організації та ієрархічно побудовану структуру управління.

2. Досліджено функціональні та ієрархічні особливості організації діяльності організацій ФОІС, що дозволило виявити певні недоліки, які перешкоджають впровадженню інноваційних проектів.

3. Запропонована класифікацію інноваційних проектів з точки зору їх розробки та впровадження в діяльність організацій ФОІС.

4. Визначено проблеми, що перешкоджають розвитку організаціям ФО-ІС, головна з яких – це відсутність інноваційної складової в переліку функцій таких організацій.

Список літератури 1. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» : [Програма економічних реформ на 2010 – 2014 роки] / Комітет з економічних реформ при Президенті України, 2010. – 85 с. **2.** *Азаров, М.Я.* Заява Державної податкової адміністрації України “Про стратегію модернізації податкової служби України” / М.Я. Азаров // Вісник податкової служби України. – 2001. – №42. – С. 3-4. **3.** *Рач, В.А.* Управління проектами: практичні аспекти реалізації стратегій регіонального розвитку : [навч. посіб.] / В.А. Рач [та ін.] / за ред. проф. Рача В.А. – К.: «К.І.С.», 2010. – 276 с. **4.** *Ігнатова, О.В.* Структурно-логічна модель системної організації діяльності організацій з жорсткими обмеженнями / О. В. Ігнатова // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. праць. – Луганськ: СХУ ім. В. Даля, 2009. – № 3 (31). – С. 47-58. **5.** *Ігнатова, О.В.* Розробка інструменту реалізації етапу пакету робіт „допериірочний аналіз” фази планування проектів перевірок / О. В. Ігнатова, Т. А. Пятаченко, Р. Є. Дубіков // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. праць. – Луганськ: СХУ ім. В. Даля, 2010. – № 1(33). – С. 58-68. **6.** *Ігнатова, О.В.* Проектна реалізація новацій на основі системно-процесного підходу / О. В. Ігнатова, Д. Ю. Седухін // Податкові новації в контексті економічних реформ в Україні: тези допов. міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. – Луганськ. – С. 8-10. **7.** *Рач, В.А.* Підхід щодо виявлення необхідності підвищення кваліфікації державних службовців в галузі ІТ-технологій / В. А. Рач, О. В. Ігнатова, О. Л. Скиба, Т. П. Репецька // Наукове забезпечення процесів реформування соціально-економічних відносин в умовах глобалізації : матер. ІV наук.-практ. конф. : тези докл. – Сімферополь : ВіТроПринт, 2010. – (164 с.) – С. 50-53. **8.** *Акименко, М.О.* Обґрунтування проектного впровадження процесів модернізації сучасних методів збору інформації в органах Пенсійного фонду України / М.О. Акименко, О.В. Ігнатова // Матер. І міжн. наук.-практ. конф. «Ділове та державне адміністрування». – Луганськ : СХУ ім. В. Даля. – 2011. – С. 377-381. **9.** *Мандросова, І.В.* Обґрунтування проектного підходу до реінжинірингу процесів в умовах структурно-функціональних та ресурсних обмежень / І.В. Мандросова, О.В. Ігнатова, М.Є., Колмикова // Матер. І міжн. наук.-практ. конф. «Ділове та державне адміністрування». – Луганськ : СХУ ім. В. Даля. – 2011. – С. 414-419. **10.** *Цуркан, О.П.* Розробка регламентації Порядку ліцензування роздрібної торгівлі алкогольними напоями і тютюновими виробами з позиції методології управління проектами // О.П. Цуркан, О.В. Ігнатова // Матер. І міжн. наук.-практ. конф. «Ділове та державне адміністрування». – Луганськ : СХУ ім. В. Даля. – 2011. – С. 456-462. **11.** *Ігнатова О.В.* Погашення заборгованості як результат застосування системних методів управління публічного адміністрування / О. В. Ігнатова, Н. В. Симанишина // Розвиток публічного адміністрування на засадах менеджменту: Європейський контекст : міжнар. наук.-практ. конф., 15-16 трав., м. Дніпропетровськ, – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2009. – С. 181 – 183. **12.** Досвід професійної підготовки державних службовців та посадових осіб місцевого самоврядування / за заг. ред. Т. В. Мотренка, С. М. Сєрьогіна. – Д: ДРІДУ НАДУ, 2010. – 235 с. – с. 229-231. **13.** *Акофф, Р.П.* Акофф о менеджменте : пер. с англ. / Р. П. Акофф / под ред. Л. А. Волковой. – СПб.: Питер, 2002. – 448 с. **14.** *Рач В.А.* Стратегічний потенціал підприємств в умовах нової економіки / В.А.Рач // Управління проектами та розвиток виробництва : зб. наук. праць. – Луганськ: СХУ ім. В. Даля, 2002. – № 1 (4). – С. 5-9. **15.** *Нив, Г.Р.* Пространство доктора Деминга : [пер. с англ.] / Г.Р. Нив. – Тольятти: Городской общественный фонд “Развитие через качество”, 1998. – 336 с. **16.** Про державну податкову службу : [Закон України від 4 грудня 1990 року № 509-ХІІ із змінами та доповненнями] – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=509-12>. **17.** *Андерсен Б.* Бизнес-процессы. Инструменты совершенствования : [Пер. с англ.] / Науч. ред. Ю.П. Адлер. – М.: РИА Стандарты и качество, 2003. – 272 с. **18.** *Каменева, М.С.* Процессно-ориентированное внедрение EPR-систем / М. С. Каменева, А. И. Громов, А. В. Гуслистая // Методы менеджмента качества. – 2002. – №3. – С. 4-9. **19.** *Гребнев, Е.Т.* Процессно-ориентированное управление / Е. Т. Гребнев [та ін.] // Менеджмент в России и за рубежом. – 2001. – №1. – С. 3-18. **20.** *Харрингтон, Дж.* Оптимизация бизнес-процессов. Документирование, анализ, управление, оптимизация / Дж. Харрингтон [та ін.] – СПб.: ООО “Бмикро” – “Азбука”, 2002. – 328 с. **21.** *Ойхман, Е.Г.* Реинжиниринг бизнеса: реинжиниринг организаций и информационные технологии / Е. Г. Ойхман, С. В. Попов. – М.: Финансы и статистика, 1997. – 336 с. **22.** *Голосков, И.Н.* Проблема выбора, или как мы ответим на вызов / И. Н. Голосков // Методы менеджмента качества. – 2002. –

№2. – С. 16-21. **23.** *Гарднер, Р.* Преодоление парадокса процессов / Р. Гарднер // Стандарты и качество. – 2002. – №1. – С. 82-88. **24.** *Свиткин, М.* Процессный подход при внедрении систем менеджмента качества в организации / М. Свиткин // Стандарты и качество. – 2002. – №3. – С. 74–77.

Надійшла до редколегії 28.04.2012

УДК [330.110:28] (477)

Р.В. КАПІНОС, канд. екон. наук, доцент, ХНПУ ім. Г.С. Сковороди,
Харків

ХАРАКТЕРНІ ОСОБЛИВОСТІ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ОПОДАТКУВАННЯ В КОНФЕСІЙНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У роботі проаналізовані характерні риси сучасного конфесійного господарства. Дано визначення поняття менеджменту в конфесійних підприємствах і організаціях, проведений порівняльний аналіз принципів керівництва неприбутковою, релігійною, ринковою і плановою економікою, розглянуті питання оподаткування конфесійних організацій.

В работе проанализированы характерные черты современного конфессионального хозяйства. Дано определение понятия менеджмента в конфессиональных предприятиях и организациях, проведен сравнительный анализ принципов руководства неприбыльной, религиозной, рыночной и плановой экономикой, рассмотрены вопросы налогообложения конфессиональных организаций.

The personal touches of modern confessional economy are in-process analysed. Determination of management concept is Given in confessional enterprises and organizations, the comparative analysis of principles of managing an unprofitable, religious, market and planned economy is conducted, the questions of taxation of confessional organizations are considered.

Постановка проблеми. Як показує історія економічного життя, конфесіональні організації і підприємства незмінно існували в будь-якій економічній системі, залишаючись життєздатними навіть в умовах економічних криз. Досвід конфесіональної економіки та менеджменту може бути цілкомкорисним і для інших форм господарств.

Аналіз актуальних досліджень. Незважаючи на високий рівень розвитку конфесійних господарств, перш за все в Європі, і особливо в Україні і Росії, господарське життя конфесійних общин і виробництв досі лишається областю економіки, найменш вивченою наукою.

Мета статті. Метою статті є вивчення досвіду господарства та менеджменту конфесійних общин, що мають унікальну здібність виживати за несприятливих фінансових і політичних умов.

Виклад основного матеріалу. Організація конфесійних господарств заснована на досить простих, але, проте, цілком ефективних принципах. Важливо,

що всі ці принципи строго реалізуються на практиці [4, с. 35]. Порівняння принципів менеджменту конфесійних організацій та підприємств з принципами керівництва, висунутими в 20 ст. як теоретиками ринку Файолем, Емерсоном, так і ідеологами соціалістичного господарства Богдановим, Вітке, показує, наскільки ці три класифікації принципів близькі один одному. І це звичайно не випадково, оскільки конфесійне господарство – одна з самих стародавніх організацій людства, що успішно працювала на протязі без перебільшення тисячоліть, і що зробила сильний вплив і на вільний ринок, і на планову економіку (див. табл.).

Таблиця. Порівняльний аналіз принципів менеджменту конфесійного, ринкового і планового господарств [4]

<i>Принципи конфесійного господарства</i>	<i>Принципи ринкового господарства</i>	<i>Принципи планового господарства</i>
Поєднання фізичної праці з інтелектуальною і духовною	Ініціатива і творча атмосфера	Гармонійне об'єднання фізичної і розумової праці
Колективні цілі вище особистих	Підпорядкованість особистих інтересів	Відмова від приватної власності
Економіка заснована на ідеології і етичних ідеалах	Точно поставлені цілі і ідеали	Єдність політичного і господарського керівництва
Обов'язок чесної праці	Обов'язок чесної праці	Обов'язок чесної праці
Вища влада – в руках однієї особи (ігумена, старця, патріарха)	Централізація	Демократичний централізм
Суворе підпорядкування внутрішньому статуту	Дисципліна і порядок	Військова дисципліна
Община – одна сім'я	Корпоративний дух	Соціалістичний народ
Детальний монастирський статут	Писані стандартні інструкції, норми і розклади	Планове господарювання
Релігійні мотиви до праці	Винагорода за продуктивність	Моральне і матеріальне стимулювання до праці

Сучасна вільна економіка ринкового типу походить від релігійної етики протестантизму. Економіка українських земель, яка на кінець 19 в. досягла по темпам росту другого місця у світі (на першому були США), залишалась, незважаючи на стрімкі ринкові перетворення, глибоко православною. Соціалістична економіка виросла на ґрунті всіх трьох християнських господарств: православного, протестантського та католицького.

Розглянемо перший принцип Таблиці 1. Ідеологія як базис економічної системи – це дуже важливий принцип керівництва, характерний не тільки для соціалістичного та релігійного господарств, що цілком природно, але, як це не

дивно, і для ринкового господарства. Гаррінгтон Емерсон стверджує, що нормальне функціонування будь-якої організації взагалі неможливо без чітких ідеалів, а Анрі Файоль вважає, що в капіталістичній організації необхідно суворо дотримуватись підпорядкованості особистих інтересів ідеалам всього колективу. Сьомий принцип Таблиці 1 продовжує перший – бо цілком зрозуміло, що головною ідеєю організації є формування єдиного колективу, утвердження корпоративного духу, відчуття кожним членом колективу організації як сімейної общини. Четвертий принцип є *ідентичним* в усіх трьох господарствах. Всі принципи конфесійного менеджменту дуже тісно пов'язані один з другим, і всі дев'ять принципів можуть бути зведені до одного – перш за все до першого чи дев'ятого: бо основою конфесійного господарювання завжди були, та залишаються і в наш час, етика та релігійна віра. В цьому вічне значення цього господарства для суспільної економіки будь-якого типу і історичного відрізка.

Значення для суспільства конфесійної, зокрема, релігійної, благодійної економіки як унікального типу господарства, єдиною метою якого є всі форми допомоги людям (працею, продуктом, організацією) – особливо підкреслюється тим виключно пільговим оподаткуванням, яким користуються благодійні фонди, церкви, монастирі, практично в будь-якій країні світу. Як правило, самі вони звільняються від більшості податків – і при цьому на їх користь йде спеціальний податковий платіж. Так, у ФРН існує церковний податок – 8-9 % від річного прибуткового податку, який платять громадяни, що належать до католицької, іудейської або баптистської конфесій. Свого часу «десятина» була першим податком в історії людства.

В РФ прибуток від усіх видів підприємницької діяльності комерційної організації, єдиним засновником якої є неприбуткова чи релігійна організація (прихід), не оподатковується на прибуток, за умови, що цей прибуток буде направлений на вирішення статутних завдань релігійної організації. Статтею 246 Податкового Кодексу Російської Федерації (ПК РФ) встановлено, що всі російські організації є платниками податку на прибуток. Під цю статтю підпадають і неприбуткові і релігійні організації [5, с. 223]. В той же час, в п. 2, ст. 251 ПК РФ говориться, що при визначенні податкової бази не враховуються цільові надходження (за винятком підакцизних товарів) на утримання некомерційних організацій і ведення ними статутній діяльності, отримані від інших організацій

або фізичних осіб і використані за призначенням. До вказаних надходжень віднесені пожертвування і добродійна допомога.

В главі 21 "Податок на додану вартість" ПК РФ для неприбуткових та релігійних організацій передбачені спеціальні пільги. Відповідно до пп. 1, п. 3, ст. 149 ПК РФ від обкладення ПДВ на території Росії звільняються:

- реалізація (передача для власних потреб) предметів релігійного призначення і релігійної літератури, що вироблена і реалізується релігійними організаціями чи організаціями, що знаходяться у власності релігійних організацій;
- організація і проведення релігійними організаціями релігійних обрядів, церемоній, молитовних зборів або інших культових дій.

Відповідно до пп. 15, п. 2, ст. 149 ПК РФ не підлягають оподаткуванню роботи по реставрації, відновленню, консервації пам'ятників історії і культури, культових будівель і споруд, що знаходяться в користуванні релігійних організацій.

У відповідності с п. 1, ст. 350 ПК РФ від стягнення податку з продажів звільняються послуги з проведення релігійних обрядів і церемоній. Реалізація предметів релігійного призначення не підлягає звільненню від податку. Проте цей податок є регіональним, і суб'єкти Російської Федерації можуть встановлювати пільги своїми законами.

На неприбуткові та релігійні організації поширюється положення ПК РФ, згідно якому звільняються від податку на майно організації відносно об'єктів соціально-культурної сфери, використовуваних ними для потреб освіти, охорони здоров'я, надання соціальних послуг.

В Україні зареєстровані неприбуткові та релігійні організації, що не займаються підприємницькою діяльністю, звільняються від податку на прибуток (Закон про оподаткування прибутку підприємств України, стаття 7, п. 11.1.е), земельного податку (Закон про плату за землю, розділ 5, стаття 12, п. 5) [1] і ПДВ [2]. Такі широкі податкові пільги скоріш за все будуть збережені і в Податковому кодексі України.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Яким бачиться майбутнє менеджменту конфесійних організацій України, Росії, інших країн СНД, і світу взагалі? Утакого специфічного господарства, заснованого на ідеологічних міркуваннях, може бути лише один шлях розвитку – суворе дотримання своєї ідеології. Усякий відступ, полегшення, забуття благодійних принципів організації – це крок на шляху знищення конфесійного господарства.

Список літератури: 1. Закон України «О налоге на добавленную стоимость» // Налоги и бухгалтер. – 2003. – № 5. – С. 3. 2. Земельные отношения в Украине // Бухгалтерия. – 2003. – Вып. 3. – № 29. – С. 27-35. 3. Земельные отношения в Украине // Бухгалтерия. – 2003. – Вып. 3. – № 29. – С. 27-35. 4. Закон Украины «О налоге на добавленную стоимость» // Налоги и бухгалтер. – 2003. – № 5. – С. 3. 5. Капинос Р.В. Религиозное хозяйство как альтернатива коммерциализации общества// Аграрная Россия. – 2007. – №2. – С. 20-22. 6. Капинос Р.В. Монастырские хозяйства: экономические отношения и место в современной национальной экономике. – М.: Институт экономики РАН, 2006. – 140с. 7. Налоговый кодекс РФ. – М.: Омега-л, 2006. – 814с.

Надійшла до редколегії 10.05.2012

УДК 330.131.7

О.В.КЛИМЕНКО, студентка, НТУ «ХП», Харків

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ, КЛАСИФІКАЦІЇ ТА МЕТОДІВ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті розглядаються основні підходи до визначення, класифікації та методів управління ризиками на промислових підприємствах.

В статье рассматриваются основные подходы к определению, классификации и методам управления рисками на промышленных предприятиях.

The article reviews the main approaches to the definition, classification and risk management techniques in the industry.

Діяльність промислового підприємства визначається наявністю різних зв'язків, завжди пов'язаних з ризиком, внаслідок настання якого діяльність підприємства може бути порушена або навіть припинена. Особливо гостро ця проблема постає в умовах ринкової економіки. Тут ризик проявляється у всьому своєму розмаїтті. Тому виникає необхідність наукового підходу до дослідження можливих ризиків виробничо-господарської діяльності підприємства, їх класифікації щодо даного комплексу підприємств, аналізу та оцінки ризику, його управління, що є важливою складовою частиною планової системи, а також обов'язковому страхуванню від можливих втрат, що сприятливим чином позначиться на економіці промислового комплексу та економіки країни в цілому.

Однак проведене дослідження показало, що не всі проблеми управління ризиками промислових підприємств достатньою мірою вивчені. У даний час залишається актуальним питання про неузгодженість наукових уявлень про сутність ризиків, методи їх попередження й управління. Практично відсутні дослідження специфічних особливостей ступеня впливу ризикоформуючих факторів на діяльність підприємств різної галузевої приналежності. У зв'язку з цим менеджери промислових підприємств позбавлені відповідної теоретичної та

методичної бази, а також інструментарію, що дозволяє своєчасно ідентифікувати, оцінювати ризики та розробляти програми з управління ризиками.

Процеси, що на даний час відбуваються в Україні, мінливі умови діяльності вимагають переорієнтації роботи промислових підприємств на аналіз та оцінку різноманітних зовнішніх і внутрішніх факторів, що впливають на ефективність їх діяльності. Промислові підприємства стикаються з необхідністю здійснювати виробничу діяльність у нових умовах, що характеризуються неоднозначністю та мінливістю законодавства, нестійкістю економічного середовища, інформаційною невизначеністю. Ризикова складова господарювання, яка останнім часом значно збільшилася, диктує необхідність відповідних теоретичних розробок у сфері її управління.

На підставі проведеного через основні характеристики порівняльного аналізу визначень категорії «ризик», визначені багатьма авторами і прослідковані в історичному аспекті, можна зробити висновок, що термін «ризик» не має однозначного розуміння в українській економіці. Це пов'язано з тим, що ризик – це складне багатоаспектне явище, яке знаходиться в постійному розвитку і динамічному русі, має безліч основ і передумов неспівпадаючих, а іноді протилежних визначень поняття «ризик».

Опрацювання терміна «ризик» виявило основні визначення ризику (таблиця), прийняті в літературі.

Таблиця. Основні визначення терміна «ризик»

Термін	Зміст визначення
Ризик	- Це «можливість небезпеки» або «дія наважання в надії на щасливий результат» [1]
	- Це ймовірність (загроза) втрати підприємством частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат у результаті здійснення певної виробничої та фінансової діяльності [1]
	- це дія (діяння, вчинок), що виконується в умовах вибору (в ситуації вибору в надії на щасливий результат), коли у випадку невдачі існує можливість (ступінь небезпеки) опинитися в гіршому становищі, ніж до вибору (ніж у випадку нездійснення цієї дії) [2]
	- стан, в якому сукупність можливих майбутніх подій перевищує число подій, які відбуватимуться насправді, визначені з деяким ступенем ймовірності [3]
	- це подія або група випадкових споріднених подій, що завдають шкоди об'єкту, який володіє даними ризиком [3]
	- функція, що є в основному результатом імовірності або величини збитку [4]
	- це зважена лінійна комбінація варіації й очікуваної величини (математичні очікування) розподілу всіх можливих результатів [5]

Підсумовуючи вищесказане, автор дійшла висновку, що ризик – параметр функціонування промислового підприємства, який відображає загальну ефективність прийнятих управлінських рішень, спрямованих на усунення невизначеності в умовах неминучого вибору для досягнення поставлених цілей. Таким чином, на думку автора, сутність ризику промислового підприємства полягає в можливості недосягнення суб'єктом господарювання мети, очікуваних результатів реалізації прийнятого управлінського рішення через об'єктивно наявну невизначеність. Отже, в основі ризику лежить імовірність недоотримання планованих доходів в умовах невизначеності, супутньої діяльності підприємства.

Причиною відсутності загальноприйнятої і досить повної класифікації ризиків виступає різноманіття ризиків у діяльності промислового підприємства. Внаслідок тісного взаємозв'язку та заміщення ризиків, їх важко класифікувати. Класифікація ризиків в тій чи іншій мірі відображає сприйняття ризику, що склалося в суспільстві, і залежить безпосередньо від точки зору, що може призвести до переходу ризику з одного виду в інший.

На думку автора, більш продуктивною буде класифікація ризиків промислових підприємств за сферою їх виникнення. У зв'язку з цим всі ризики можна розділити на дві великі групи: внутрішні ризики та зовнішні ризики.

До внутрішніх ризиків відносяться ризики, поява яких обумовлена діяльністю самих промислових підприємств. Джерелами таких ризиків можуть бути виробнича діяльність, сфера обігу, сфера економіки, сфера кадрового менеджменту.

До зовнішніх ризиків відносяться ризики, не пов'язані з діяльністю самого підприємства і які не піддаються його безпосередньому впливу. Джерелом таких ризиків є зовнішнє по відношенню до підприємства середовище. До таких ризиків, на думку автора, належать глобальні, політичні, економічні, екологічні та інноваційні [6].

Проблеми теорії та практики управління ризиками на промислових підприємствах різко загострюються в умовах глобалізації світової економіки. Глобальними ризиками є великомасштабні події або обставини, що виникають під впливом глобальних тенденцій. Умови просування товарів радикально змінилися. Мова вже не йде про те, щоб виробити більше товарів кращої якості, як це було раніше. На сьогоднішній день необхідно освоювати нові фактори успіху. Глобальні ризики носять системний характер: по силі свого впливу вони значно перевершують можливості стримувати ризики, що існують в межах окремого підприємства [7].

Політичні ризики пов'язані з виникненням збитків або зниженням прибутку внаслідок змін у державній політиці.

Економічний ризик – це ризик втрати конкурентоспроможності підприємства внаслідок непередбачуваних змін в економічному оточенні підприємства, наприклад, зміна податкових нормативів, негативна зміна валютних курсів для вітчизняних підприємств, зростання процентних ставок за кредити під фінансування оборотних коштів, агресивна демпінгова політика з боку країн-імпортерів та інших аналогічних факторів [8].

Екологічні ризики пов'язані із забрудненням навколишнього середовища і, на думку автора, залежать від таких факторів, як: зміна екологічної обстановки в регіоні, посилення вимог щодо відповідальності у сфері навколишнього середовища в регіоні господарювання підприємства, розміщення і функціонування на території регіону виробництв, які володіють підвищеною аварійністю, що збільшує ймовірність великих техногенних аварій і катастроф, вплив на виробничий процес стихійних сил природи і клімату регіону.

У класифікації ризиків не тільки наочно відображена приналежність ризиків до конкретної групи, що дозволяє уніфікувати оцінку ризику, але також найбільш повно перераховані самі ризики, що дозволяє впритул підійти до проблеми виявлення ризикоформуючих факторів.

Незважаючи на те, що в літературі є обширний перелік ризикоформуючих факторів, слід зазначити, що не може вважатися повним і остаточно розробленим перелік ризикоформуючих чинників а, отже, ризиків, які вони визначають. Запропонована автором класифікація ризикоформуючих факторів промислових підприємств складається з класифікаційних ознак і груп факторів ризику, зазначених на Рисунку 1. Даний підхід відрізняє практична спрямованість, оскільки він дозволяє однозначно визначити можливість впливу на ризикоформуючі чинники з боку підприємства. Так, зовнішні ризикоформуючі фактори непрямого впливу є нерегульованими, зовнішні ризикоформуючі фактори прямого впливу – слабо регульованими, а внутрішні ризикоформуючі фактори – умовно-регульованими. За допомогою розробленої класифікації ризикоформуючих чинників можливо визначити основні загрози діяльності промислового підприємства, а також вона є початковим етапом у формуванні системи управління ризиками на промисловому підприємстві. Головна її відмінність в тому, що класифікації, запропоновані раніше, не включають в себе всі притаманні їй класифікаційні ознаки, які, є суттєвими з позиції управління. Запропонована класифікація має такі властивості, як ієрархічність ознак, ком-

плексний характер, більш структурована і сприяє всебічному аналізу економічної діяльності.

Управління ризиком визначає напрямки і можливості забезпечення сталого розвитку підприємства, його можливості протистояти несприятливим ситуаціям. Організація грамотного ризик-менеджменту на підприємстві вимагає значних витрат матеріальних і людських ресурсів і є досить складною справою.

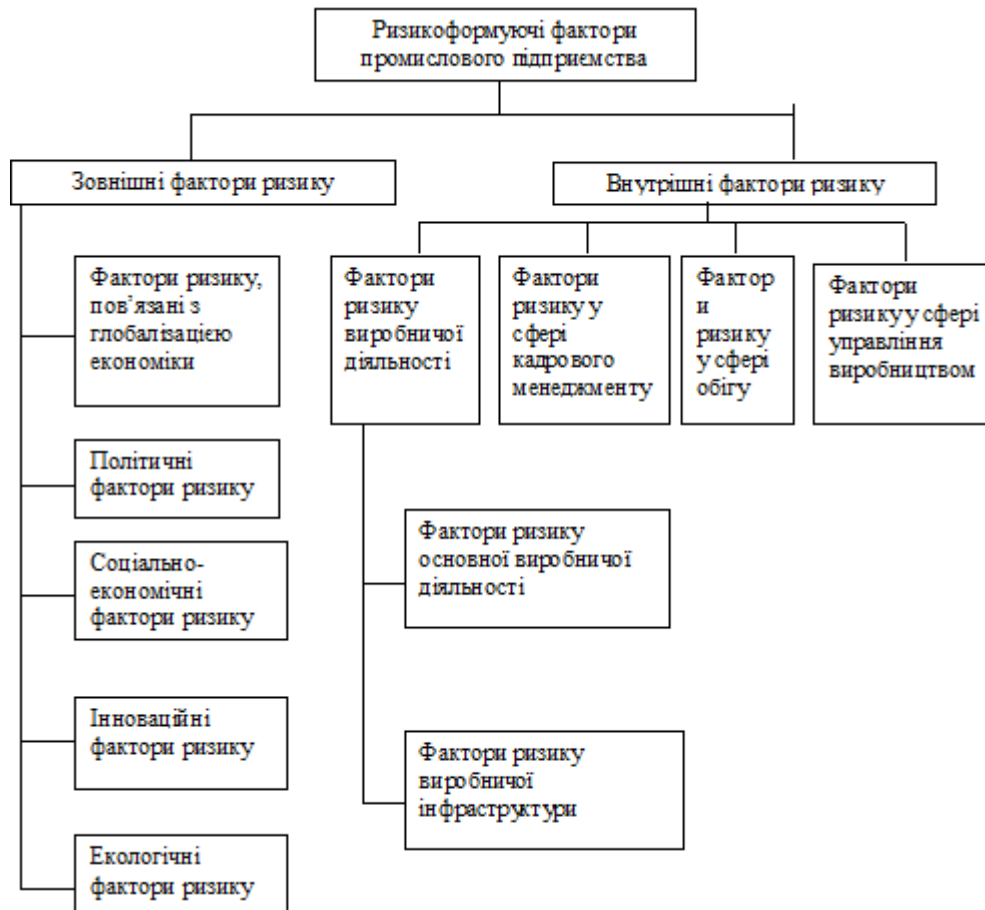


Рис.— Ризикоформуючі фактори промислових підприємств

Для створення ефективної системи управління ризиками на підприємстві необхідно визначити поняття системи управління ризиками промислового підприємства. На думку автора, система управління ризиками на промисловому підприємстві – це сукупність елементів організаційної структури підприємства, які взаємопов'язані функціями управління ризиками і процедурами, що забезпечують реалізацію управління ризиками методичним, інформаційним, технічним, кадровим та іншими ресурсами. На промисловому підприємстві управління ризиками буде результативним і ефективним тільки в тому випадку, якщо воно буде здійснюватися в межах системи менеджменту промислового

підприємства. Однією з основних тенденцій сучасного ризик-менеджменту є безперервне вдосконалення процесу управління ризиками [9].

Таким чином, чітке розуміння поняття «ризик», уміння своєчасно виявляти ризикоформуючі фактори, а також здійснювати аналіз ефективності управління ризиками взаємовідносин промислового підприємства з суб'єктами внутрішнього та зовнішнього середовища дає змогу менеджерам вчасно виявляти недоліки в управлінні цими ризиками й оперативно їх усувати або ж зменшувати вплив негативних наслідків їх настання.

Список літератури: 1. *Альгин А.П.* Риск и его роль в общественной жизни. – М.: Мысль, 1989.-187с. 2. *Рогов М.А.* Риск-менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2001. – 120с. 3. Большой экономический словарь/под ред. *А.Н. Азрилияна*. – М.: Фонд «Правовая культура», 1994.-528с. 4. *Гранатуров В.М.* Экономический риск: сущность, методы измерения, пути снижения: Учебное пособие – 2-е изд., перераб. И доп. – М.: Дело и сервис, 2002.-160с. 5. *Bannok G.* The Penguin Dictionary of Economics.- 4thed.-N.-Y.:Penguin Books, 1987. 6. *Герасимчук В.Г.* Управління ризиками в іноземному венчурному фінансуванні інноваційних проєктів / *В.Г. Герасимчук, О.В. Школьна* // Проблеми економіки та управління: Вісник Національного університету „Львівська політехніка”. – 2008. – № 628. – С. 424-429. 7. *Маркіна І.А.* Методологічні питання ефективності управління / *І.А. Маркіна* // Фінанси України. – 2000. – №6. – С. 24-32. 8. *Балдин К. В., Воробьев В. С.* Риск-менеджмент: Учеб. пос. – М.: Гардарики, 2005. – 285 с. 9. *Бандурака О.М., Коробов О.Л., Орлов П.І, Петрова К.Л.* Фінансова діяльність підприємств: Підручник. – К.: “Либідь”, 1998, – 285 с.

Надійшла до редколегії 30.04.2012

УДК 65 : 661.12

Н.С. КЛУНКО, докторант, канд. екон. наук, Санкт-Петербурзький університет управління і економіки.

РОЗВИТОК ЛОГІСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ ЯК МОТИВАЦІЙНИЙ ЧИННИК СТАНОВЛЕННЯ ГЛОБАЛЬНИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ НА ФАРМАЦЕВТИЧНОМУ РИНКУ

В даній статті розглядаються актуальні питання розвитку логістичних центрів для удосконалення процесу логістичного обслуговування фармацевтичних підприємств, що сприятиме створенню та функціонуванню глобальних логістичних систем на фармацевтичному ринку.

Ключові слова: логістичні центри, глобалізація, фармацевтична галузь, фармацевтичне підприємство, логістична система, глобальна логістична система, логістизація, зовнішньоекономічна діяльність.

В данной статье рассматриваются актуальные вопросы развития логистических центров для совершенствования процесса логистического обслуживания фармацевтических предприятий, что будет способствовать созданию и функционированию глобальных логистических систем на фармацевтическом рынке.

Ключевые слова: логистические центры, глобализация, фармацевтическая отрасль, фармацевтическое предприятие, логистическая система, глобальная логистическая система, логистизации, внешнеэкономическая деятельность.

In this article the pressing questions development logistic centers are examined for the improvement process logistic maintenance of pharmaceutical enterprises, which will be instrumental in creation and functioning the global logistic systems at the pharmaceutical market.

Keywords: logistic centers, globalization, pharmaceutical industry, pharmaceutical enterprise, logistic system, global logistic system, logistizaciya, foreign economic activity.

Постановка проблеми. Фармацевтичний ланцюжок постачань – це складна логістична система з високим рівнем відповідальності кожного учасника процесу, кінцевою метою якої є те, щоб відповідні лікарські засоби у встановлені терміни з дотриманням обов'язкових умов зберігання і транспортування були отримані відповідними споживачами. Через велику кількість обмежень, пов'язаних не лише з вимогами до зберігання і переміщення препаратів, але і з їх документальним супроводом, сертифікацією і ліцензуванням відповідного виду діяльності, фармацевтичний ланцюжок постачань, уразливий до впливу безлічі чинників, є системою операцій, де рівень сервісу, що надається, нижче 100% не допустимий, оскільки будь-яке інше значення цього параметра може вплинути на безпеку продукту для здоров'я людини.

Для забезпечення найвищого рівня сервісу учасники фармацевтичного комплексу вимушені створювати великі страхові (резервні) запаси на кожній з ланок ланцюжка постачань лікарських засобів – від виробника до кінцевого споживача. Вартість обслуговування запасів препаратів на складах і їх транспортування значно підвищується, оскільки ці процедури жорстко регламентуються законодавством і до них висуваються додаткові вимоги, пов'язані з дотриманням температурного режиму на складах і при доставці, необхідністю роздільного зберігання різних лікарських засобів, санітарного контролю, розділення потоків вхідної і вихідної продукції і так далі. Все наведене вище стимулює виробників і дистриб'юторів шукати вихід з даної ситуації, який при цільовому 100% рівні сервісу дозволить понизити витрати на логістику. У контексті вирішення оптимізаційних завдань украй важливо охопити весь ланцюжок постачань (у широкому її розумінні) – від науково-дослідних робіт по розробці препарату до його доставки кінцевому споживачеві. Оскільки рівень сервісу, зокрема якість, об'єми і терміни постачань лікарських засобів, повинні прагнути до 100%, це приводить до того, що витрати на логістику у фармацевтичній галузі є одними з найвищих.

Проблеми впровадження на підприємствах фармацевтичної промисловості логістичних підходів досліджувалася в роботах Є.В. Крикавського, І.С. Рикованової, Л.А. Янковського, Б.П. Громовика, М.В. Василевського, та інших вчених. Дані автори обґрунтували та детально описали конкретні технології логістичної діяльності в різних сферах фармацевтичного виробництва.

Істотний внесок у вивчення та розкриття сутності функціонування інфраструктурної логістики, здійснили як сучасні зарубіжні науковці – С. Абт, Б. Анікін, А. Бусигін, Є. Єрмошина, Т. Кадієв, С. Календжян, Ф. Кльозе, Ф. Пфоль, М. Троцкі, Дж. Б. Хейвуд, так і вітчизняні вчені-економісти – Б. Андрушків, О. Вівчар, М. Григорак, П. Дудкін, А. Кальченко, Є. Крикавський, Р. Ларіна, М. Окландер, В. Смиричинський, Н. Чухрай. Проблеми визначення місця логістичних центрів у логістичному ланцюгу присвячені дисертаційні роботи молодих учених: М. Довби, О. Никифорука, О. Полякової та Д. Товкуна, І. Струтинської.

Водночас, недостатньої уваги вітчизняні дослідники приділяють питанням точкових інфраструктурних об'єктів, а саме логістичним центрам. Вони розглядають питання розвитку логістичної інфраструктури без ув'язування з проблемами розвитку підприємств фармацевтичної галузі. Зазначені обставини й обумовили вибір теми статті.

Мета дослідження. Метою даної статті є обґрунтування необхідності використання логістичних центрів в діяльність фармацевтичних підприємств з метою забезпечення їх економічної безпеки та мотиваційності створення глобальних логістичних систем (ГЛІС) за участю фармацевтичних підприємств в Україні, Росії та світі взагалі.

Виклад основного матеріалу. До 2009 року переважна більшість представництв іноземних компаній займалися переважно захистом інтересів виробника на фармацевтичному ринку, не здійснюючи при цьому торгівельно-господарської діяльності на території іншої країни. Криза зробила свій вплив на ринок, підштовхнула представництва (філії) до посилення контролю над продажами і початку повноцінної комерційної діяльності. Це спричинило необхідність самостійної організації міжнародних перевезень препаратів, роботу по митному оформленню товарів, консолідацію продукції на комерційних складах і у ряді випадків розподіл товарів власними силами, наприклад, з метою зниження витрат на логістику, що, у свою чергу, приводило до підвищення маржинальності бізнесу. На сьогодні не так багато підприємств СНД на країн ближнього зарубіжжя чи їх представництв, що займаються в повному об'ємі ланцюжками постачань, оскільки повноцінний менеджмент якості, кількості і його вартості – це непростий і дуже капіталомісткий процес, який може дозволити собі компанія з великим товарним оборотом. Типова бізнес-модель для резидента, що виробляє міжнародні бренди лікарських засобів, включає імпорт това-

рів і зберігання запасів на складі, інколи – митне оформлення, рідше – самостійну дистрибуцію. Найчастіше за розподіл продукції, яка пройшла митне оформлення, відповідають дистриб'ютори.

На фармацевтичному ринку ланцюжок потоків виглядає наступним чином (рис. 1) [1]:

Логістичний ланцюжок постачання лікарських засобів зарубіжного виробництва включає виробництво продукції, зберігання на консолідаційному складі виробника або дистриб'ютора, доставку товару на територію іншої країни, митне оформлення, зберігання на складі вантажовласника-імпортера, дистрибуцію або адресну доставку в інші канали збуту. Всі ці процеси повинні проходити під суворим контролем виконання правил транспортування і зберігання препаратів.

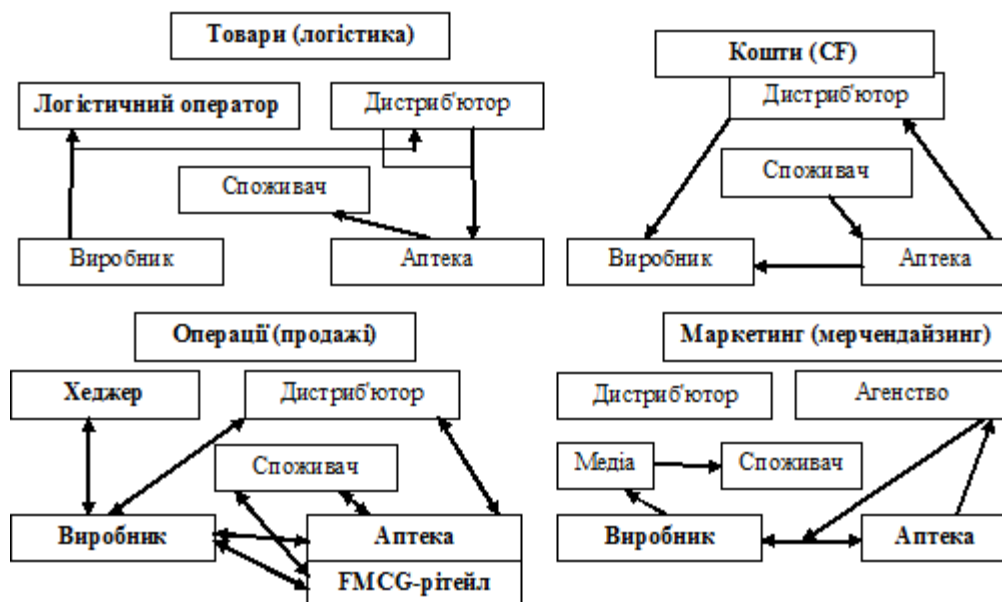


Рис. 1. – Потоки (матеріальні та інформаційні) на фармацевтичному ринку

Потрібно зазначити, що для роботи на фармацевтичному ринку будь-якої країни сучасні фармацевтичні компанії вимушені долати ряд обмежень:

- складна дозвільна система;
- розвиненість логістичної інфраструктури (недостатня кількість спеціалізованих складів і транспорту);
- висока залежність від виробничих планів і потужностей (лікарські засоби виробляються серіями для конкретного регіону в певній кількості і з обмеженими термінами придатності);

- складний облік товару (обмежені терміни придатності і облік по серіях виробництва);
- наявність на ринку контрафактної продукції;
- недостатнє впровадження інтегрованих інформаційних систем обліку переміщення готової продукції від виробника до кінцевого споживача.
- спеціальні умови зберігання, транспортування (різні температурні режими, показники вологості, тривалість зберігання, товарне сусідство і ін.) [2].

Особливу увагу необхідно приділити питанню дозвільної документації. Ліцензійні умови здійснення господарської діяльності по виробництву лікарських засобів, оптової, роздрібної торгівлі лікарськими засобами (далі – Ліцензійні умови) є списком правил і вимог, яких повинна дотримуватися компанія, що бажає сертифікувати об'єкт (склад), на якому планується організація складських операцій з препаратами, або отримати ліцензію на роздрібну для оптової торгівлі лікарськими засобами. Останнім часом кількість препаратів, для яких обов'язкове дотримання певних температурних умов, постійно зростає, а це передбачає додаткові вимоги, а також обмеження для процесів транспортування і зберігання. Основна частина таких лікарських коштів складається з речовин, що діють, в процесі транспортування і зберігання яких обов'язкове дотримання відповідного температурного режиму, оскільки від цього залежить не лише ефективність, але і рівень безпеки продукції для кінцевих споживачів. Особливі умови зберігання і транспортування повинні виконуватися всіма учасниками логістичного ланцюжка – виробниками, перевізниками, складськими операторами, дистриб'юторами, аптеками і лікарнями. Велика кількість посередників між виробником і кінцевим споживачем ускладнює завдання виконання обов'язкових вимог. Управління процесом постачань фармацевтичних товарів з дотриманням температурного режиму в логістичному ланцюзі приводить до необхідності сертифікації транспортних засобів і складів, які мають бути оснащені спеціальним холодильним устаткуванням.

Ліцензійні умови значно обмежують участь 3pl – операторів (3pl – Third-party Logistics) в повноцінній «грі» на фармацевтичному ринку, зводячи їх роль до роботи з рекламною продукцією, призначеною для просування лікарських засобів, що не передбачає ліцензування. 3pl – оператори не квапляться вступати в конкуренцію з фармацевтичними дистриб'юторами, та варто відзначити, що з кожним днем всі комплексні логістичні провайдери з великим інтересом розглядають можливість «відщипнути» собі «шматок фармацевтичного пирога».

Зрп – оператори займаються організацією і управлінням перевезеннями, обліком і управлінням запасами, підготовкою імпортно-експортної і фрахтової документації, складським зберіганням, обробкою вантажу, доставкою кінцевому споживачеві.

Необхідно зауважити, що інфраструктурні обмеження, обумовлені якістю наявних складів і автотранспортного парку, практично непосильні для окремих невеликих компаній, вимушених змиритися з ситуацією і максимально ефективно використовувати ті активи, які пропонуються на ринку. Істотний вплив на логістичні процеси, пов'язані з виробництвом і розподілом продукції, надає досить низький рівень координації дій багатьох чисельних учасників ланцюжка – як між собою, так і усередині окремих компаній (логістичних систем). Низька узгодженість логістичних систем спричиняє за собою збільшення витрат і зниження об'єму постачань лікарських засобів споживачам. В даний час питання логістизації (відлагодженої координації і управління залишками в процесі руху товару по ланцюжку) є, на нашу думку, одним з найбільш важливих для компаній-операторів. Причому починати слід з внутрішньої логістизації (координації між відділами компанії). Через незлагодженість роботи маркетингового відділу, відділу закупівель і медичного підрозділу рівень запасів може підвищитися на 15-20%, а відсутність товару на складах – привести до зростання витрат на транспортування на 20-30% [1]. Координація роботи усередині компанії лежить в області підвищення рівня комунікації і якості планування власних маркетингових акцій, аналізу продажів товару, формування усвідомлених планів продажів, координації дій з виробниками і постачальниками товарів. В умовах величезної невизначеності на ринку компанії повинні володіти високою гнучкістю в ухваленні рішень і здатністю швидко реагувати на змінні запити ринку. Для цього їм необхідна прогресивна система прогнозування потреб ринку. Між якістю прогнозування потреб в товарах і рівнем сервісу, що надається клієнтові, існує пряма залежність. Зазвичай в базах даних облікових систем компаній зберігається маса інформації яка є корисною, але такою, що не враховується при ухваленні управлінських рішень, яку слід було б використовувати при розрахунку прогнозів потреби продукції. Для побудови прогнозів розроблено ряд спеціальних програмних продуктів, в які закладені різні алгоритми, проте всі ці програми об'єднує одне – в якості вихідних даних використовується детальна статистика про продажі в минулі періоди. Чим краща якість і повнота вихідних даних, тим вища точність прогнозування. Для здобуття якісного прогнозу потреби товарів рекомендується нагромаджувати такі вихідні дані, які повинні містити історію продажів продукції за останніх 3 роки, що дозволить відстежити сезон-

ні тренди по товарах і інші чинники, що зробили вплив на продажі, а також інформацію про терміни і результати проведення маркетингових акцій. Важливим чинником, що впливає на якість прогнозу, є різні ситуації, пов'язані з дефіцитом товарів або недопродажів на ринку унаслідок державних обмежень на торгівлю або проблем з дозвільною документацією. Також при формуванні прогнозів повинні фіксуватися і враховуватися різноманітні нестандартні ситуації, що виникають та позначаються на продажах.

В світлі всього вищевикладеного для фарм-оператора, що бажає поліпшити бізнес, необхідний комплексний підхід до логістичних операцій – погляд на логістику в ширшому контексті як на управління ланцюгами постачань. Для досягнення бажаного рівня витрат на логістику одночасно з підтримкою високого рівня обслуговування компаніям, на наш погляд, слід сфокусуватися на розподілі зусиль між внутрішньою логістикою і аутсорсингом, а також на побудові інтегрованого інформаційного простору, в рамках якого виявиться можливим отримувати необхідні дані для підвищення якості прогнозів товарної потреби і поліпшення якості комунікації на різних етапах ланцюжка постачань. Такий інформаційний майданчик дозволить мінімізувати ризики накопичення товарів на складах або їх браку, що в сукупності з аутсорсингом процесів складської обробки і транспортування дасть можливість знизити загальні витрати на логістику при збереженні високого рівня сервісу для клієнтів і споживачів [3].

На наш погляд такими інформаційними майданчиками можуть слугувати логістичні центри фармацевтичних компаній.

Логістичний центр фармацевтичного сектору (ЛЦ) – це діловий центр (складна система), що складається з численних взаємопов'язаних елементів, який акумулює резерви матеріальних ресурсів, необхідних для вирівнювання коливань обсягів постачань і попиту під часи виробництва та продажу лікарських засобів, а також синхронізації швидкостей потоків товарів у системах просування від виробників до споживачів або потоків матеріалів у виробничих системах як на національному, так і на міжнародному рівнях [4].

Процес глобалізації в умовах сучасної фінансово-політичної нестабільності та економічної кризи, послаблюють шанси фармацевтичних підприємств протистояти різноманітним подразникам. Саме тому, центром уваги мають стати захисні заходи проти агресивного зовнішнього середовища, спрямовані на зниження потенційного економічного ризику. Враховуючи те, що основними напрямками зниження ризику є диверсифікація, страхування та отримання дода-

ткової інформації, на нашу думку саме становлення та розвиток логістичних центрів на території нашої держави забезпечуватиме розподіл ризику між усіма ланками логістичного ланцюга [5].

Оскільки логістичний центр фармацевтичної компанії є відкритою системою із своїми матеріальними та інформаційними потоками, то він буде зв'язаний і співпрацюватиме з багатьма постачальниками, споживачами, експедиторами та іншими організаціями, які також є відкритими системами. Саме тому виникатимуть труднощі щодо подолання місць стику при співпраці даних систем (організацій). У місцях стику матеріальний чи інформаційний потік однієї організації переходить через межі правочинності та відповідальності інших підприємств. Забезпечення плавного подолання даних місць стику є одним із важливих завдань логістизації фармацевтичної компанії, яке вирішуватиме логістичний центр [5].

На нашу думку логістичний центр є сучасним методом організації доставки товарів і служитиме провайдером, який допоможе побудувати й експлуатувати інтегровану та раціональну логістичну систему фармацевтичної компанії.

Адже більшість вантажів міжнародної й внутрішньої торгівлі йде в змішаному сполученні за участю різних видів транспорту. Щоб успішно організувати й здійснити їхній рух у варіанті «від дверей до дверей», потрібна інтегрована логістична система, створена компанією – провайдером логістики, що візьме на себе питання організації та забезпечення всього комплексу операцій з доставки товару сучасними методами, у тому числі виписку наскрізної документації, формування наскрізної ставки тарифу, виконуючи частину операцій самотужки та залучаючи субпідрядників при аутсорсингу окремих операцій, проте, приймаючи на себе відповідальність за їхні дії.

Побудова та експлуатація провайдерами інтегрованих логістичних систем тісно пов'язані із двома основними напрямками науково-технічного прогресу: удосконалюванням управління каналами постачання продукції та удосконалюванням технології доставки. Саме тому застосування логістичних центрів у діяльності фармацевтичних компаній надасть їм безліч переваг (рис. 2) [5].

У цілому ж ринок страждає від недостатчі незалежних і нейтральних провайдерів логістичних послуг, що володіють здатністю вирішувати питання з позиції ланцюжка постачань.

В умовах глобалізації ринку фармацевтичної продукції діяльність провайдера логістики, тобто підприємства (ЛЦ), що забезпечує функціонування логістичного ланцюга постачань (особливо це стосується роботи ГЛЛС), набу-

ває особливо важливого значення. У світі не існує самодостатніх з погляду логістики підприємств на національному та міжнародному рівнях. Сучасні тенденції такі, що цей процес укоренився і має довгострокову перспективу. Світова економіка у всезростаючих масштабах прибігає до аутсорсингу логістичних послуг.

Саме тому вважаємо, що логістичні центри виступатимуть саме тим мотиваційним чинником, який сприятиме становленню глобальних логістичних систем (ГЛЛС) у фармацевтичному бізнесі.



Рис. 2. – Вигоди, отримані міжнародними фармацевтичними компаніями внаслідок становлення та розвитку міжнародних логістичних центрів

Процес стратегічного планування побудови глобальних логістичних систем (ГЛЛС) у зовнішньоекономічній діяльності повинен складатися з наступних

етапів: оцінка, постановка завдання, встановлення пріоритетів і впровадження (рис. 3)

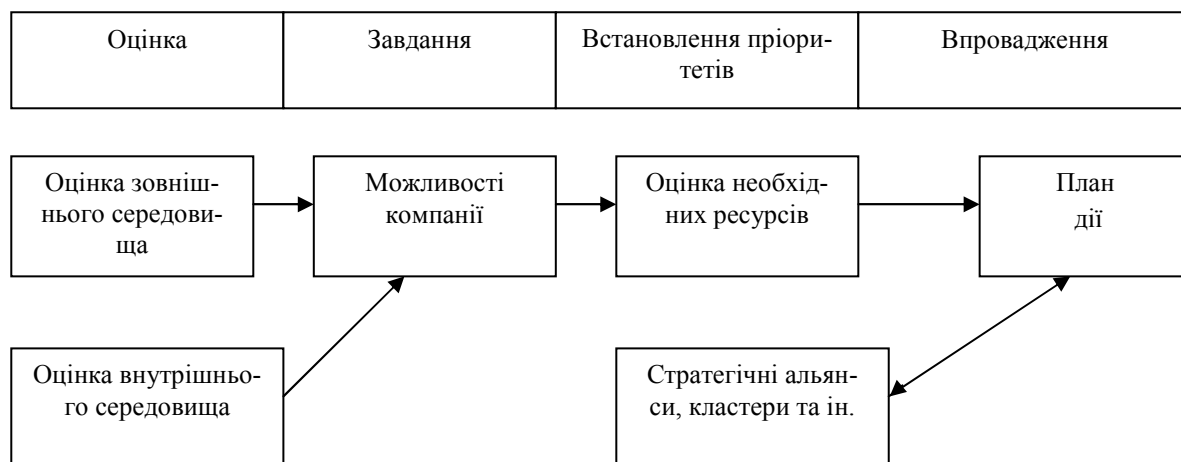


Рис. 3. – Етапи стратегічного планування глобальної логістичної системи (ГЛЛС)

Досвід країн з розвинутою ринковою економікою показує, що логістиці належить важлива роль у формуванні загальної корпоративної стратегії.

Особливо це стосується компаній, що практикують найбільш передові технології, засновані на інтегрованих логістичних мережах. Впровадження сучасних методів логістичного менеджменту в практику ведення бізнесу, і в тому числі на міжнародному рівні, дозволяє скоротити товарні запаси, знизити витрати виробництва і обігу, скоротити строки тривалості функціональних логістичних циклів, поліпшити обслуговування споживачів.

Основне призначення логістичної стратегії у зовнішньоекономічній діяльності – підтримка загальної корпоративної стратегії. Серед логістичних стратегій фармацевтичних підприємств на міжнародному рівні можна відзначити стратегії мінімізації витрат, мінімізації капіталовкладень у власну інфраструктуру, кардинального поліпшення обслуговування споживачів.

Середовище, у якому ведеться фармацевтичний бізнес, показує, яким є положення в цей час, стратегії (у тому числі і у сфері побудови та функціонування ГЛЛС), положення, яке підприємство хоче займати в майбутньому. Виходячи із цього, логістична стратегія – це шлях досягнення підприємством своїх цілей.

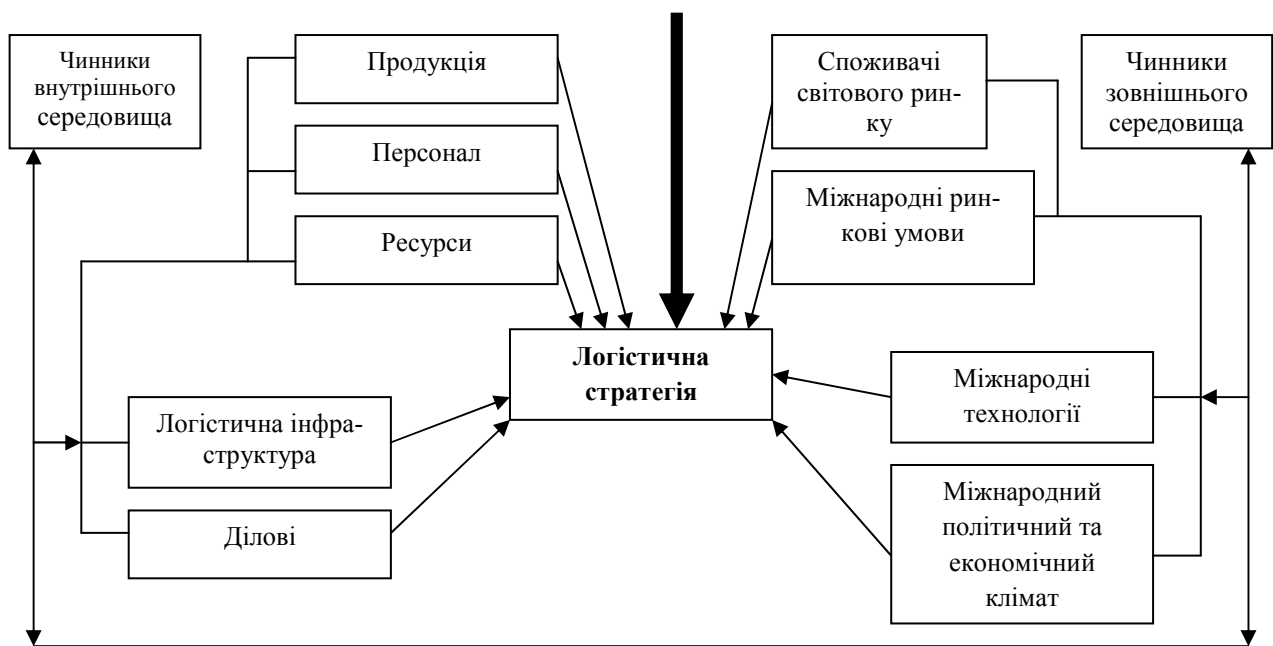


Рис. 4. Стратегічні чинники, що враховуються при побудові міжнародних логістичних систем

Логістичні стратегії у сфері ГЛІС – це набір цілей, процедур, елементів системи. Все це логістичний бізнес-план, що складається з досить великої кількості пунктів і підпунктів. Але головне, без чого він не може обійтися:

- загальне резюме, яке подає логістичну стратегію у сфері міжнародних логістичних систем, що відповідає на запитання, як ця стратегія пов'язана із загальним напрямком діяльності з погляду цільових показників і даного бізнесу в цілому.
- цілі та завдання глобальної логістичної стратегії, показники роботи і критерії її оцінки;
- відбиття шляхів досягнення поставлених завдань, які зміни передбачаються і як ними управляти;
- опис того, який внесок у досягнення показників бізнес-плану будуть вносити окремі логістичні функції (постачання, збут, транспорт, склади тощо) і як буде організовано їхню взаємодію;
- обґрунтування необхідних для реалізації плану засобів і ресурсів, фінансових вкладень та показників роботи. Стратегічна важливість логістики, особливо якщо мова йде про ГЛІС, стає ясною, коли зрозумілий її внесок у прийняття найважливіших рішень, коли очевидний її вплив на довгострокові показники роботи. Логістична стратегія – функціональна стратегія, що показує, як логістика вносить свій внесок у загальний успіх. Багато аспектів логістики мо-

жуть мати стратегічну значимість, а спрямованість стратегії показує, що саме дане підприємство вважає найбільш важливим. Логістичну стратегію побудови й функціонування ГЛЛС у зовнішньоекономічній діяльності варто розробляти, постійно пам'ятаючи про цілі, задані у стратегіях більш високого рівня, а також про сильні боки підприємства і умови, у яких воно веде свій бізнес. Загалом єдиної, універсальної, підходящої для всіх стратегії, у тому числі і зовнішньоекономічної, не буває. Вона розробляється виходячи з безлічі конкретних чинників і специфіки діяльності [5].

Серед можливих схем створення глобальних логістичних систем (ГЛЛС) можна виокремити такі, як:

- 1) будівництво нових виробничих потужностей «з нуля» або придбання в країні існуючого заводу;
- 2) контрактне виробництво лікарських засобів;
- 3) співробітництво з національним виробником;
- 4) застосування лише кінцевої стадії виробництва лікарських засобів в даній країні тощо.

Особливості, переваги та недоліки кожного із можливих шляхів оптимізації ведення фармацевтичного бізнесу потребують окремого детального аналізу.

Висновки та напрямки подальших досліджень. Таким чином, наукова новизна дослідження полягає в обґрунтуванні необхідності використання послуг логістичних центрів вітчизняними фармацевтичними компаніями з метою забезпечення їх економічної безпеки та мотиваційності створення глобальних логістичних систем за їх участі.

На нашу думку логістичні центри виступатимуть підґрунтям для розробки нового теоретико-методологічного підходу до логістизації діяльності фармацевтичного комплексу, суть якого полягатиме в оптимізації взаємозв'язків сукупності організаційно-економічних процесів, метою яких є ефективне формування логістичний потоків. Результатом такої оптимізації виступатиме мінімізація сукупних витрат обігу, максимізація прибутку підприємницьких структур і соціального ефекту суспільства загалом.

Список літератури: 1. Dziok D. Dobra Praktyka Dystrybucji w logistyce farmaceutykow // Logistyka. – 2010. – № 6. – р. 37-40. 2. Pahl H. Tracking and Tracing for Logistic Centres Network. A project in the Baltic Sea Region INTERREG III B programme /H. Pahl. – Poland, 2003. – 24 p. 3. Pahl H. Definition of the ICT pilot system for Logistic Centres Network. A project in the Baltic Sea Region INTERREG III B programme. / H. Pahl, M. Rosenbaum. – Poland: 2003. – 30 p. 4. Струтинська І.В. Місце логістичних центрів у логістичному ланцюгу / І.В. Струтинська // Матеріали міжнародної наукової конференції

молодих вчених «Формування нового світового економічного порядку» (Тернопіль, 14-15 травня, 2009 р.) / Тернопільський національний економічний університет. – ТНЕУ. – Тернопіль, 2009. – с. 339. 5. *Струтинська І.В.* Проблеми логістичного управління підприємствами / *І. В. Струтинська* // Наука й економіка: науково-теоретичний журнал. – Хмельницький : ХЕУ, 2010. – Випуск 4 (20). – С. 214.

Надійшла до редколегії 23.05.2012

УДК 336.7

Т.І. КОЧЕТОВА, доцент, НТУ «ХПІ», Харків,
О.О. ПАНЧІШНА, студентка, НТУ «ХПІ», Харків,
І.В. ШУТЬ, студентка, НТУ «ХПІ», Харків

АНАЛІЗ СТРОКОВОЇ СТРУКТУРИ ВІДСОТКОВОЇ СТАВКИ НА УКРАЇНСЬКОМУ РИНКУ ДЕРЖАВНИХ ОБЛІГАЦІЙ

У роботі розглянуто особливості формування відсоткових ставок на державні облігації в залежності від строку до погашення, фактори, що обумовлюють поведінку кривої доходності, проаналізовано тип кривої та розроблено прогнози щодо її поведінки у короткостроковому періоді.

Ключові слова: фондовий ринок, облігація, крива доходності, структура відсоткової ставки.

В работе рассмотрены особенности формирования процентных ставок на государственные облигации в зависимости от срока погашения, факторы, обуславливающие поведение кривой доходности, проанализирован тип кривой и разработаны прогнозы относительно ее поведения в краткосрочном периоде.

Ключевые слова: фондовый рынок, облигация, кривая доходности, структура процентной ставки.

The paper is deals with features of interest rates of a state bonds forming in dependence from term to maturity, factors determining yield curve behavior, the yield curve type is analyzed and prognoses concerning it's future behavior are made.

Keywords: fund market, bond, curve of profitableness, structure of interest rate.

Актуальність. У розвинених країнах, таких як США, Англія, емпіричний аналіз строкової структури відсоткової ставки почався набагато раніше, ніж в країнах, що розвиваються, враховуючи Україну. Проблема вивчення кривої доходності постала в Україні лише в останні роки. Сприятливі умови для інвестування у 2007 році, швидкі темпи відновлення після світової фінансової кризи, а також масштабний розвиток інфраструктури напередодні футбольного чемпіонату «Євро-2012» стали позитивним сигналом для інвесторів. Саме це і підкреслює необхідність комплексного дослідження українського ринку державних облігацій, зокрема дослідження загального характеру поведінки та визначення залежності між строком до погашення та величиною доходності.

Мета. Метою роботи є визначення характеру поведінки кривої доходності український державних облігацій, побудувати її модель та визначити фактори, що на неї впливають. Спираючись на отримані результати, розробити про-

гнози щодо доходності за досліджуваними цінними паперами у короткостроковому періоді.

Постановка проблеми. Оцінка строкової структури відсоткової ставки, аналіз поведінки кривої доходності та її інтерпретація – є одними з найважливіших процесами для інвестора, що передують прийняттю рішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до очікувань економістів, Український ринок облігацій, що постійно знижався протягом кількох останніх років, має усі необхідні умови для повного посткризового відновлення у поточному році.

В цілому, український ринок цінних паперів, згідно результатів першого півріччя 2011 року, демонструє прогресивну динаміку зростання торгових об'ємів як на первинному, так і на вторинному ринках цінних паперів. Перший квартал 2011 року характеризується значним зростанням ділової активності емітентів корпоративних облігацій. Так як саме протягом цього періоду об'єм емісій облігацій значно виріс (6 874,34 млн. грн., що складає 73 % від об'єму попереднього року). Такий високий рівень активності на первинному ринку корпоративних облігацій був спричинений тим фактом, що банки знову почали випускати велику кількість облігацій. Так банки, що у минулому значно скоротили випуск облігацій, здійснили емісію на суму 4,5 млрд. грн., що у 1,4 рази перевищує загальний об'єм 2010 року.

Первинний ринок корпоративних облігацій характеризується найвищою концентрацією. Так п'ять найбільших емісій складають 69,32% від загального об'єму зареєстрованих випусків облігацій. Динаміка змін частки корпоративних облігацій у загальному об'ємі представлена на рисунку 1. Найбільшу емісію облігацій на суму 1,6 млрд. грн. здійснив комерційний банк "Приватбанк".

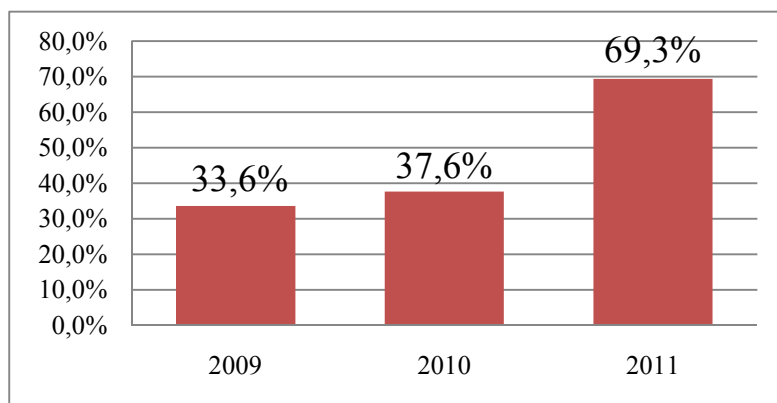


Рис. 1 – Частка корпоративних облігацій у загальному об'ємі емісії облігацій

Ситуація на українському ринку облігацій внутрішньої державної позики знаходиться у кореляції з ліквідністю банківської системи, що залишається на високому рівні з початку 2011 року.

Ринок облігацій внутрішньої державної позики продовжує демонструвати тенденцію до зростання. На вторинному (організованому) ринку державних цінних паперів обсяг укладених угод за січень – червень 2011 року становив 39 189,25 млн. грн., проте за відповідний період 2010 року – 24 679,75 млн. грн. Середньозважений рівень доходності за цими операціями коливався в січні – червні 2011 року в діапазоні 8,46 % – 9,49 %, а в аналогічному періоді 2010 року – 10,67 % – 15,66 %.

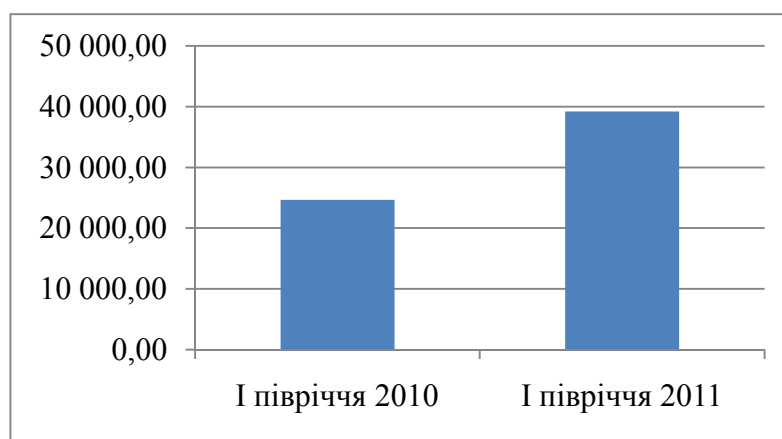


Рис. 2 – Об'єм укладених угод на ринку ОВДП, млн. грн.

У січні – червні 2011 року Міністерством фінансів України було розміщено облігацій внутрішніх державних позик на загальну суму 35 469,97 млн. грн. із середньозваженою доходністю 9,15 % річних. Сума коштів, що надійшла до Державного бюджету України в січні – червні 2011 року за результатами проведення аукціонів з первинного розміщення ОВДП, становила 18 115,97 млн. грн. із середньозваженою доходністю 8,81 % річних. Загальний обсяг ОВДП, що перебувають в обігу, на 01.07.2011 становив 156 529,98 млн. грн.

Залежність ставки внутрішньої доходності грошового потоку по облігації при намірі покупця утримувати цю облігацію до дати погашення на українському ринку позикового капіталу була досліджена за допомогою лінійної моделі регресії. Вихідні дані представлені у таблиці 1.

На основі вихідних даних була побудована регресійна модель. Числове значення коефіцієнту детермінації близьке до 1, це підтверджує сильну залежність між доходністю і строком до погашення, що спостерігалася. Згідно регре-

сійної моделі коефіцієнт детермінації (R^2) становить 0,8481, тобто 84,81% – це частка повної залежності ставки доходності від строку погашення, що пояснюється коливанням кількості періодів, що залишилися до строку погашення облігації. Лише 15,19% випадків зміни доходності не можуть бути пояснені збільшенням або зменшенням кількості років, що залишилися до дати погашення.

Таблиця 1. Вихідні дані регресійного аналізу

Інструмент	Ціна	Купонна ставка, %	Номинальна вартість	Кількість періодів до погашення, років	Дата розміщення	Дата погашення	Yield to maturity, %
UA4000076780	98,8	10,5	1000	1	27.07.2010	27.07.2011	5,94
UA4000064893	104,25	13	1000	2	23.03.2010	21.03.2012	7,98
UA4000053912	106,85	15,7	1000	3	17.04.2009	11.04.2012	8,03
UA4000061451	115,35	20	1000	3	03.11.2009	31.10.2012	8,93
UA4000064018	117,85	20	1000	3	16.02.2010	20.02.2013	9,18
UA4000065429	108,95	14,5	1000	3	13.04.2010	27.03.2013	9,44
UA4000048508	104,85	12	1000	5	20.11.2008	23.10.2013	10
UA4000048391	104,5	12	1000	5	17.11.2008	06.11.2013	10,22
UA4000064166	114,4	15	1000	5	23.02.2010	28.01.2015	10,54

Також у моделі регресії були визначені коефіцієнти b_0 та b_1 :

$$b_0 = 5,812$$

$$b_1 = 0,932.$$

Лінійне рівняння регресії виглядає наступним чином (1):

$$Y^{\wedge} = 5,812 + 0,932 \cdot x_i \quad (1),$$

На основі рівняння (1) були розраховані можливі числові значення Y (таблиця 2).

Таблиця 2. Вихідні дані для побудови регресійної моделі

$Y^{\wedge}$, Yields	6,744	7,676	8,608	8,608	8,608	8,608	10,472	10,472	10,472
X_i , Years	1	2	3	3	3	3	5	5	5

Використовуючи дані з таблиці 2 були побудовані діаграма розсіювання та лінія регресії (рисунок 3).

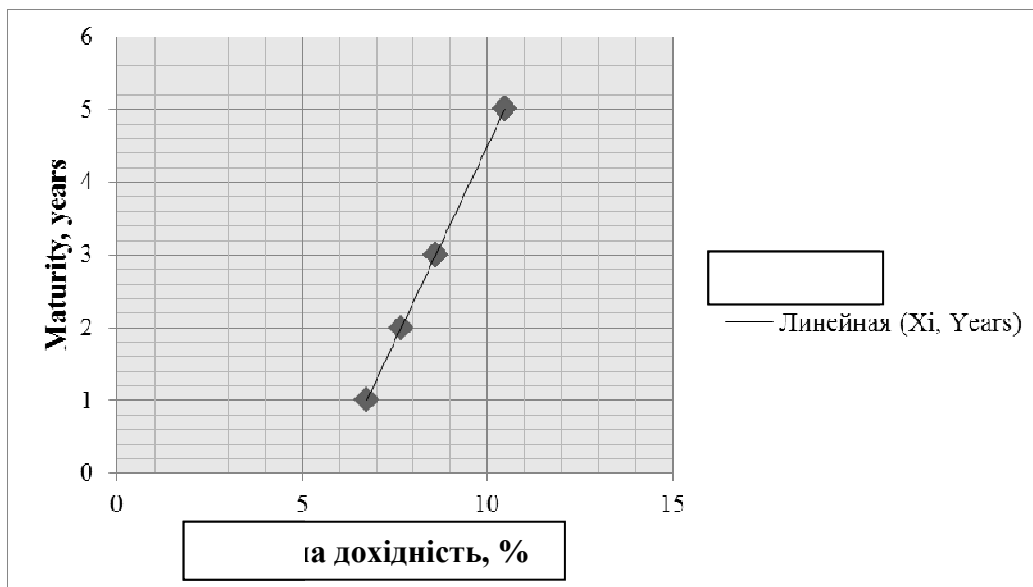


Рис. 3 – Графік моделі регресії

З аналізу нахилу кривої та вихідних даних видно, що крива дохідності українських облігації має зростаючий (позитивний) нахил. Тому що інвестори, що вкладають свої кошти у довгострокові позикові цінні папери приймають більше ризиків, пов'язаних з можливістю банкрутства емітентів облігацій, зростанням ставки інфляції та змінами на ринку строкового позичкового капіталу.

Висновки. Проведений аналіз показав, що український ринок державних облігацій має прогресивну динаміку. Обсяги торгів зросли як на первинному так і на вторинному ринках. Було з'ясовано, що позитивні тенденції на ринку обумовлюють такі фактори як зниження ймовірності дефолту випускника цінних паперів, висока ліквідність комерційних банків та страхових компаній, підвищення рівня активності лізингових, факторингових та інших фінансових установ, а також необхідність компаній у довгостроковому фінансуванні. Було побудовано та проаналізовано криву дохідності для українського ринку державних облігацій. З'ясовано, що вона має позитивний уклін, тобто дохідність за цінним папером зростає зі збільшенням строку до погашення. Завдяки моделі регресії, було визначено, що залежність доходності від строку до погашення становить 84,81%. Це підтверджую основну ідею економістів та науковців, що чим більший строк до погашення за борговими цінними паперами, тим вища відсоткова ставка через ризик, який бере на себе інвестор, вкладаючи гроші у довгостроковій перспективі.

Список літератури: 1. Carleton, W.T.; Cooper, I.A. (1976): Estimation and Uses of the Term Structure of Interest Rates, *Journal of Finance* 31, 1067-1083. 2. Darbha, G.; Roy, S.D.; Pawaskar, V. (2000): Estimating the Zero Coupon Yield Curve. 3. Sharpe, W.F.; Bailey J.V.; Alexander G.J. (2003): *Investment*. 5th ed., 129-135. 4. Ross, S.A.; Westerfield, R.W.; Jordan, B.D. (2008): *Corporate Finance Fundamentals*, 8th ed., Boston. 5. Jarrow, R., *Modelling Fixed Income Securities and Interest Rate Options*, McGraw – Hill, 1996, Chapters 2-3. 6. Choudhry, M.,D., Joannas, R. Pereira, R., Pienaar, *Capital Markets Instruments: Analysis and Valuation*, Ft Prentice Hall 2001. 7. Уильям Ф. Шарп, Гордон Дж. Александер, Джеффри В. Бейли 2008, Инфра-М, 1028с. 8. <http://www.eavex.com.ua/>

Надійшла до редколегії 03.04.2012

УДК [338.512 + 658.011.47]: 669.2/.8

Е.Г. ЛЕСНИЧЕНКО, магістрант, НАУ «ХАИ», Харків

ОСОБЕННОСТИ ЗАТРАТ НА ПРОИЗВОДСТВО В МЕТАЛЛУРГИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ И ПУТИ ИХ СНИЖЕНИЯ

В работе пойдет речь об особенностях затрат на производство продукции в металлургической отрасли. Предложены пути снижения себестоимости продукции на примере предприятия металлургической отрасли, а также представлены исследования о целесообразности внедрения предложенных мероприятий на любом предприятии металлургической отрасли.

Ключевые слова: элементы затрат, себестоимость, поставщики, цена, качество, экономический эффект, экономическая эффективность.

У роботі піде мова про особливості витрат на виробництво продукції в металургійній галузі. Запропоновано шляхи зниження собівартості продукції на прикладі підприємства металургійної галузі, а також представлені дослідження про доцільність впровадження запропонованих заходів на будь-якому підприємстві металургійної галузі.

Ключові слова: елементи витрат, собівартість, постачальники, ціна, якість, економічний ефект, економічна ефективність.

We discussed about the features of production costs in the metallurgical industry. The ways of reducing production costs by the example of company of metallurgical industry, and presented a study on the feasibility of implementing the proposed activities in any enterprise oriented toward the metallurgical industry.

Key words: cost elements, cost, suppliers, price, quality, economic effect, economic efficiency.

Введение. Металлургия – базовая отрасль народного хозяйства Украины, обеспечивающая более 25 % промышленного производства государства (96 955,5 млн. грн.), дает около 40 % валютных поступлений на Украину и больше 10 % поступлений в государственный бюджет Украины [1]. Исследование в данной области на сегодняшний день очень актуальны, так как металлургия неотъемлемый фактор развития всей промышленности.

Главный мотив деятельности любой фирмы в рыночных условиях – получение прибыли. Реальные возможности реализации этой стратегической цели во всех случаях ограничены издержками производства и спросом на выпускаемую продукцию [2].

Спрос во многом определяется ценой товара или услуги, то есть все большую актуальность приобретает проблема снижения себестоимости.

Современная металлургия – одна из базовых отраслей украинской экономики, значение которой обусловлено ее масштабами, количеством занятого в отрасли трудоспособного населения, долей в ВВП, экспорте и объеме налоговых поступлений. Большинство организаций (предприятий) являются градообразующими, их экономическое положение существенно влияет на социальную сферу в регионах. Значительная роль отрасли в обеспечении конкурентоспособности государства на мировом рынке определяет повышение внутренних требований к эффективности деятельности каждого металлургического предприятия, прежде всего, к управлению затратами. Металлургия исторически является материалоемким производством, соответственно, основные рычаги повышения эффективности деятельности предприятий относятся к сфере управления материальными затратами. Тип, специализация металлургического производства и другие его отраслевые особенности требуют разработки более совершенных подходов к формированию и анализу материальных затрат.

1. Постановка задачи. Для эффективного функционирования на отечественном и зарубежном рынках предприятия должны обеспечить выпуск конкурентоспособной (по качеству и цене) продукции. Реализация данной продукции должна быть прибыльной для предприятия. Поэтому необходимо проводить анализ затрат на производство продукции, исследовать структуру затрат, ее изменения и влияние этих изменений на себестоимость, проводить поиск резервов по отдельным статьям калькуляции, особенно для такой специфической по затратам отрасли, какой является металлургическая.

2. Результаты исследования. Условием снижения себестоимости продукции может служить технический прогресс. Внедрение новой техники, совершенствование технологии, внедрение прогрессивных видов материалов позволяют значительно снизить себестоимость продукции. Снижение себестоимости продукции обеспечивается, прежде всего, за счет повышения производительности труда. На предприятиях металлургической отрасли имеются значительные резервы снижения себестоимости скрытые в материальных затратах. Можно снизить материальные затраты за счет смены поставщика или выбора других более дешевых видов сырья и так далее [3].

Проанализируем на примере металлургического предприятия ПАО «Артемовский завод по обработке цветных металлов» структуру затрат и пути их снижения для повышения эффективности деятельности предприятия и получения наибольшей прибыли. Удельный вес и динамика элементов затрат указаны в таблице 1.

Удельный вес материальных затрат в 2011 году составлял 63,9%. Энергозатраты 14,8%, затраты на оплату труда 8,4%, отчисления на социальное страхование 3%, амортизация ОФ 8, 6 и прочие затраты 1,3%. Общий объем затрат на производство продукции составил 5036,84 млн.грн. Наибольший удельный вес занимают такие элементы затрат как «Материальные затраты» и «Энергозатраты», поэтому надо принять определенные меры относительно снижения именно этих затрат для снижения себестоимости продукции и обеспечения конкурентности по издержкам.

Таблица 1. Удельный вес и динамика элементов затрат в годовой смете затрат на производство

Элементы затрат	2010		2011		Отклонение 2011 г. от 2012 г.	
	млн. грн.	Уд. вес %	млн. грн.	Уд. вес %		
					млн. грн.	%
Материальные затра- ты	3119,89	64,1	3218,54	63,9	98,654	3,2
Энергозатраты	783,623	16,1	745,453	14,8	-38,17	-4,9
Затраты на оплату труда	355,307	7,3	423,095	8,4	67,788	19,1
Отчисления на соци- альное страхование	126,489	2,6	150,622	3	24,133	19,1
Амортизация ОФ	394,245	8,1	433,169	8,6	38,924	9,9
Другие затраты	87,61	1,8	65,479	1,3	-22,131	-25,3
ИТОГО:	4867,22	100	5036,84	100	169,622	3,5

Основные направления решения проблемы снижения затрат могут быть следующими:

- 1) понизить часть материальных затрат за счет проведения тендера между поставщиками металлолома и меди марки МООК и МОК;
- 2) понизить расходы на топливно-энергетические ресурсы при условии внедрения газопоршневой электрогенерирующей установки (Мини ТЭЦ) с комбинированным производством тепловой энергии.

В таблице 2 видно сравнение цен на металлолом между поставщиками, следовательно наиболее выгодно заводу покупать медь у поставщика ООО "Азов-Индастриал", т.к в «сравнении цена-качество» они предлагают наиболее экономный вариант.

Таблица 2. Поставщики которые принимали участие в тендере

Поставщики	Предложенная цена за 1 тонну меди, грн	Уровень содержания меди в сплаве, %
ООО "Самарапромет"	51 000	99,5
ОАО "Вторметтранс"	50 000	99,6
ООО "Азов-Индастриал"	48 000	99,6
ООО "Асал-металл"	53 000	99,5

Рассчитаем экономический эффект от закупки более дешевой меди на программу производства труб медных 2011 г. – 2 500 тонн.

Затраты на медь на производство труб медных рассчитаем по формуле:

$$P_n = \sum_{j=1}^m N_j C_j, \quad (1)$$

где N_j – количество j-го изделия или полуфабриката;

C_j – Цена единицы j-го изделия или полуфабриката.

Так, при стоимости 1 тонны меди 50 000 грн.:

$$P_n = 2\,500 \times 50\,000 = 125\,000\,000 \text{ грн.}$$

При стоимости 1 тонны меди 48 000 грн.:

$$P_n = 2\,500 \times 48\,000 = 120\,000\,000 \text{ грн.}$$

Таким образом, годовая экономия от снижения материальных затрат составляет:

$$\mathcal{E}_r = 125\,000\,000 - 120\,000\,000 = 5 \text{ млн.грн}$$

Рассмотрим второе направление снижения затрат.

Понизить расходы на топливно-энергетические ресурсы при условии внедрения газопоршневой электрогенерирующей установки (Мини ТЭЦ) с комбинированным производством тепловой энергии, применение которой разрешит снизить стоимость вырабатываемой энергии за счет комбинированного производства электрической и тепловой энергии из одного и того же самого источника. Капитальные вложения – 127 млн. грн.

Прогноз производственного потребления топливно-энергетических ресурсов в натуральном и денежном выражении представлен в таблице 3.

Таблица 3. Прогноз потребления топливно-энергетических ресурсов в натуральном и денежном выражении

Вид ТЭР	Годовое использование			
	В натуральном выражении		В денежном выражении, млн. грн.	
	2011	2012 (при условии внедрения установки)	2011	2012 (при условии внедрения установки)
Газ	3200 тыс. м3	3400 тыс. м3	100, 995	150, 003
Электроэнергия от ТЭЦ	9400 тыс. кВт. час.	4620 тыс. кВт. час.	497, 65	411, 45
Теплоэнергия от ТЭЦ	4400 Гкал.	3900 Гкал.	94, 002	87, 9
Вода	105 тыс. м3	95 тыс. м3	52, 002	50, 622
ИТОГО			745, 453	708, 975

В таблице 4 рассчитана себестоимость при внедрении газопоршневой электрогенерирующей установки с комбинированной выработкой тепловой энергии.

Таблица 4. Себестоимость продукции при условии внедрения газопоршневой установки

Статьи затрат	Ед. изм.	Сумма
1. Материальные затраты	млн. грн.	3218,54
2. Топливо и электроэнергия	млн. грн.	708, 975
3. Основная зарплата производственных рабочих	млн. грн.	307,395
4. Дополнительная зарплата производственных рабочих	млн. грн.	115,847
5. Отчисления на социальное страхование	млн. грн.	150,622
6. Амортизационные отчисления	млн. грн.	433,169
7. Другие затраты	млн. грн.	65,479
ИТОГО:	млн. грн.	5000,362

Таким образом, годовая экономия от внедрения газопоршневой электрогенерирующей установки составляет:

$$\mathcal{E}_r = 5036,84 - 5000,362 = 36,478 \text{ млн. грн.}$$

Годовой экономический эффект от внедрения установки рассчитаем по формуле [4]:

$$\mathcal{E}_\phi = \mathcal{E}_r - \mathcal{E}_n \times K, \quad (2)$$

где K- капитальные затраты на газопоршневую установку;

$\mathcal{E}_n$ - нормативный коэффициент эффективности капиталовложений.

На ОАО «АЗОЦМ» нормативный коэффициент капиталовложений составляет около 18%. Тогда, в соответствии с формулой 2:

$$\varepsilon_{\phi} = 36,478 - 0,18 \times 127 = 13,618 \text{ млн. грн.}$$

Экономическая эффективность от внедрения газопоршневой установки рассчитаем по формуле [4]:

$$\varepsilon = \varepsilon_r / K, \quad (3)$$

где ε_r - годовая экономия от внедрения установки.

$$\varepsilon = 36,478 / 127 = 0,28 > \varepsilon_n.$$

Экономическая эффективность от внедрения газопоршневой установки больше нормативной, что свидетельствует о возможности эффективных вложений в данное оборудование.

Найдем срок окупаемости установки по следующей формуле:

$$T_{ок} = 1/\varepsilon, \quad (4)$$

$$T_{ок} = 1/0,28 = 3,5 \text{ года.}$$

Годовой экономический эффект от внедрения данной установки составит 13,618 млн.грн., экономическая эффективность будет больше нормативной ($0,28 > 0,18$), а период окупаемости будет равен 3,5 года. Это свидетельствует о целесообразности внедрения мероприятий по снижению себестоимости товарной продукции на заводе ПАО «АЗОЦМ», а также это можно применить для любого предприятия металлургической отрасли.

Сведем полученные результаты в таблицу 5 для наглядного представления годовой экономии от проведенных мероприятий.

Таблица 5 . Годовая экономия от внедрения мероприятий по снижению себестоимости

Статьи затрат	Ед. изм.	До внедрения мероприятий	После внедрения мероприятий	Отклонение, (+/-)
1	2	3	4	5
1. Материальные затраты	млн.грн.	3218,54	3213,54	-5
2. Топливо и электроэнергия	млн.грн.	745,453	708,975	-36,478
3. Основная зарплата производственных рабочих	млн.грн.	307,395	307,395	-
4. Дополнительная зарплата производственных рабочих	млн.грн.	115,847	115,847	-

Продовження таблиці 5

1	2	3	4	5
5. Отчисления на социальное страхование	млн.грн.	150,622	150,622	-
6. Амортизационные отчисления	млн.грн.	433,169	433,169	-
7. Другие затраты	млн.грн.	65,479	65,479	-
ИТОГО:	млн.грн.	5036,84	4995,027	-41,813

Таким образом, годовая экономия от внедрения предложенных мероприятий составляет 41, 813 млн. грн.

Как видно из таблицы 5, за счет внедрения мероприятий уменьшились две статьи затрат. Материальные затраты снизились на 5 млн. грн за счет проведения тендера между поставщиками меди, а затраты на топливо и электроэнергию снизились на 36,478 млн. грн.

Выводы. Одним из важнейших экономических показателей работы любого предприятия является себестоимость продукции (работ, услуг), по уровню которой можно судить, насколько эффективно используется производственный потенциал. Весьма актуальным в связи с этим является рассмотрение себестоимости продукции на отечественных предприятиях, а также важно рассматривать особенности затрат в такой специфической отрасли как металлургическая.

Проведенные исследования показали, что металлургическая отрасль является чрезвычайно материалоемкой и энергоемкой. Следовательно необходимо принимать действенные меры по снижению затрат на сырье и материалы, а также энергоресурсы, чтобы обеспечить конкурентоспособность продукции по издержкам.

Целесообразность реализации подобных мероприятий на других предприятиях металлургической отрасли Украины будет способствовать повышению доходов предприятий и улучшению конкурентных позиций на рынке металлопродукции за счет снижения затрат на производство.

Список литературы: 1. *Петрова В.І.* Аналіз господарської діяльності металургійних підприємств / В.І. Петрова. – М.: Металургія, 2001. – 365 с. 2. *Савицька Г.В.* Аналіз господарської діяльності підприємства: Підручник/ Г.В. Савицька. – М.: ИНФРА-М, 2004. – 452 с. 3. *Шеремет А.Д.* Методика фінансового аналізу / А.Д. Шеремет. – М.: ИНФРА- М, 2002. – 247 с. 4. *Гавва В.М.* Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: підручн./ В.М. Гавва, Т.П. Раздимаха – Харків: Нац. аерокосмічний ун-т «Харк. авіац. ін-т», 2008. – 272 с.

Надійшла до редколегії 23.06.2012

І.Ю. МАТЮШЕНКО, канд. техн. наук, професор, ХНУ ім. В.Н.Каразіна,
Харків

НАУКОВО-ОСВІТНІ ЦЕНТРИ ЯК ОСНОВНИЙ ЕЛЕМЕНТ НАЦІОНАЛЬНИХ НАНОТЕХНОЛОГІЧНИХ МЕРЕЖ РОЗВИНУ- ТИХ КРАЇН СВІТУ

Розглянуті особливості створення і узагальнені конкурентні переваги та елементи ефективної системи управління нанотехнологічних науково-освітніх центрів у провідних країнах світу.

Ключові слова: нанотехнологія, науково-освітні центри, національні нанотехнологічні мережі

Рассмотрены особенности создания и обобщены конкурентные преимущества и элементы эффективной системы управления нанотехнологических научно-образовательных центров ведущих стран мира.

Ключевые слова: нанотехнология, научно-образовательные центры, национальные нанотехнологические сети

The peculiarities of creation are showed and the concurrent advantages and the elements of effective system of management from nanotechnology science-educational centers of the leading countries of the world are summarize.

Keywords: nanotechnology, science-educational centers, national nanotechnology networks

Вступ. Аналіз досвіду провідних країн світу щодо розвитку нанотехнологічних досліджень і формування ринку нанопродуктів свідчить, що *визначенням стратегічних напрямів розвитку*, а також формуванням програм фундаментальних досліджень і прикладних перспективних розробок, сьогодні, в основному, займаються державні органи у тісній взаємодії з академічною і університетською наукою, бізнес-середовищем і громадськими професійними організаціями. У провідних країнах світу активно формуються *національні нанотехнологічні мережі*, які поєднують велику кількість установ, організацій і виробничих компаній, що проводять нанотехнологічні дослідження, виконують прикладні науково-технологічні розробки і доводять їх до стадії дослідних зразків, а також займаються комерціалізацією і освітою у сфері нанотехнологій відповідно до обраних і погоджених суспільством напрямів розвитку науки і технологій. До складу цих мереж входять, як правило, дослідницькі організації і університети, громадські і професійні спілки, спеціалізовані центри, інвестиційні і венчурні компанії, фонди тощо [1].

Але основними елементами національних нанотехнологічних мереж провідних країн світу виступають *нанотехнологічні науково-освітні центри (ННОЦ)* як структурні підрозділи (або сукупність структурних підрозділів) наукової, науково-виробничої організації або університету, і які проводять дослі-

дження з інноваційного (насамперед, нанотехнологічного) напрямку, підготовку кваліфікованих кадрів в області нанотехнологій, а також використовують результати наукових досліджень в освітньому процесі. Характеристики ННОЦ представлені у табл. 1 [2, С.133 – 138].

Розвинуті ННОЦ можуть являтися також елементами інтегрованого комплексу: *горизонтальної мережі* (що «стягує» ННОЦ навколо цільових програм) – консорціумів, децентралізованих національних мереж, партнерств, асоціацій; *вертикально інтегрованої структури* (що «концентрує» ННОЦ навколо технологічного ланцюжка: дослідження – розробка – виробництво – реалізація – використання продукції) – нанопродуктових кластерів; *науково-виробничої оболонки* – наукових парків, технопарків, бізнес-інкубаторів.

Стратегія розвитку наукової і освітньої діяльності в області нанотехнологій і наноматеріалів може бути описана п'ятьма структурними моделями: кластерною, мережевою, кластерно-мережевою, точковою і осередковою. Основні характеристики структурних моделей ННОЦ, які у значній мірі визначаються масштабами і характером спеціалізації ННОЦ, представлені у табл.2 [1].

Найбільш сучасною є кластерно-мережева модель, яка представляє собою синергію двох моделей – кластерної і мережевої. З одного боку, вона представлена кластерними утвореннями з повним циклом НДДКР, а також університетською освітою і циклом впровадження цілої гами нанопродуктів, а з іншого – доповнюється можливостями спільних лабораторних комплексів, спільною інфраструктурою і спеціалізованими нанотехнологічними комплексами, орієнтованими на вирішення вузьких прикладних задач. Тобто вказана модель є мережею кластерів з широким спектром спеціалізацій, як і забезпечують вирішення масштабних задач нанотехнологічного розвитку.

Таблиця 1. Основні характеристики нанотехнологічних науково-освітніх центрів (ННОЦ) у країнах світу

	База утворення центрів		Структурні елементи		Параметри		Підтримка
	Платформа формування	Складові	Тип структури	Основний елемент	Відношення до ННОЦ	3-х сторони	
1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Освітня платформа	В рамках дослідницьких університетів: - Програми співпраці з освітньою з громадськістю, устан з компаніями; - Демонстрації, бізнес-парки і наукові парки навколо університетів; - Старт-апи; - Центри тематичного ліцензування; - Бізнес-інкубатори і спеціалізовані служби підтримки фінансів і компаній вентурного інвестування; - Бізнес-школи, центри розвитку підприємництва, підтримки інноваційних і прикладних наук	1. Базова структура 2. Нормована структура 3. Освітня структура	Дослідницький університет (класичний, технічний) або дослідницький центр/лабораторія Дослідницька лабораторія Факкультет/кафедра з базових наук, матеріальних, мікротехнологічних, когнітивних (FinD) програмних і спеціалізованих досліджень; кліматична інфраструктура для інновацій і висхідних	1. Одержання державних на замовлення робіт в області нанотехнологій 2. Одержання грантів на виконання досліджень 3. Запущення дослідницьких і фондів шкільних програм корпоративної 4. Наявність спеціального об'єднання 5. Створення центру у певних областях нанотехнологій	1. Держави 2. Місцеві 3. Корпоративні 4. Закордонні	Створення пріоритетних напрямів досліджень в області нанотехнологій Розміщення замовлень і фінансування Підтримка і допомога у забезпеченні умов роботи, соціальних умов, забезпечення обслуговування, патентування, ліцензування, професійної підготовки, комерціалізації досліджень, оцінки результатів, стандартизації публікацій Матеріальна допомога, прибутки з технологічних систем, трансферти, придбання спеціальних настановлення Міжклітинна співпраця, що забезпечує регуляторний обмін науковими дослідженнями Наявність можливості провідних вчених реалізувати свої наукові ідеї у дослідженнях
2.	Корпоративна платформа	В рамках великих корпорацій: - Корпоративні інноваційні університети; - Програми навчання інженерів і керівників компанії інноваційних продуктів	4. Бізнес-інфраструктура дослідницької	Підприємство тематичного ліцензування, програми співпраці з дослідженнями, промисловістю, бізнес-школами, центрами підприємництва, венчурні фонди	6. Наявність устанів одного з членів або групи спеціалістів, які мають власні дослідження в області нанотехнологій 7. Відповідність профілю університету нанотехнологічним напрямкам досліджень	4. Бізнесу 5. Навчальних закладів 6. Відповідних спеціалістів	Матеріальна допомога, прибутки з технологічних систем, трансферти, придбання спеціальних настановлення Міжклітинна співпраця, що забезпечує регуляторний обмін науковими дослідженнями Наявність можливості провідних вчених реалізувати свої наукові ідеї у дослідженнях
3.	Оформлення курсів класичної кваліфікації	В рамках інноваційних програм розвитку: - Демонстрації і освітні структури	5. Виробнича структура	Старт-апи, малий бізнес і фірми, крупні корпорації, крупні корпорації	8. Наявність дослідницьких факторів (кадрів) з університетів для забезпечення між дослідженнями	6. Відповідних спеціалістів ННОЦ	Наявність можливості провідних вчених реалізувати свої наукові ідеї у дослідженнях

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6	7	8
		- Консорціуми, кластери; - Дослідницькі центри		Корпоративні програми навчання використання і комерціалізації нанопродуктів, семінари і тренінги з технічної підтримки нанопродуктів (в рамках корпоративних університетів)	налогового характеру		
4.	Надкрово-дослідна платформа	В рамках світової організації дослідницьких закладів; - Дослідницькі університети; - Науково-дослідні центри; - Науково-дослідні лабораторії					

Таблиця 2. Основні характеристики структурних моделей ННОЦ у країнах світу

№ з/п	Основні характеристики	Тип моделі			Точкова	Осередкова
		Кластерна	Мережева	Кластерно-мережева		
1.	Опора	3	4	5	6	7
		- Базові великі університети; - Регіональна локалізація наукових і освітніх проектів та їх спеціалізація з виходом на виробництво	Навеликі підрозділи великих університетів	- Кластерні утворення; - Спільні лабораторні комплекси, спільна інфраструктура і спеціалізовані нанотехнологічні комплекси	Спільнота національних наукових кадрів у галузі нанотехнологій	Мінімальна кількість національних спеціалістів
2.	Особливості моделі	Вертикальна інтеграція наукових розробок і освіти, що дозволяє оперувати термінами кінцевої продукції, яку потребує ринок	Формування національних ННОЦ як окремих і відносно уособлених великих підрозділів великих університетів	Це мережа кластерів з широким спектром спеціалізацій, що забезпечують вирішення масштабних задач нанотехнологічного розвитку	З одного боку, являють собою початковий етап розвитку нанотехнологій, а з другого боку – достатньою формою для відносно невеликих країн	
3.	Спеціалізація	Практично у всьому діапазоні досліджень за одним або декількома ключовими напрямками: наноелектроніка, медицина і нанобіотехнології, фармацевтика, енергетика або обробна промисловість	Більш вузька спеціалізація у порівнянні з кластерною моделлю, але при цьому їх, як правило, більше	Дає можливість розвивати нанотехнології по «всьому фронту» на базі ННОЦ з університетською матеріальною і лабораторною базою	Спеціалізовані дослідження із залученням тимчасових груп (в тому числі з участю аспірантів і студентів), що забезпечують спеціалізовані магістерські програми	

Продовження таблиці 2

1	2	3	4	5	6	7
4.	Ресурси	Концентрація по кожному з напрямів значних матеріальних, фінансових і інтелектуальних ресурсів	Надання університетами матеріальної інфраструктури і міжфакультетських програм	Концентрація ресурсів по кожному з напрямів, надання університетами матеріальної інфраструктури і міжфакультетських програм	Надання університетами матеріальної інфраструктури	
5.	Розташування	Уся країна є системою, що складається з декількох відносно самостійних науково-освітніх кластерів, що сконцентровані у великих університетських місцях	У містах, де є великі університети	Уся країна є системою, яка складається з мережі кластерів з широким спектром спеціалізації	У містах, де є університети	
6.	Країни (основні міста)	<i>Німеччина</i> : 4 кластера у містах Мюнхен, Хемніц, Карлсруе, Дрезден; <i>КНР</i> : у містах Пекін, Шанхай, Шеньян, Сянь, Ханьцзюй, Гонконг	<i>Японія</i> (з елементами кластерної моделі) – 18 ННОЦ; <i>Республіка Корея</i> – 6 ННОЦ в Сеулі; <i>Великобританія</i> – 7 ННОЦ; <i>Франція</i> – 9 ННОЦ; <i>Індія</i> (з елементами осередкової моделі) Декан (директор центру / зав. лабораторією)	<i>США</i> – щонайменше 20 потужних ННОЦ (м. Олбані, Силіконова долина – кластери з потужними мережами зв'язками та інш.); <i>Ізраїль</i> – мініаторні ННОЦ у містах Хайфа, Тель-Авів, Рамат-Ган, Реховот, Ієрусалим	<i>Австрія</i> ; <i>Фінляндія</i>	<i>Нідерланди</i>
7.	Система управління	Наукові і адміністративні органи	Декан (директор центру / зав. лабораторією)	Наукові і адміністративні органи, а також декан (директор центру / зав. лабораторією)	Декан (директор центру / зав. лабораторією)	
8.	Кількість дослідників	150 – 250 чол. і більше	150 – 250 чол. і більше	200 – 300 чол. і більше у США; 10 – 40 чол. в Ізраїлі	1 – 3 чол.	10 – 15 чол.
9.	Виробнича діяльність	Винесена в основному у великі корпорації, що взаємодіють з ННОЦ в рамках замовлень і контрактів	Сконцентрована безпосередньо в ННОЦ	Проводиться в ННОЦ та у інших складових мережі	Нечистотні спільні проекти	
10.	Навчальні програми	Як доповнення до основних масштабних і різноманітних дослідницьких проектів	Багатопланова освітня діяльність із залученням бізнес-шкіл та підприємницьких структур	Представлені усі рівні освіти і велика кількість спеціальних програм (наприклад, для дошкільного і шкільного навчання)	Підготовка і реалізація магістерських програм	
11.	Фінансування	Змішане фінансування з домінуванням державних джерел	Фінансування переважно із державних коштів	Державне фінансування на стадії формування ННОЦ, а корпоративне – на стадії розвитку	Фінансування здійснюється переважно по лінії державних і міждержавних проектів	

Використання «кластерно-мережевої» моделі надає можливість розвивати нанотехнології по «всьому фронту» на базі ННОЦ з університетською матеріальною і лабораторною базою. Фінансування ННОЦ здійснюється таким чином, щоб максимально задіяти усі можливі джерела фінансування. У табл. 3 представлені основні джерела, напрями фінансування і планування ННОЦ країн-лідерів [2, с.152].

Таблиця 3. Основні джерела, напрями фінансування і планування ННОЦ

№ з/п	Джерела фінансування		Напрями фінансування	Учасники планування
	Тип	Механізм		
1.	Державні	Через національну програму наноініціативи	Фінансування досліджень в області нанотехнологій	Базовий університет
2.	Фондові	Через різні фонди, зокрема, науковий фонд	Фінансування освіти в області нанотехнологій	Генеральний спонсор: - у США – NSF; - в ЄС – фонд FP7; - у Японії – програми Ради з політики в області науки і технологій
3.	Територіальні	Через програми розвитку нанотехнологій штатів, регіонів	Фінансова підтримка викладачів на час навчання (стипендії для викладачів)	
4.	Венчурні	Через венчурні фонди	Фінансова підтримка студентів (стипендії)	
5.	Спонсорські	Через окремих спонсорів (фізичних і юридичних осіб)	Фінансування процесу трансферу нанотехнологій з лабораторій на ринок	Університети або дослідницькі центри/лабораторії
6.	Асоціативні	Через університетські асоціації і об'єднання		
7.	Грантові	Через персональні гранти на дослідження		
8.	Корпоративні	Через договори з приватними замовниками		

У табл. 4 представлені джерела фінансування ННОЦ за країнами-лідерами [2, с. 154]. Важливо відмітити, що державна участь у фінансуванні ННОЦ залишається домінантним – не нижче 65%, в тому числі у лідера ринку – США. Великі обсяги державних інвестицій приходяться на великі / відомі інтегровані науково-освітні комплекси, які організовані за «кластерним» і «кластерно-мережовим принципам».

Таблиця 4. Питома вага джерел фінансування ННОЦ країн-лідерів, %

№ пп	Джерела	США	Країни Європи					Країни Азії				
			Німеччина	Велико- британія	Франція	Нідерланди	Австрія/ Фінляндія	Ізраїль	Японія	КНР	Республіка Корея	Індія
I Зовнішні												
1.	Державні	65	65	80	10	70	80	20	60	75	40	80
2.	Корпоративні	20	25	10	25	10	10	30	15	10	35	10
3.	Кредитні (в т.ч. венчурні)	5 (венч.)	н/д	н/д	н/д	н/д	н/д	10	15 (венч.)	5 (венч.)	5 (венч.)	5 (венч.)
4.	Приватні накопичення фізичних осіб	-	-	-	-	-	-	5	-	-	-	-
II Внутрішні												
		10	10	10	65	20	10	35	10	10	20	3

Таблиця 5. Рейтинг ННОЦ за країнами у галузі наноматеріалів

Рейтинг країни	Сегменти ринку наноматеріалів, у яких працюють ННОЦ				Нанотрубки та інші полі наночастинки
	Тонкі плівки	Тверді наночастинки	Наноструктурні монолітні матеріали	Нанокомпозити	
1.	США	США	США	США	США
2.	Німеччина	Республіка Корея	Республіка Корея	Німеччина	Республіка Корея
3.	Ізраїль	Японія	Японія	Республіка Корея	Німеччина
4.	Індія	Німеччина	Франція	Ізраїль	Ізраїль
5.	Франція	Франція	Великобританія	Індія	Індія
6.		Ізраїль			
7.		Великобританія			

На основі аналізу 100 найбільших і найавторитетніших у світі ННОЦ було сформовано рейтинги країн світу відповідно до основної компетенції центрів, які працюють в цих країнах. Так, у табл. 5 представлено рейтинг у галузі наноматеріалів, в якій працюють ННОЦ, а у табл. 6 – рейтинг сфер діяльності (секторів ринку нанопродуктів) для функціонуючих ННОЦ у країнах-лідерах [1].

Таблиця 6. Рейтинг ННОЦ за країнами у секторах ринку нанопродуктів

Рейтинг країн	Сектори ринку нанопродуктів, у яких працюють ННОЦ			
	Медицина і біотехнології	Електроніка і ІКТ	Енергетика	Обробна промисловість
1.	США	США	Республіка Корея	США
2.	Республіка Корея	Республіка Корея	США	Великобританія
3.	Німеччина	Японія	Німеччина	Німеччина
4.	Великобританія	Німеччина	Великобританія	
5.	КНР	Великобританія	КНР	
6.	Ізраїль	Франція	Японія	
7.	Японія	КНР		
8.	Нідерланди			

Профіль інтелектуального продукту досліджень ННОЦ у країнах-лідерах представлено у табл. 7 [2, с. 161 – 163].

Таблиця 7. Профіль інтелектуального продукту досліджень ННОЦ у країнах-лідерах

№ з/п	Країна	Профіль інтелектуального продукту
1	2	3
1.	США	- Спостереження/вимірювання/маніпулювання біомолекулами; - Кремнієва і вуглецева наноелектроніка, наномагнетизм, нанофотоніка (Корнельські центри); - Нанорозмірні матеріали/електронні прилади; - Гіпотермічна терапія раку, біосенсиори, імпланти (Масачусетські центри); - Плазміні скануючі тунельні мікроскопи; - Нанорозмірна обробка зображень, нанорозмірна томографія; - Фотоелектрохімічне перетворення енергії, запам'ятовуючі пристрої фазового переходу (Стенфордські центри); - Системи очищення енергії, безпровідні системи, зондування; - Нанодатчики і силові приводи, біоімаджинг, полімерні п'єзоелектричні наногенератори; - Плазмонна нанолітографія, твердотільні наноплівкові сонячні елементи, електрохімічні сонячні батареї (центри університету Берклі) тощо

Продовження таблиці 7

1	2	3
2.	Німеччина	- Напівпровідникові і композитні наноматеріали, оптичні властивості наносистем, біонаноматеріали, наноматеріали в енергетиці (центри університетів у Мюнхені); - Наноелектроніка, нанобіологія і наноенергетика (центри університету у Хемніці); - Оптичні волокна, наноінструменти (центр в університеті Карслуа); - Паливні елементи, нанокомпозити, атомно-шарове осадження (центри у Технічному університеті Дрездену) тощо
3.	Велико-британія	- Нанобіологія і наномедицина (центр Кембриджського університету); - Пептиди, що самозбираються, нанотоксикологія, біомембрани (центр університету Лідсу); - Молекулярно-пучкова епітаксія, іонні/електронні колонії, нанометрологія (спільний центр Університетського та Імперіал коледжів Лондону); - Наноманіпуляція і багатовимірне картування наноматеріалів (лабораторія Шефільдського університету) тощо
4.	Франція	- Нанохімія (центр Вищої Паризької центральної школи); - Нанодатчики- уловлювачі, наноіс (кафедра у Центральній школі електроніки Парижу); - Пристрої, що потребують велику потужність, особливу безпеку, малий об'єм, бездротове з'єднання (департамент електронних систем Вищої інженерної школи Парижу); - Передача наночастинок у навколишнє середовище, нанотоксичність (центр Університету ім. П. і М. Кюрі) тощо
5.	Ізраїль	- Діагностика раку, акумулятори для електромобілів, наномікрофони підвищеної чутливості (центри університету Бар-Ілану); - Полімерні нанокомпозити, біосенсиори, карбонові нанотрубки (центр університету ім. Бен Гуріона); - Сонячні батареї, сенсори, очищення води, попередження корозії (центр університету Хебрю); - Біочипи, магнітооптична спектроскопія («Техніон» Технічного інституту Хайфи); - Карбонові нанотрубки, нановолокна, нанокапсули (центр інституту Вейсмана у Реховоті) тощо
6.	Японія	- Фотоіндуковані частинки, наноструктури з металевих ацетиленідів, органічні нанодіоди (Інститут молекулярної науки Національного інституту природничих наук); - Діоди, що випромінюють світло, на напівпровідникових алмазах, нанотермометри з використанням нанотрубок, супереластична нанокераміка, штучна кісна тканина, над провідні ленти (Національний інститут матеріалознавства); - Напівпровідникові фотонні пристрої, матеріали з квантовим ефектом, епітаксальне вирощування напівпровідників (центр Токійського технологічного інституту); - Мережеві фотонні і електронні пристрої (центр Токійського університету); - Наноскло, водневі паливні чарунки, фотокаталізатори (центр університету Кіото) тощо

Закінчення таблиці 7

1	2	3
7.	КНР	- Карбонові нанотрубки і наноприлади, наноскладні матеріали (центр Пекінського університету); - Наноелектрохімія, поверхневі і внутрішні структури наномасштабів (Інститут хімії КАН); - сучасні конфігурації комунікаційних систем, фотоелектрони, нанокристали пам'яті (Інститут мікроелектроніки); - Карбонові нанотрубки і наноприлади, наноманітизм (Інститут фізики) тощо
8.	Республіка Корея	- Сенсорні платформи, енергетичні пристрої на нанофотонних кристалах, низькотемпературні і ширококутові мікропроцесорні системи для мікрокопів, нанопроволоки, надпровідники (центри Сеульського національного університету); - Біодатчики і біочипи (центр університету Соганг); - Малорозмірні структуровані в мережі наногібриди, нано- і мезоматеріали у каталізаторах (центр Корейського інституту науки і технологій) тощо
9.	Індія	- Нанотехнології для дослідження клітин і раку, архітектура хроматину і регуляція генів (Національний центр вивчення клітинних структур); - Транспортування клітин, нейрогенетика, патогенез папиломи вірусів, імунний гомеостаз (Бангалорський центр з біологічних наук) тощо

Конкурентні переваги провідних закордонних ННОЦ можна розглянути у областях: наукові дослідження, освіта, технологічна база і комерціалізація [1]. Узагальнення вказаної інформації дозволило сформулювати елементи організації і управління, які властиві конкурентоспроможним закордонним ННОЦ (табл. 8).

Таблиця 8. Елементи організації і управління, які властиві конкурентоспроможним закордонним ННОЦ

№ з/п	Структурні пріоритети	№ з/п	Пріоритети фінансування	№ з/п	Пріоритети розвитку науково-дослідного і освітнього процесу
1	2	3	4	5	6
1.	Механізм концентрації ресурсів на проривних технологічних напрямках	1.	Використання механізму двох етапного фінансування: перший етап – пріоритет державних джерел; другий етап – корпоративних	1.	Створення розгалуженої системи лабораторій і мереж обміну інформацією, результатами досліджень, обладнанням
2.	Формування науково-освітніх кластерів на основі розвиненої внутрішньої кооперації факультетів і центрів з елементами дослідного виробництва і інфраструктури для комерціалізації	2.	На всіх етапах – використання системи перехресного фінансування з різних джерел: через національні програми, програми міністерств/відомств і фонди регіональної влади, через механізм державно-приватного партнерства,	2.	Інтеграція дослідницької, освітньої і реєструючої діяльності в ННОЦ при чіткому розділенні функцій відповідних підрозділів

Продовження таблиці 8

1	2	3	4	5	6
			професійні асоціації, корпоративні джерела, ресурси уповноважених інвестиційних банків, венчурні фонди, приватників		
3.	Ініціація цільових програм щодо створення науково-технологічних альянсів, які вирішують програмні завдання розвитку нанотехнологій			3.	Підтримка балансу науково-дослідних і освітніх програм, що дозволяє здійснювати безперервний процес розвитку нанотехнологій та їх комерціалізації
4.	Розвиток партнерств з комерційними організаціями шляхом створення стартапів і спільних компаній	3.	Фінансова підтримка фундаментальних досліджень з фокусуванням на прикладні НДДКР, які мають потенціал комерціалізації	4.	Наявність освітніх програм для дітей дошкільного і шкільного віку, бакалаврів, магістрів, аспірантів, викладачів (в тому числі «літні школи»)
5.	Активне міжнародне співробітництво з профільними навчальними і науковими центрами	4.	Фінансова підтримка наукових керівників і студентів/дослідників під час реалізації науково-практичних проектів	5.	Формування спеціалізованих нанотехнологічних програм навчання. Впровадження програм технологічного менеджменту і маркетингу інновацій. Фінансова підтримка навчання
				6.	Створення умов для участі студентів і випускників у нанотехнологічних дослідженнях, а також можливості займатись профільною підприємницькою діяльністю

Таким чином, доцільно узагальнити у вигляді *табл. 9* найбільш цікавий досвід організації роботи ННОЦ країн-лідерів в області нанотехнологій, який надає конкурентні переваги та підвищує ефективність системи управління (регулювання діяльності).

Таблиця 9. Конкурентні переваги і елементи ефективної системи управління закордонних ННОЦ

№ з/п	Країна	Корисний досвід роботи ННОЦ, що дозволяє реалізувати конкурентні переваги і створити ефективну систему управління
1	2	3
1.	США	- Досвід створення і роботи підрозділів, що реєструють інтелектуальну власність в рамках ННОЦ, а також займаються комерціалізацією; - Взаємодія лабораторій ННОЦ з комерційними компаніями і науково-дослідними лабораторіями з метою комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності; - Досвід вибору і підтримки досліджень, пов'язаних з проблемами національної безпеки; - Система перехресного (змішаного) фінансування, фінансова підтримка ННОЦ регіональною владою (штатами);

Продовження таблиці 9

1	2	3
		- Міждисциплінарні напрями навчання, дистанційного навчання, навчання дітей дошкільного віку і школярів, літні програми, програми менеджменту в області нанотехнологій (технологічного менеджменту) і маркетингу, популяризація нанотехнологій за допомогою науково-популярних семінарів, екскурсій, презентацій; - Практика здачі лабораторій для досліджень в оренду комерційному сектору
2.	Німеччина	- Досвід німецьких нанотехнологічних кластерів; - Фінансування з боку німецьких земель; - Організація магістерських і аспірантських програм
3.	Великобританія	- Механізм зовнішнього і внутрішнього партнерства навчальних підрозділів і вищих навчальних закладів; - Формування наномереж за допомогою цільових програм фінансування; - Механізм партнерств з промисловими компаніями, школами бізнесу; - Створення у структурі ННОЦ впроваджувальних фірм; - Прагматизм і механізм орієнтації на комерційно ефективні результати
4.	Ізраїль	- Міждисциплінарні дослідницькі кластери; - Двохетапне фінансування (державна, приватні компанії); - Збалансована стратегія розвитку ННОЦ у регіональному аспекті; - Організація участі осіб, що навчаються, у конкретних дослідницьких проектах; - Участь приватних осіб у фінансуванні нанопроєктів; - Продаж бізнес-проектів компаніям США
5.	Японія	- Використання японської системи підготовки спеціалістів в області наноматеріалів; - Застосування технологій постійних операційних покращень процесу досліджень і навчання у нанотехнологічних центрах
6.	КНР	- Використання досвіду формування інноваційної системи, особливо в частині державного регулювання роботи ННОЦ; - Взаємодія з ННОЦ КНР на основі принципу доповнення – розвинена фундаментальна наука зарубіжних країн у сполученні з прикладною наукою КНР
7.	Республіка Корея	- Стратегії «вибору і концентрації» (вибору ключових нанотехнологічних університетів і концентрації на їх розвитку); - Досвід організації ННОЦ на профільній кафедрі і «сімейних» компаній в області нанотехнологій; - Використання корейського досвіду онлайн-навчання з використанням відео курсів по нанотехнологіям
8.	Індія	- Організація «точок зростання»; - Вирішення проблеми комерціалізації результатів інтелектуальної діяльності в області нанотехнологій; - Продаж бізнес-проектів (планів) компаніям США

В Україні необхідна розробка *Стратегії розвитку нанотехнологій в Україні* у відповідності з глобальними проблемами людства, а також створення *Національної програми розвитку нанотехнологій в Україні*, в якій будуть

ув'язані чіткі пріоритети наукових досліджень, забезпечення фінансуванням (за етапами робіт), організаційна підтримка держави діяльності ННОЦ як механізмів проведення досліджень і впровадження у підприємницький сектор, критерії результативності заходів та підзвітність відповідальних виконавців перед урядом (за бюджетне фінансування) та підприємцями (за позабюджетні кошти).

Список літератури: 1. Кизим М.О., Матюшенко І.Ю. Перспективи розвитку і комерціалізації нанотехнологій в економіках країн світу та України: монографія / М.О. Кизим, І.Ю. Матюшенко. – Х.: ВД «ІНЖЕК», 2011. – 392 с. 2. Рынок нано: от нанотехнологий – к нанопродуктам / Г.Л. Азоев и др.; под. ред. Г.Л. Азоева. – М.: БИНОМ. Лаборатория знаний, 2011. – 319 с.

Надійшла до редколегії 02.04.2012

УДК 334.012.64

В.А. МІЩЕНКО, докт. екон. наук., проф., НТУ «ХПІ», Харків,
Д.А. БОНДАРЕНКО, аспірант, НТУ «ХПІ», Харків.

РОЛЬ МАЛИХ ТА СЕРЕДНІХ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ КРАЇНИ

Проаналізовані законодавчі механізми по регулюванню діяльності малих та середніх підприємств в Україні. Розглянута історія становлення цих підприємств в Україні. Визначена їх роль в економічному розвитку країни, сформульовані функції які вони виконують, а також їх переваги та недоліки у порівнянні з великими підприємствами.

Проанализированы законодательные механизмы по регулированию деятельности малых и средних предприятий в Украине. Рассмотрена история становления этих предприятий в Украине. Определена их роль в экономическом развитии страны, сформулированы функции, которые они выполняют, а также их преимущества и недостатки в сравнении с большими предприятиями.

Legislative mechanisms are analysed on adjusting of activity of little and middle enterprises in Ukraine. Becoming history of these enterprises is considered in Ukraine. Their role is certain in economic development of country, functions are formulated which they execute, and similarly them advantages and failings before large enterprises.

Постанова проблеми. На сучасному етапі розвитку національної економіки триває трансформація народногосподарського комплексу, що була почата ще під час проголошення незалежності України. Зараз економіка країни під впливом глобальної економічної кризи переживає складні часи. Ця криза, що почалася в 2008 році, показала, що на сьогоднішній день держава незважаючи на всі прийняті міри й проведені заходи, нездатна належною мірою захистити й підтримати свої підприємства й підприємців. Останні фактично змушені боротися за своє "виживання", швидко адаптуючись під динамічно мінливу кон'єктуру ринку, і при цьому не тільки враховувати всі супутні невизначеності й можливі ризики, але й уміти бачити можливість використати сформовану ситуацію на благо розвитку підприємства.

Важливим елементом національної економіки є малі й середні підприємства (МСП), зокрема – в машинобудуванні, які, маючи господарську гнучкість, здатні мобілізувати фінансові й виробничі ресурси, забезпечувати зайнятість населення, здійснюючи стабілізацію економіки й забезпечуючи насичення ринку товарами й послугами. Тому для створення стабільної основи ефективного соціального й економічного розвитку національної економіки держава мусить звернути належну увагу в першу чергу на підтримку й розвиток МСП, без участі яких зробити це буде вкрай складно. Особливо це стосується машинобудівної галузі, що безпосередньо пов'язана з більшістю інших галузей економіки (рис. 1).

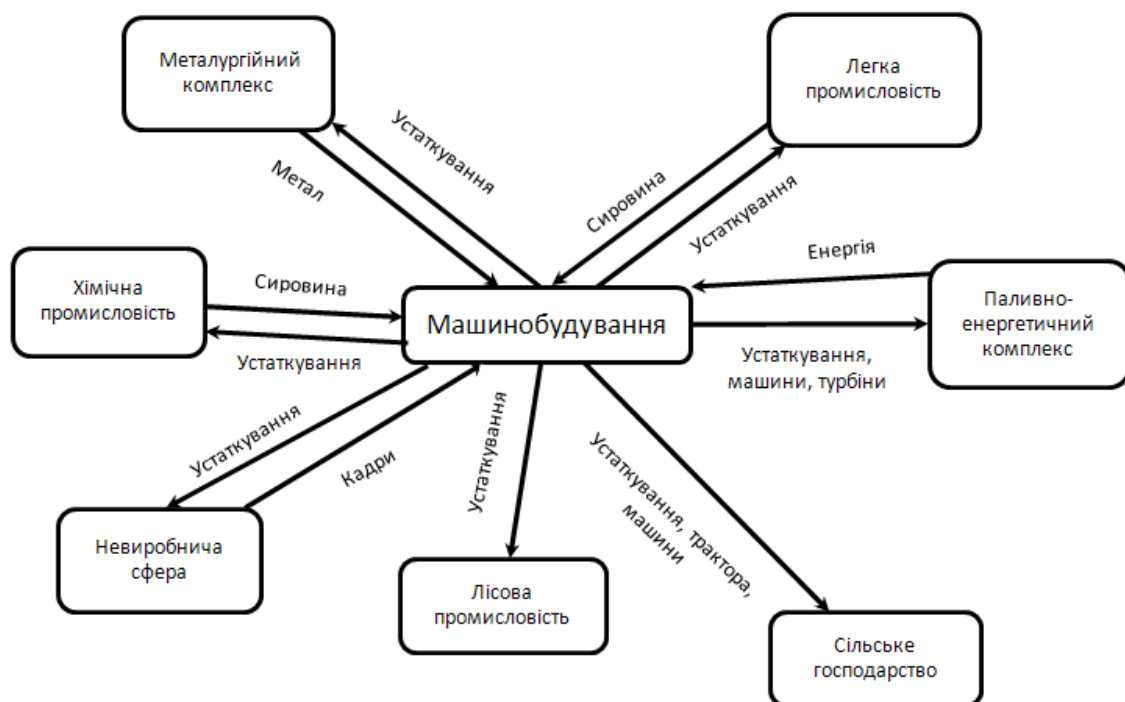


Рис 1. – Міжгалузеві зв'язки машинобудівної галузі

Аналіз досліджень і публікацій. Механізми державного регулювання МСП містяться у: Господарському кодексі України [1], Законах "Про підприємництво", "Про державну підтримку малого підприємництва", "Про національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні" [2-4], Постанові КМУ «Про Програму державної підтримки підприємництва в Україні» [5]. Питанням, о ролі МСП в економічному розвитку країни присвячені роботи: В. Карсекіна, В. Миски, В. Білика, Л.І. Вороніна, В.В. Кузьміна, І. Маломед, Д.А. Євдовицького [6-10]. Однак деяким з них приділяється недостатньо уваги.

Ціль статті. На основі наявних досліджень щодо ролі МСП у розвитку економіки країни, сформулювати авторський підхід до рішення цього питання.

Виклад основного матеріалу. МСП вплинули на те, що, починаючи із проголошення незалежності України, багато з людей усвідомили залежність їхнього благополуччя й добробуту від власних зусиль. Це спричинило розквіт «ери МСП», коли в національній економіці відбулося поступове становлення й розвиток даного сектора як самостійного соціально-економічного явища. У його формуванні можна виділити чотири основних етапи, протягом яких спостерігалися як позитивні, так і негативні зміни й тенденції.

Перший етап – 1991-1994р.р.: був покладений початок державній підтримці МСП, створений відповідний Державний комітет, прийнятий Закон "Про підприємництво" [1] і затверджена Програма державної підтримки підприємництва в Україні [5]. Але незважаючи на всі міри з боку держави, у цей час спостерігався спад активності по створенню МСП і ріст їх тінізації – як наслідок скасування податкових пільг і відсутності системного підходу.

Другий етап – 1995-1997р.р.: вживані кроки щодо реформування державної підтримки, у Конституції України була закріплена свобода підприємництва, Уряд затвердив програму розвитку малого підприємництва на 1997-1998 р. Але фактично державна підтримка була відсутня, податковий тиск не зменшився, а навпаки – було введено ряд додаткових платежів у бюджет для деяких сфер діяльності. Реально діючих механізмів підтримки МСП тоді не було.

Третій етап – 1998-2003р.р.: були проведені реформи, які реально сприяли оздоровленню цього сектора, започаткована спрощена система оподатковування, обліку й звітності суб'єктів малого підприємництва, прийняті Закони "Про державну підтримку малого підприємництва"[3], і "Про національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні"[4]. Цей час також характеризується й фінансовою кризою, що привела у свою чергу до значного рівня тенізації діяльності МСП, зменшення кількості людей, зайнятих у МСП, і погіршення фінансового стану МСП.

Четвертий етап – з 2004 по теперішній час. Характеризується слабким рівнем розвитку МСП в Україні у порівнянні з закордонними країнами. Проведено реформи в оподатковуванні, прийнятий Податковий кодекс, введено єдиний соціальний внесок. Фінансова криза вплинула на МСП, погіршилися умови збуту продукції, деякі підприємства призупинили свою господарську діяльність у

зв'язку з фінансовими труднощами. Скорочення реальних доходів населення, ріст заборгованості щодо виплат заробітної плати, і обмеження, пов'язані зі споживчими кредитами, привели до зниження споживчої здатності населення й зменшення товарообігу.

Розглядаючи роль МСП в економіці України, необхідно з'ясувати, які функції вони в ній виконують (рис. 2), яке взагалі місце вони займають у національній економіці і якими відмінними рисами володіють.



Рис. 2. – Функції МСП

МСП є головною рушійною силою у формуванні середнього класу як основного шару сучасного суспільства, що в Україні ще не сформований. Наявність середнього класу є винятково важливого складового соціально-економічного розвитку країни, що забезпечує:

- у першу чергу, підвищення платоспроможного попиту населення, що породжує пропозицію, тобто сприяє економічному росту й зайнятості населення;
- по-друге, формування внутрішніх джерел інвестування – за рахунок того, що населення не витрачає миттєво всі зароблені засоби, а інвестує значну частину в бізнес, зокрема – у розвиток МСП машинобудівної галузі;

- по-третє, створення сприятливих можливостей для самого населення відносно турботи про своє майбутнє, внаслідок домінування активної життєвої позиції;

- по-четверте, можливість прийняття управлінських рішень із питань державного значення – як наслідок дії демократичних принципів у керуванні державою.

Крім того, середній клас є основним платником податків, які формують місцеві й державні бюджети країни. Таким чином, з розвитком МСП в Україні, стимулюється формування стабільної основи для соціально-економічного розвитку країни.

У той час, коли в умовах глобальної економічної кризи спостерігається тенденція скорочення робочих місць на великих підприємствах, МСП, навпаки, сприяють рішенню питань, пов'язаних із зайнятістю трудового населення країни. У першу чергу, це проявляється завдяки здатності поглинати надлишок робочої сили, створюючи нові робітники місця.

За допомогою конкуренції, що є основною умовою функціонування МСП у ринковій економіці, відбувається стримування росту цін на товари й послуги, що стимулює власників впроваджувати нові технології й підвищувати якість пропонованої продукції. Це у свою чергу впливає на формування структури і якості валового національного продукту. Значущість ролі МСП у національній економіці обумовлена ще й тим, що на відміну від великих підприємств МСП властива висока швидкість прийняття рішень, що робить їх мобільними, здатними швидко реагувати на всілякі коливання ринку, концентрувати своїх сил і ресурсів на зміні продукту, маркетингового плану й методів продажів, перерозподілом ресурсів підприємства з одного виду діяльності на інший або взагалі зміною діяльності.

Завдяки невеликій чисельності персоналу усередині підприємств досягається значно більша згуртованість колективу, ніж на великих підприємствах, що в підсумку сприяє підвищенню мотивації й сприятливо відбивається на результатах діяльності. МСП сприяють підйому економіки в сфері високих технологій – завдяки тому, що частина МСП вкладає свої засоби в науково-технічні винаходи.

МСП, маючи мобільність, успішно функціонують на невеликих сегментах, даючи тим самим економіці можливість до швидких структурних зрушень. У сучасних умовах МСП взаємодіють із великими підприємствами за допомо-

гою різних інтеграційних форм – таких, як: підряд і субпідряд, франчайзинг, лізинг, венчурне фінансування, аутсорсинг й інкубаторство. Це взаємодія вигідно обом сторонам. Наприклад, підряд (і субпідряд) вигідний для МСП тем, що дає можливість співпрацювати не з одним, а з декількома великими підприємствами, а також, як правило, гарантовано реалізувати основну частину продукції, послуг з одержанням пільг, пов'язаних із придбанням сировини й матеріалів. Лізинг же вигідний тим, що дозволяє МСП здобувати устаткування без значних первісних витрат. А завдяки франчайзингу МСП одержують право використати певний набір виключних прав і можливість виходити на ринок під відомим брендом, який добре зарекомендував себе на ринку, що дозволяє стабілізувати вплив зовнішнього середовища, дає конкурентні переваги й істотно знижує витрати, що пов'язані з маркетинговою діяльністю.

Також необхідно відзначити, що в порівнянні з великими підприємствами МСП мають як переваги, так і недоліки, які представлені в таблиці.

Таблиця. Переваги та недоліки МСП

Переваги	Недоліки
Гнучкість, оперативність у реагуванні на зміни зовнішнього середовища	Сильна залежність від кон'юнктури ринку
Більш швидке здійснення впровадження інновацій	Обмеженість у фінансових ресурсах і труднощі щодо доступності позикових засобів
Більш високий рівень рентабельності	Залежність від держави й великих підприємств
Менші витрати на зміст персоналу	Складний доступ до інформації й розробок у науково-дослідних і дослідно-конструкторських роботах
Як правило, стабільна сплата податків у місцеві бюджети	Малі бюджети на маркетингову діяльність і низька кваліфікація рекламної діяльності
Низька капіталоємність виробництва й швидка окупність вкладень	Обмеженість постачальників і слабка розвиненість інфраструктури по збуті продукції

Висновок. Питання про ролі МСП в економіці України, розвитку й підтримці цього сектора з боку держави у світлі недавніх змін в економіці, викликаних глобальною економічною кризою, став особливо актуальним. Підтримка з боку держави цього сектора буде сприяти створенню нових, розвитку й розширенню наявних МСП, що спричинить розвиток виробництва, створення нових робочих місць та, як наслідок, підвищення платоспроможності населення й ріст збуту продукції. Для того, щоб знайти шляхи рішення виниклих труднощів і проблем, уникнувши при цьому великої кількості помилок, які в принципі неминучі, необхідно врахувати досвід закордонних країн, проаналізу-

вати взаємини МСП із державою й визначитися, які умови, необхідно створювати для сприятливого розвитку МСП в Україні.

Список літератури: 1. Господарський кодекс України // Відомість Верховної Ради України від 16.01.2003 № 436-IV. 2. Закон України "Про підприємництво" від 07.02.1991 № 698-XII. 3. Закон України "Про державну підтримку малого підприємництва" від 19.10.2000 № 2063-III. 4. Закон України "Про національну програму сприяння розвитку малого підприємництва в Україні" від 21.12.2000 № 2157-III. 5. Постанова КМУ «Про Програму державної підтримки підприємництва в Україні» від 17 березня 1993. N 201. 6. *Ворогіна Л. І.* Розвиток підприємництва в економіці України /Л. І. Ворогіна // Вісник Київського університету. Економіка. – Вип. 1. -, К., 1994. – С. 40. 7. *Карсекін В.* Мале підприємництво: проблеми і перспективи/ В. Карсекін, В. Миска, В. Білик // Економіка України.- 1995. – №10.- С. 72. 8. *Кузьмін В. В.* // Фінансові основи підприємництва: Навч. пос. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 192 с.) 9. *Маломед І.* Малий бізнес: его значение и перспективы развития в России. <http://small-business.web-3.ru/basics/small/> 10. Нормативна база бухгалтерського обліку: Збірник офіційних матеріалів / предис. і сост. Бакаєва А. С. М. : Бухгалтерський учёт, 2000.,

Надійшла до редколегії 25.04.2012

УДК 336.71
О 16

П.О. ОБЛАКОВ, аспірант, Старооскольський технологічний інститут,
Старый Оскол,
Э.А. КАРПОВ, канд. екон. наук, професор, Старооскольський технологічний інститут, Старый Оскол.

БУДУЩЕЕ РОССИЙСКИХ БАНКОВ НА ПРИМЕРЕ ЗАО МКБ «МОСКОМПРИВАТБАНК»

Законы банковского бизнеса и предприниматели после 2009 года отличаются от банковского бизнеса и предпринимателей до 2008 года, как машины начала 19 и 20 веков. Однако, какими будут эти изменения в разрезе российской банковской сферы? Попробуем представить их при помощи простейшего анализа текущих тенденций мировой экономики. В качестве примера для рассмотрения принят ЗАО МКБ «Москомприватбанк» [11] – входящий в первую сотню крупнейших по активам банков России с общей их суммой 39 686 192 тыс. руб. и капиталом 3 749 966 тысяч рублей на апрель 2012 года [9].

Закони банківського бізнесу й підприємці після 2009 року відрізняються від банківського бізнесу й підприємців до 2008 року, як машини початку 19 і 20 століть. Однак, якими будуть ці зміни в розрізі російської банківської сфери? Спробуємо представити їх за допомогою найпростішого аналізу поточних тенденцій світової економіки. Як приклад для розгляду прийнятий ЗАТ МКБ «Москомприватбанк» [11] – що входить у першу сотню найбільших по активах банків Росії із загальною їхньою сумою 39 686 192 тис. руб. і капіталом 3 749 966 тисяч рублів на квітень 2012 року [9].

The laws of banking business and entrepreneurs after 2009 differ from business and businesses before 2008, as well as cars at the beginning of 19th and 20th centuries. However, what will these changes be in the context of Russian banking sector? Let's try to imagine them using a simple analysis of current trends in the global economy. As an example to review, we take IBC Company "MoskomprivatBank" [11] – included in the list of first hundred largest Russian banks by assets with a total sum of 39,686,192 rubles. and capital of 3,749,966 thousand rubles in April 2012 [9].

Глобальные тенденции. Главная тенденция, которая и заставляет нас задуматься о будущем банков – мировой финансовый кризис, вторую волну которого экономисты ожидают в 2012-2013 гг. [8,10,12]. В России очевидны следующие его последствия [3,4]:

а) Наблюдается логичный рост влияния банков с государственным и иностранным капиталом (огосударствление и транснационализация банков). Здесь очевиден главный момент – привлечение «сверхсилы», способной защитить от последствий кризиса. Это макроуровень – на котором финансовые мастодонты первыми подходят к водопою; остальные почтительно ждут, не рискуя мешаться между огромными чудовищами.

Иностранный капитал в условиях мировой нестабильности – вещь не самая надежная, тряхнуть может и в стране банка-руководителя. «Москомприватбанк» – член «Приват-группы» банков, и поэтому в некоторой степени подходит под эту тенденцию. Однако, головной офис этой группы находится на Украине, стране крайне нестабильной. Учитывая вопрос о долгах Украины России за поставки газа, не стоит слишком рассчитывать на помощь «заграницы», а опираться на свои силы, и чем-то поддерживать эту самую «заграницу».

А вот государственное вмешательство, как всякая сверхъестественная сила требует за свою помощь соответствующую цену. В сказках чёрт забирает душу грешника; в жизни – государство забирает самостоятельность банка. Что делать в таких условиях «Москомприватбанку»? Естественно, всячески избегать такого оборота событий! Российская государственная машина подобна огромному водовороту – она засасывает всякую вещь, оказавшуюся поблизости. Поэтому нельзя давать повода для претензий чиновников!

б) Спустимся на уровень ниже: здесь царствует бизнес. Каким образом финансовый кризис банков превратился в его – Промышленный – кризис? А дело здесь вот в чем. Бизнес по классической схеме «деньги-товар-деньги*» потребляет в своей деятельности некоторый обязательный финансовый сгусток [6]. Но! Для бизнеса эти средства нужны как платежное средство. Он стремится скорее избавиться от них и превратить их в товар, оборудование или исследования. Хранить долгое время значительные финансовые средства предприятию нет никакого резона – оно не умеет на них зарабатывать. Далее, между производством продукции, отгрузкою и оплатою его существуют значительные временные промежутки. В эти промежутки у предприятия есть виртуальные день-

ги – в продукции или дебиторской задолженности – но ему требуются реальные, чтобы платить рабочим, арендодателям, энергетикам, акционерам. Эти деньги предприятие занимает у банка. Так вот, когда банки вкладывают свои пассивы слишком расточительно: под малые проценты на долгие сроки ненадежным заемщикам – у них их не остается, они не могут кредитовать предприятие. А оно не может заплатить своим рабочим и поставщикам. А поставщики не получают денег от предприятия и тоже не могут занять у банка. Но ведь у них тоже есть свои поставщики и рабочие!.. Таким образом, когда у большинства банков нет денег, их нет у большинства предприятий (они все – чьи-то поставщики и покупатели), и у большинства рабочих.

Что будет делать бизнес в новых условиях? Если на банки нельзя положиться, значит, он будет требовать гарантий от контрагентов. А лучшая гарантия выполнения сделки – это предоплата в кармане продавца. Но ведь и покупателю нужна какая-то гарантия? Каким образом можно подтвердить факт оплаты по сделке, если их производятся сотни и тысячи на дню? Конечно, если оплата где-то официально производится и регистрируется. Где, как не в банке на расчетном счете предпринимателя можно подтвердить факт такой оплаты? И потом, те же банки начнут, страхуя свои риски, требовать подтверждения деятельности предприятия – в виде тех же оборотов по счету. Таким образом, два участника процесса придут к единому выводу: безналичный оборот надежнее наличного, потому что все его звенья можно вычислить. А после кризиса главным критерием финансового выбора станет надежность.

Что все это значит для «Москомприватбанка»? Нужно и должно развивать расчетно-кассовое обслуживание бизнеса. Не стоит останавливаться на лишние льготы и стимулы на этом пути.

в) Следующий по порядку, но не по значимости уровень – физические лица, работники вышеназванных предприятий. Чтобы предприниматели не надували своих работников на серой зарплате (которую нетрудно и задержать, потому что жаловаться некому – она же серая) – государство заставит предпринимателей в той или иной мере перейти на чистую зарплату. А если эти деньги и так будут показаны налоговым органам, не стоит их и скрывать – даже лучше показывать их выплаты проводками по счету. С другой стороны, всякая проблема чему-то учит. Население наше, мягко говоря, плохо разбирающееся в банковских вопросах, будет вынуждено думать – куда вкладывать свои деньги

и где их занимать. Если «Москомприватбанк» пойдет ему на встречу – агентской сетью, удобным обслуживанием – это создаст дополнительный кредит клиентского доверия.

Изобретательский цикл. Замечательная наука эвристика [1] уже давно рассмотрела цикл, который проходит всякое изобретение человеческой мысли. Банки есть одно из таких замечательных изобретений. Рассмотрим же данный цикл на их примере.

а) Первая ступень всякого изобретения представляет собой сумбур, эдакий «винегрет» деталей, наскоро скрепленных между собой. Это происходит оттого, что всякое изобретение есть нечто новое, доселе невиданное, самому его автору не до конца ясное. Специальных деталей, специальных чертежей ещё нет и в помине, есть только воплощенные наброски, которые надо ещё испытывать и проверять. Вспомним первые самолеты: холщовые полотнища на деревянном каркасе, слабенькие моторы и пр. В банке это напоминает ситуацию, когда всяческие продукты банка, как то: кредиты, депозиты, переводы – существуют безо всякой связи между собою, каждый по-своему обеспечивая преуспевание банка.

б) Принципиальное отличие следующего этапа изобретательской мысли заключается в выделении отдельных функционально оправданных сплошных узлов. Их необходимость проверена шкурами первых испытателей; налажена уже некоторая технологическая база для отработанного механизма: так для самолетов на этом этапе выделяются отдельно крылья, корпус, хвост; обшивка, салон, двигатель; все это изготавливается промышленно патентовладельцами, а не кустарно изобретателями. Что может предложить банк на таком этапе? Естественно, единые наборы продуктов, обособленные для данной сферы работы. Например, для работы с физическими лицами можно предложить узел: депозит физлица + автоматически выдаваемая кредитная карта + оформление автоматически «спящим» агентом. А для предпринимателей приблизительно так: микрокредит + резервный счет + часть кредита выдается на текущий вклад.

в) Третий этап – самый интересный и занимательный. Когда работа сплошных узлов отработана во множестве комбинаций, а связи между ними допускают множество удобных вариантов использования – возникает гибкая конструкция, подобно самолетам последних поколений, которые меняют геометрию своего крыла прямо в полете.

Попробуем просчитать, как это выглядит на практике. Гибкость банковского продукта означает, что Клиент может поменять его вид по своему хотению легко, просто и даже не осознавая этого. Например, клиент приходит за «картой будущего» и в момент получения уплачивает Банку некую сумму от 0 до бесконечности: назовем эту сумму Вкладом ренты. Эта сумма никогда не возвратится Клиенту, взамен Банк обязуется ежемесячно уплачивать на карту 1% от Вклада ренты. Сумма Вклада ренты нигде не отражается и к съему не подлежит, в момент выдачи карта показывает 0. С карты можно снимать деньги Банка – аналогично Кредитке под 3% в месяц; и класть свои – под 0,5% с ежемесячной капитализацией (что фактически есть «Приватвклад»). Ежели Клиент не будет снимать деньги, он будет получать 1% с Вклада ренты и 0,5% от капитализации процентов, что в итоге даст около 16% годовых. Проценты по Вкладу ренты также до некоторого предела покрывают проценты по кредитным средствам. Но! Сумма вклада ренты – принадлежит Банку, а Клиент получил «банкира в кармане», которому он может доверить свои деньги и занимать их, да ещё и получать ежемесячную ренту.

Социальная психология. Не будем отрицать очевидного факта: как всякое объединение людей, банк обладает определенной психологией, складывающейся как из психологий отдельных его членов, так и банковских традиций и чего-то неуловимого, что зовется корпоративной культурой. Эта психология находится в специфическом пространстве «виртуальностей», абсолютно отличающемся от материального мира. Здесь свои законы: существует и господствует то, что владеет большим числом умов, наиболее общее для них, руководящее их действиями [2]. Для неподготовленной случайной толпы – это самые низменные инстинкты; для организации – это те идеи, что сплачивают её в единое целое. Эти идеи могут меняться и перерождаться: так идея марксистского переустройства мира, создавшая РСДРП, мутировала в идею карьерного роста в КПСС. Мы не можем обойти вниманием такую сторону банков, как их психологическое содержание.

а) Всякая организация на первом этапе своей жизни слаба и беспомощна. Её идея обычно выразима несколькими фразами. Первые христиане выглядели сектантами иудаизма, их принципы легко выражались двумя заповедями Нагорной проповеди. Для коммерческой организации такая идея – её миссия. Как всякий зародыш, организация на этом этапе если и защищаема, то броней, дос-

тавшейся от родителей; и, как всякий зародыш, она состоит из нескольких «клеток» – тех героев, коие решили посвятить себя ей.

б) Вот вокруг этих героев формируются будущие учреждения корпорации. Апостолы христианства рукополагали первых епископов, а те – первых священников. Но это не просто количественное увеличение. Параллельно формируется идеология и культура организации, скрепляющие носителей первоначальной идеи, которая играет роль своеобразного ДНК в этом новом организме. И вот мы уже видим цельный организм, готовый к деятельности. Банк на этом этапе – уже готовый к охоте молодой хищник, которого в пространстве виртуальностей [5] нельзя не заметить.

в) Самый мощный и захватывающий этап любой организации наступает тогда, когда она вписывает себя в идеи и структуры более высокого порядка. Христианство, например, сделало это, став государственной религией и вонзившись в культуры обращённых им народов. Что это означает на практике? Рассматривая предыдущие этапы, видно, как формируется верхушка организации; затем её священство; но это все были пастыри Церкви. Третий этап наступает тогда, когда формируется паства веры. До этого идея организации настолько малоизвестна, что каждый новый верующий вынужден из-за своей необычности становиться и проповедником. На третьем этапе новые верующие могут оставаться «в миру», просто признавая над собой главенство Церкви и подчиняясь ей требованиям.

Что происходит на этом этапе с банками? Сбербанк врос в государственные структуры России, став полуофициальным «банком бюджетников». Можно с уверенностью сказать, что и через двести лет его очереди из пенсионеров останутся приметой каждого российского города, хотя города эти, возможно, будут в это время виситься где-нибудь на Альфа Центавре.

Чего может здесь добиться «Москомприватбанк»? Идея с агентами банка, которые, не работая в нем, могут с ним сотрудничать – первая весточка новой эпохи. Остановимся на главных моментах перехода к ней.

– На общекорпоративном уровне это: огромная объединяющая сила, связывающая работников банка не только на сознательном уровне (желание зарабатывать и возвыситься), но, главное – на бессознательном. Как это будет выглядеть? Скорее всего, как пласт «обрядов» и символов Банка. Нетрудно сделать так, чтобы во всех РП в одно время транслировалось, например, обращение

Главы банка к своим коллегам! Регулярность означает: каждый сотрудник всегда чувствует внимание и опеку своего Банка. Тогда он будет подсознательно нести идею Банка Клиентам – от своего подсознания к их.

– Если общедуховную опеку над своими работниками несет Head-офис, то реализует их на практике Front-офис. Для этого нужна соответствующая структура. Взглянем на армейского командира: у него есть начштаба, который разрабатывает операции, и «зам по мордобой», который контролирует исполнение этих планов. Задача командира – указать, какие планы разрабатывать, и где контролировать. Руководителю банковского подразделения тоже нужны 2 таких зама. Руководитель – это голова, а замы – руки, исполняющие работу. Замы находятся в коллективе и являются его частью, поэтому они видят больше и глубже, чем руководитель. «Правая рука» ободряет коллектив, ищет все хорошее и сильное в нем. «Левая рука» находит слабые места, анализирует работу. Руководитель слушает обоих и делает выводы.

– На уровне работы с клиентами – это необычайная вовлеченность их в работу банка; каждый из них должен привлекать клиентов для банка (спящий «агент»), каждый должен получать поздравления в электронном виде от главы банка; необходима мощная внебанковская настройка из праздников, книг, журналов, символов, чтобы Банк врос в язык и культуру.

Наш мир так устроен, что платить здесь надо за все. За модернизацию надо платить ресурсами, навыками, хорошими, но негибкими людьми – то есть тем, что мы накопили в прошлом. За отказ от модернизации организация расплывается долей рынка, положением, перспективами развития – т.е. своим будущим. Поэтому организации, намеренной процветать в будущем, необходимо и обязательно выбирать своевременную модернизацию. Хочешь жить вечно – вечно меняться, поглощай и познавай новое!

Список литературы: 1. *Альтиуллер Г.С.* Найти идею – Петрозаводск: Скандинавия, 2003. – 408 стр. 2. *Лебон Г.* Психология народов и масс. – М.: Терра-Книжный клуб, 2008. – 272 с. 3. *Недев Т.* Современный финансовый кризис//Власть №7, 2009. – с.18-21. 4. *Саква Р.* Россия оказалась скорее жертвой сегодняшнего кризиса//Власть №7, 2009. – с.8-14. 5. Стратегия / Г.Почепцов. – М.: Смар-тБук, 2009. – 377 с. 6. *Стэк Дж.* Алхимия прибыли – Минск: Парадокс, 1997 – 432 с. 7. *Фридман Т.* Плоский мир. Краткая история XXI века. – М.: АСТ, АСТ Москва, Хранитель, Мидгард, 2007 г., 608 стр. 8. <http://about-crisis.ru/archives/category/result/> 9. <http://www.banki.ru/banks/rating>. 10. <http://www.mirovoy-crisis.ru>. 11. <http://www.privatbank.ru>. 12. <http://worldcrisis.ru>.

Надійшла до редколегії 23.05.2012

О.В. ПОРТНА, канд. екон. наук, доцент, Харківський інститут економіки ринкових відносин та менеджменту, Харків

ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ ФІНАНСУВАННЯ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я В УКРАЇНІ

Розглянуто практичні проблеми фінансового забезпечення медичної галузі України. Розширено класифікацію фінансових ресурсів закладів охорони здоров'я, враховуючи багатогранність фінансово-економічних відносин, багатоканальність фінансування та різноманіття його проявів.

Ключові слова: фінансове забезпечення, багатоканальність фінансування, класифікація фінансових ресурсів закладів охорони здоров'я.

Рассмотрены практические проблемы финансового обеспечения медицинской отрасли Украины. Расширена классификация финансовых ресурсов медицинских учреждений, учитывая многогранность финансово-экономических отношений, многоканальность финансирования и разнообразие его проявлений.

Ключевые слова: финансовое обеспечение, многоканальность финансирования, классификация финансовых ресурсов учреждений здравоохранения.

Considered practical problems of financial security of medical field in Ukraine. Expanded the classification of financial resources of medical institutions taking into account all sides of financial and economical relations, multi-channel financing and its variosity.

Key words: financial security, multi-channel financing, classification of financial resources in health care institutions.

Актуальність. Сучасні умови соціально-економічного розвитку України обумовлюють актуальність належного аналізу фінансових відносин, фінансового механізму та фінансового забезпечення охорони здоров'я для здійснення ефективної політики держави у цій галузі за допомогою оптимізації розподілу та перерозподілу фінансових ресурсів. Це пояснюється тим, що галузь охорони здоров'я – дуже соціально та економічно важлива й значуща, складна за своєю структурою і взаємозв'язками, багатогранна та багаторівнева система, діяльність якої базується на створенні й розвитку розгалуженої мережі медичних закладів. Охорона здоров'я завжди потребує ресурсних вкладень, адже якість медичного обслуговування і стан здоров'я населення залежать від забезпеченості медичної галузі матеріально-технічними, трудовими, фінансовими ресурсами та від їх ефективного використання. Тому об'єктивною необхідністю є вироблення фінансових засад реформування охорони здоров'я, які разом з комплексом соціально-економічних чинників справлять значний вплив на здоров'я людей.

Це означає, що проблеми ресурсного забезпечення галузі охорони здоров'я завжди актуальні для держави, для всього суспільства та кожного громадянина.

Постановка проблеми. Система охорони здоров'я в Україні позначена проявами всеосяжних, глибоких і драматичних змін. Вони мають негативний, інколи суперечливий характер. Дослідники питань охорони здоров'я Л. Пиріг [1], Р. Богатирьова [2], В. Пономаренко [3] та інші неодноразово наголошували, що охорона здоров'я України не відповідає сучасним вимогам насамперед через вади у фінансуванні галузі, а саме [2]:

- недостатнє фінансування медицини з бюджетних джерел;
- нераціональне використання ресурсів, які характеризують фінансово-економічний стан галузі;
- диспропорції у фінансуванні рівнів медичної допомоги;
- недооцінка та відсутність механізмів забезпечення оптимального використання на охорону здоров'я загальних видатків (в Україні позабюджетні надходження нерозвинені та істотно занижуються в обліку);
- відсутність економічних стимулів для реформування державного сектора;
- застарілі технології профілактики, діагностики й лікування;
- занепад основних фондів;
- просте фінансування окремих медичних установ за бюджетні кошти замість забезпечення державних пріоритетів у галузі охорони здоров'я [4].

Усі ці проблеми з часом не зникають. Навпаки, їх перелік постійно поповнюється. На думку автора, до зазначених проблем можна додати ще:

- недостатнє впровадження фінансового механізму контролю за надійністю та якості надання медичної допомоги;
- відсутність дійових методів контролю за витрачанням наявних коштів та ефективністю роботи медичних закладів;
- нехтування ринковими механізмами (скажімо, стимулюванням) не тільки в діяльності медичних закладів, але й при виробленні державної фінансової політики в галузі охорони здоров'я.

Мета статті. Дослідження практичного стану, проблем та перспектив фінансового забезпечення охорони здоров'я, а також удосконалення класифікації фінансових ресурсів закладів охорони здоров'я.

Виклад основного матеріалу. В Україні основними напрямками реформ у фінансуванні системи охорони здоров'я були визначені децентралізація управ-

ління й фінансування, багатоканальність фінансування, демонополізація державного сектора, впровадження ринкових механізмів і медичного страхування. Жоден із цих напрямів не реалізований у повному обсязі. В результаті держава та суспільство не досягли бажаних результатів у справі підвищення ефективності використання наявних коштів, надійності та якості надання медичної допомоги, відтворення та зміцнення здоров'я населення.

Розглядаючи проблеми сучасного фінансового забезпечення, І. Акімова зазначила, що у нас замало грошей витрачається на охорону здоров'я – приблизно 4 % від ВВП, тоді як в інших країнах значно більше. Якщо грошей недостатньо, то розпорошувати їх зовсім неприпустимо. Наявні кошти треба використовувати так, щоб отримати кращий результат [5, с. 5].

На підтвердження думки І. Акімової наведемо обсяги фінансування охорони здоров'я деяких країн світу. Організація економічного співробітництва та розвитку (OECD) проаналізувала обсяги фінансування охорони здоров'я 34-ох країн світу. Серед них на охорону здоров'я найбільше витрачають Сполучені Штати Америки (у 2009 році – 17,4 % від ВВП), найменше – Мексика (у 2009 році – 6,4 % від ВВП) [6].

Проблемні питання обсягів та джерел надходження коштів у медицину і їх витрачання розглянув В. Рибчук на Національній конференції «Функціонування та фінансування системи охорони здоров'я України». Він зазначив, що бюджетне фінансування галузі становить 3,8 % від ВВП. Втім, якщо додати до цієї суми обсяг витрат населення на придбання лікарських засобів і виробів медичного призначення, а також видатки лікарняних кас, видатки на приватну медицину, фінансування Світового банку та Глобального фонду боротьби з туберкульозом, ВІЛ/СНІДом та малярією, – то цей показник значно зростає, сягаючи 5,76 %. Однак і це не всі фінансові ресурси галузі: підвищення показника сукупних видатків ще приблизно на 0,1–0,2 % від ВВП забезпечують фонди допомоги хворим, діяльністю яких опікуються неурядові організації та благодійні фонди. Оцінки витрат населення з власної кишені дуже різні, залежно від джерела даних та методології: за деякими з них, цей обсяг може становити 3–3,5 % від сукупних державних видатків на охорону здоров'я [7].

Ми бачимо, що загальний обсяг спрямування ресурсів до галузі значний і в ньому превалюють позабюджетні джерела. З урахуванням багатоканальності надходження ресурсів до медичної галузі, позабюджетне фінансування майже

втричі перевищує бюджетне. Тому необхідно аналізувати загальні ресурси охорони здоров'я, що включають і бюджетні, і позабюджетні кошти.

На згаданій конференції «Функціонування та фінансування системи охорони здоров'я України» проаналізовано співвідношення між державними та приватними видатками у сфері охорони здоров'я України порівняно з іншими країнами. Виявилося, що у нас в країні рівень приватних видатків є надзвичайно високим.

Тож, якщо оцінювати всі сукупні видатки в охороні здоров'я, то навіть за скромними підрахунками реальне фінансування галузі в Україні становитиме 6–6,7 % від ВВП [7].

Як бачимо, в Україні впроваджується, розвивається та удосконалюється багато джерел фінансування медичної галузі. Крім того, додатковим фінансовим ресурсом медичної галузі є фінансування бюджетами цільових програм охорони здоров'я, яке передбачає виділення значного обсягу коштів, комплексний підхід до вибору пріоритетів фінансування закладів, обов'язково спрямовуючи на підтримку тих чи інших завдань галузі фінансові можливості і зважаючи всі складові розвитку охорони здоров'я на перспективу. Зараз цей принцип комплексності не працює. Однією з причин є порушення і недосконалість у фінансуванні бюджетами цільових програм. За даними прес-служби Рахункової Палати України, більшість державних цільових програм у галузі охорони здоров'я не відповідають вимогам чинного законодавства. Вони не цільові, оскільки не зорієнтовані на досягнення кінцевої мети – підтримки здоров'я громадян України [4].

Наведений вище аналіз фінансового забезпечення медичної галузі доводить, що охорона здоров'я в Україні, з урахуванням всіх джерел надходження коштів, фінансується майже вдвічі повніше за обсяги бюджетного утримання. А проблема постає в недоврахуванні, нерегульованості та неконтрольованості ресурсів, що надходять до медичної галузі.

Тому вирішення проблем фінансового забезпечення охорони здоров'я має не стільки налаштовувати на пошук додаткових джерел фінансування, скільки стимулювати ефективне та раціональне використання наявних ресурсів галузі й отримання високого соціального ефекту, керуючись принципами організації фінансування закладів охорони здоров'я, що базуються на:

- обов'язковому або законодавчо встановленому ресурсному забезпеченні;
- добровільному ресурсному забезпеченні.

Сьогодні в Україні запроваджено багатоканальне фінансування охорони здоров'я, що передбачає поєднання декількох джерел. Найчастіше у класифікації фінансового забезпечення медичної галузі обмежуються одиничним критерієм – це джерела надходження – і доповнюють його обсягом отриманих коштів. Серед таких джерел виділяють [8]:

- фінансування з державного бюджету;
- фінансування з місцевих бюджетів;
- ініціативні фонди та ініціативні програми, що спрямовані на вирішення однієї чи кількох соціальних проблем за рахунок ініціативи населення;
- добровільне медичне страхування (механізми добровільного медичного страхування набувають характеру ризикового накопичення);
- благодійні програми;
- безпосередні платежі населення або платні послуги.

Є також загальноприйняті:

- приватне фінансування медичних послуг;
- неофіційна оплата послуг (коштом пацієнта);
- програми міжнародної технічної та гуманітарної допомоги – як додаткове джерело фінансування;
- кошти громадських, релігійних та благодійних організацій.

Але такий підхід до класифікації звужує поняття фінансового забезпечення, не розкриваючи форм надходження ресурсів та не обумовлюючи критерії розвитку.

Разом з джерелами та обсягами фінансування слід розглянути способи й методи покриття витрат. Часто наводиться класифікація відповідно до способів та методів фінансування. Наразі популярні такі способи фінансування закладів охорони здоров'я (способи оплати медичної допомоги) [9, с. 34].

Для амбулаторно-поліклінічних закладів:

- оплата за фактичну кількість наданих послуг;
- оплата за фактичне число відвідувань;
- оплата за фактичну кількість завершених випадків амбулаторної допомоги;
- поособове фінансування всього обсягу наданої допомоги (повне фондоотримання);

– поособове фінансування всього обсягу позалікарняної допомоги і частини обсягу стаціонарної (часткове фондоотримання).

Для стаціонарів:

- оплата фактично проведених ліжко-днів;
- оплата заздалегідь узгодженого обсягу ліжко-днів;
- оплата фактичного числа закінчених випадків стаціонарного лікування;
- оплата на основі узгоджених обсягів стаціонарної допомоги (метод глобального бюджету).

Розширюючи класифікацію фінансових ресурсів охорони здоров'я, З. Лободіна поділила джерела формування [10, с. 76]:

- на внутрішні
- та зовнішні.

Форма організації фінансування має на увазі [10, с. 76]:

- фондову форму;
- нефондову форму.

Безумовно, кількісна й якісна характеристика фінансового забезпечення визначається, насамперед, обсягом фінансових ресурсів, які воно забезпечує медичній галузі. При цьому важливими, на нашу думку, є не лише обсяги ресурсів охорони здоров'я, а й їх структуровані прояви, тобто кількість, склад, канали, джерела, методи, об'єкти, форма вираження, часова та просторова ознаки, рівні фінансування тощо.

Через дію багатьох чинників та складових, які унеможливають якісний аналіз, планування, прогнозування, контроль та регулювання фінансування і результатів діяльності, особливого значення набуває їх класифікація. Тому на підставі проведеного аналізу фінансових ресурсів ми пропонуємо класифікувати їх за фінансовим принципом та фінансовим забезпеченням, беручи до уваги складність фінансово-економічних відносин, багатоканальність фінансування та різноманіття його проявів. Це дозволяє виділити окремі групи. Така структуризація сприятиме чіткішому розмежуванню фінансування за принципами, методами, способами, засобами, каналами, формами, джерелами та рівнями коштів, які до них спрямовуються, а в результаті – забезпеченню цільового, ефективного та раціонального використання фінансових ресурсів, а також дійсно комплексному та якісному контролю за їх надходженням і витратами. Гадаємо, що слід розширити й удосконалити вже існуючу класифіка-

цію, тому пропонуємо виділяти подані нижче ознаки фінансових ресурсів та їх елементи.

Насамперед, починати класифікацію фінансових ресурсів охорони здоров'я треба з визначення форм власності, тому що це визначає основних утримувачів медичних закладів, тобто основних надавачів коштів. Залежно від форм власності заклади охорони здоров'я бувають:

- державні;
- комунальні;
- приватні.

Виходячи з форм власності, називаються і джерела, які надають ресурси. За джерелами фінансування розподіляється так:

- державний бюджет;
- місцеві бюджети;
- страхові фонди;
- платні послуги.

Зараз в Україні задіяні одночасно декілька методів фінансового забезпечення медичної галузі, а саме:

- кошторисне;
- постатейне;
- поособове;
- метод глобального бюджету;
- програмно-цільовий метод;
- індивідуальне.

Деталізуючи методи фінансування, слід розглянути і його об'єкти. В залежності від об'єктів буває різне фінансування:

- фінансування статей витрат;
- фінансування цільових програм;
- фінансування страхових випадків;
- фінансування за надання послуги.

Пам'ятаючи про багатоканальність фінансування охорони здоров'я в Україні, всі раніше зазначені джерела надходження коштів можна поділити за кількістю джерел фінансування:

- одноканальні;
- багатоканальні.

Розглядаючи джерела надходження коштів, усю їх множину доцільно поділити на дві групи, які принципово відрізняються одна від одної. За підпорядкованістю маємо джерела фінансування:

- бюджетні;
- позабюджетні.

Фінансові ресурси надходять у медичну галузь як напряму від суб'єктів фінансування, так і через посередників, тому в залежності від каналів, можливе:

- пряме фінансування;
- опосередковане фінансування.

Система охорони здоров'я загалом та окремі медичні заклади одержують ресурси від їх надавачів і в грошовій формі, і в натуральній, – тобто у вигляді устаткування, медикаментів, постільної білизни, харчування тощо. Тому, вважаємо за потрібне класифікувати ресурси ще й за формою вираження:

- грошові;
- натуральні.

Для галузі охорони здоров'я ресурси виділяються як на поточну діяльність медичних закладів, так і на перспективні програми. Тому за часовою ознакою фінансове забезпечення буває:

- поточним;
- перспективним.

Фінансуються як медичні заклади взагалі, так і окремі структурні підрозділи. Тож за просторовою ознакою фінансове забезпечення буває:

- локальним;
- загальним.

Очевидно, що фінансове забезпечення охорони здоров'я має на меті не лише визначення джерел, форм і методів фінансування. Метою фінансового забезпечення є також здобуття певних результатів, досягнення визначених цілей економічного та соціального ефекту функціонування галузі. Тому, на нашу думку, в системі охорони здоров'я особливе значення мають фінансові відносини закладів охорони здоров'я з бюджетами різних рівнів, зі страховими компаніями, суб'єктами господарювання – тобто з різними рівнями фінансування та отримання ефекту від діяльності. Конкретизація цільових орієнтирів фінансового забезпечення є складовою частиною загального процесу функціонування системи охорони здоров'я. Відтак класифікація фінансового

забезпечення закладів охорони здоров'я повинна давати чітке визначення рівнів надходження коштів.

Фінансове забезпечення здійснюється на кількох рівнях:

- на державному рівні (через фінансування галузі з Державного бюджету України) встановлюються стратегічні цілі розвитку суспільства, формується політика розвитку системи охорони здоров'я, визначаються його пріоритетні проблеми та шляхи їх вирішення;

- на рівні регіональних органів державної влади (через місцеві бюджети) доповнюється, конкретизується й адаптується до місцевих умов загальнодержавна політика, розробляються додаткові територіальні програми і заходи, що сприятимуть вирішенню специфічних медичних проблем, розробляється система забезпечення населення фармацевтичними препаратами, специфічними медичними послугами;

- на рівні медичного закладу, шляхом здійснення фінансування за багатьма каналами, проводиться безпосередня робота з населенням;

- є також індивідуальний рівень (платні послуги, що фінансуються за власні кошти пацієнтів і медичне страхування).

Висновки. Саме тому структуризація фінансового забезпечення системи охорони здоров'я вимагає комплексного підходу, який гарантуватиме:

- широту охоплення стратегічних напрямків охорони здоров'я;
- створення ієрархії пріоритетів;
- конкретизацію засобів досягнення цілей та механізмів їх реалізації;
- визначення ресурсного забезпечення;
- узгодженість термінів виконання;
- виконання вимог щодо адресної фінансової допомоги у сфері охорони здоров'я.

Запропонована класифікація (завдяки охопленню широкого кола класифікаційних ознак та їх елементів) допоможе всеохоплююче, комплексно, всебічно, конструктивно, якісно аналізувати й відстежувати фінансові відносини в їх розвитку задля поліпшення використання коштів медичної галузі, зміцнення здоров'я людей, виявлення ресурсних резервів. Це дасть змогу відобразити ба-

гатогранність фінансово-економічних відносин, багатоканальність фінансування й різноманіття його проявів.

Список літератури: 1. *Пиріг Л.* Охорона здоров'я в державній політиці України на сучасному етапі // Українські медичні вісті. – 1997 – № 1. – С. 3–5. 2. *Богатирьова Р.В.* Здоров'я дітей та жінок в Україні / Р. Богатирьова [та ін.] ; відп. ред. В. Стешенко; Кабінет Міністрів України, Міністерство охорони здоров'я України, Державний комітет статистики України, НАН України. – К. : [б. в.], 1997. – 152 с. 3. *Пономаренко В. М.* Основні напрями реалізації державної політики України у сфері охорони здоров'я в міжгалузевій комплексній програмі „Здоров'я нації” / В. М. Пономаренко // Формування та реалізація регіональної політики в галузі охорони здоров'я : матеріали наук.-практ. конф. за Міжнар. участі (25–26 квіт. 2002 р.). – Одеса, 2002. – С. 10–17. 4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>. – Назва з екрану. 5. Ирина Акимова: «Качество медицинской помощи должно повыситься в ближайшие годы, и это будет связано с изменением системы финансирования здравоохранения» / [интервью брала Лидия Суржик] // Зеркало недели. – 2011. – 4 февр. (№ 4). 6. OECD Home [Electronic Source]. – Mode of access : http://www.oecd.org/document/16/0,3746,en_2649_37407_2085200_1_1_1_37407,00.html. – Title from a screen. 7. *Рибчук В.* Реформа фінансування охорони здоров'я України. Замість впровадження моделей – вирішення нагальних проблем [Електронний ресурс] : виступ на національній конференції «Функціонування та фінансування системи охорони здоров'я України» / В. Рибчук // Аптека.ua. – 2008. – 19 мая. (№ 641 (20)). – Режим доступу: <http://www.apteka.ua/article/6593>. – Назва з екрану. 8. Панорама охорони здоров'я населення України / А. В. Підаєв, О. Ф. Возіанов, В. Ф. Москаленко, В. М. Пономаренко [та ін.]. – К. : Здоров'я, 2003. – 396 с. 9. *Шевченко Л. С.* Финансирование медицинской помощи: региональный опыт и практические рекомендации / Л. С. Шевченко // Психиатрия. – 2004. – № 2. – С. 31–35. 10 *Лободіна З.* Фінансові ресурси закладів охорони здоров'я дітей: реалії формування та перспективи зростання / З. Лободіна // Світ фінансів. – 2007 – Вип. 2 (11). – С. 73–84.

Надійшла до редколегії 03.06.2012

УДК 658.589

О.П. РОГАЛЕВА, магістрант, НАУ «ХАІ», Харків

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОБУЛОЧНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ДОСКОНОЛОЇ КОНКУРЕНЦІЇ

У роботі мова йде про малі підприємства хлібобулочної промисловості, що працюють в умовах досконалої конкуренції, а саме доготовочні підприємства (громадського харчування) – які здійснюють приготування блюд з напівфабрикатів і кулінарних виробів, їх реалізацію і організацію вжитку. Запропоновано один із шляхів підвищення якості хлібобулочної продукції. Представлені розрахунки про доцільність заходу.

Ключові слова: досконала конкуренція, малі підприємства, попит, якість, прибуток.

В работе речь идет о малых предприятиях хлебобулочной промышленности в условиях совершенной конкуренции, а именно доготовочные предприятия (общественного питания) – которые осуществляют приготовление блюд из полуфабрикатов и кулинарных изделий, их реализацию и организацию потребления. Предложен один из путей повышения качества хлебобулочной продукции. Представлены расчеты о целесообразности мероприятия.

Ключевые слова: совершенная конкуренция, малые предприятия, спрос, качество, прибыль.

The paper will discuss small business bakery industry in conditions of perfect competition, namely dohotovochni enterprises (catering) – engaged in cooking with culinary and semi-finished products, their implementation and organization use. A one way to improve the quality of bakery products,

namely the introduction of such additives as dry wheat gluten, presented research at appropriate introduction of additives.

Key words: perfect competition, small businesses, demand, quality and profit.

Вступ. Досконала конкуренція існує в таких сферах діяльності, де діє досить багато дрібних продавців і покупців ідентичного (однакового) товару, і тому жоден з них не в змозі вплинути на ціну товару.

Так як на ринку досконалої конку49

ренції існує велика кількість дрібних продавців і покупців, виробники здійснюють постійну боротьбу за покупця на ринку. Конкуренція створює у виробників стимули до постійної розмаїтості пропонованих товарів і послуг для завоювання ринку. Розширення асортименту пропонованої до продажу продукції відбувається як за рахунок створення абсолютно нових товарів і послуг, так і за рахунок диференціації окремого продукту [1].

У сучасних умовах ринкової економіки дуже складно знайти той рід діяльності, який приносив би прибуток і мінімізував би ризик банкрутства фірми.

Виходячи з цих умов розглянемо таку галузь народного господарства, як громадське харчування, бо саме ця галузь забезпечує людей їжею і є дуже важливою для їх існування .

Громадське харчування – це галузь народного господарства, сукупність підприємств, що займаються виробництвом, реалізацією і організацією вжитку кулінарної продукції [2].

Харчова промисловість є однією з провідних галузей промисловості України. Вона поступається тільки чорній металургії, даючи більше 17% промислової продукції України. Харчова промисловість має складну структуру, об'єднуючи понад 20 галузей, які виробляють продукти харчування [3].

Останні кілька років вітчизняний ринок підприємств громадського харчування демонструє досить високі темпи зростання. Головною опорою розвитку даного ринку є заклади громадського харчування, щорічний темп приросту яких як по кількості точок, так і за обсягами продажів складає близько 20 – 25% [4].

Торгівля гарячої випічкою – є одним з варіантів бізнесу для підприємців – початківців. Цей бізнес має великий попит і вимагає мінімальних вкладень. Точки гарячого харчування розміщуються в місцях великого скупчення людей.

Отримання високого прибутку від продажу продукції залежить від цілого набору факторів: погоди, уміння скласти асортимент, чіткої роботи постачальника.

1. Постановка завдання. Незадовільна якість сировини для виробництва продуктів харчування, в тому числі і хлібобулочних виробів, змушує виробників використовувати нові підходи для забезпечення їх високої якості та харчової цінності.

В умовах досконалої конкуренції виробляються однорідні товари, які часто є абсолютно ідентичними. Для покупця не має значення, у якої фірми їх купувати, якщо ціна однакова і якість товару теж.

Для забезпечення якості продукції та вирішення існуючих проблем потрібно дослідити шляхи покращення результатів діяльності підприємств хлібобулочної промисловості.

2. Результати дослідження. Одним із шляхів забезпечення попиту на хлібобулочні вироби, якості та смаку продукції – додавання такої харчової добавки, як суха пшенична клейковина (СПК).

Введення клейковини в борошно з пониженим вмістом клейковини, по – перше, збагачує її білком, якого не вистачає, по – друге, клейковина істотно покращує якість хліба. СПК дозволяє створювати стабільну структуру тесту, контролювати його розтяжність, збільшувати газотримуючу здатність, поліпшувати структурно – механічні характеристики тесту і, отже, якість кінцевого продукту – хлібобулочних виробів.

Найбільша кількість клейковини в світі споживається при хлібопеченні, при виготовленні булочок, хліба, кексів, печива безпосередньо на хлібопекарських підприємствах, а також при виготовленні тіста для макаронних виробів і різноманітних равіолі (пельменів, вареників тощо). Велика кількість СПК використовується безпосередньо для збагачення борошна на борошномельних підприємствах.

У складі борошна міститься до 80% білкових речовин, з яких 85-95% складають клейковинні білки гліадин і глютенін.

Раніше проведеними дослідженнями встановлено, що СПК доцільно використовувати для підвищення вмісту клейковини в борошні, покращенню її якості, що зумовлює виробництво високоякісної продукції.

Дослідження проведенні в Національному університеті харчових технологій (НУХТ) показали високу ефективність застосування СПК особливо при переробленні борошна із слабкою за силою клейковиною. Борошно зі слабкою клейковиною поглинає мало води, тісто з нього швидко розпушується, тістові заготовки під час вистоювання розпливаються, що зумовлює низьку якість виробів [5].

В НУХТ були проведенні дослідження по визначенню впливу СПК на структурно – механічні властивості тіста. СПК додавали під час замішування тіста в кількості 2 – 4% до маси борошна. Було встановлено, що тісто з СПК завдяки високій водопоглинальній здатності поглинуло більше води на 2,5 і 4,8 % відповідно, тобто з внесенням кожного відсотка СПК водопоглинальна здатність підвищується в середньому на 1,2%.

Поряд з цим покращується пружність і стійкість тіста, що є наслідком зменшення в ньому рідкої фази (таблиця 1).

У процесі замішування тіста з СПК в меншій мірі розріджується, стабілізується його структура. Можна побачити, що білки СПК при замішуванні тіста зв'язуються з клейковиною борошна нековалентними зв'язками і беруть участь у формуванні клейковинного каркасу, що надає тісту більшої пружності, еластичності.

Таблиця 1. Вплив СПК на структурно – механічні властивості тіста

Показники	Тісто без добавок	Додано СПК, % до маси борошна	
		2	4
Водопоглинальна здатність, %	66	68,5	70,8
Тривалість утворення тіста, хв	2,1	2,3	2,5
Стійкість, хв	2	2,5	2,8
Пружність, %	72	84	90

Це підтверджується покращанням газотримувальної здатності тіста, про яку судили по величині питомого об'єму тіста за 3 години бродіння. Тісто з СПК утримує внаслідок кращої еластичності клейковини більше диоксиду вуглецю, що сприяє покращанню об'єму хліба [3].

Завдяки покращенню структурно-механічних властивостей тіста в наслідок внесення в нього СПК збільшується об'єм хліба, підвищується його пористість, покращуються органолептичні властивості м'якушки, формостійкість

готових виробів, подовжується тривалість збереження виробами свіжості. Про це свідчать дані наведені в таблиці 2.

Таблиця 2. Вплив СПК на якість хлібобулочних виробів

Показники	Контроль (без дода- вок)	Додано СПК, % до маси борошна	
		2	4
Питомий об'єм, см ³	290	310	322
Пористість, %	70	72	74
Крихкуватість через 24 години, %	5,4	4,6	4,4

На прикладі фірми «La France», що знаходиться у м. Донецьку, було встановлено, що коли собівартість одного виробу становила 1,33 грн. (без додавання СПК), рівень продаж дорівнював від 600 – 800 шт. на добу. При додаванні сухої пшеничної клейковини собівартість однієї булочки зросла на 10 коп. (дивись таблицю 3), але якість продукції покращилась, об'єм продаж виріс до 1100 шт. за добу, що дозволило збільшити прибуток.

Ціна СПК дорівнює 38 грн/кг. Для приготування хлібобулочних виробів потрібно 4% СПК від маси борошна. На одну булочку потрібно десь 70 грамів борошна.

Проведемо розрахунки витрат СПК для виробництва 10 штук хлібобулочних виробів (таблиця 3).

Таблиця 3. Необхідна кількість СПК, яка необхідна для виготовлення 10 штук булочок

Інгредієнти	Ціна за 1 кг, грн.	Необхідний про- цент інгредієнтів по відношенню до маси борошна (на 700 грам), %	Кількісна оцінка інгредієнтів по відношенню до маси борошна, грам	Ціна за процентне співвідношення інгредієнтів, грн
1. Борошно (на 700 грам, тобто на 10 виробів)	2,9	-	-	-
2. Клейковина пшенична суха	38	4	28	1,06

Одже на 10 штук хлібобулочних виробів потрібно 28 грамів сухої пшеничної клейковини, що дорівнює 1,06 грн. Одного кілограма СПК досить для виготовлення 358 штук булочок, при умові, що на одну потрібно 70 грам борошна.

Собівартість виробів дещо збільшиться, але прибуток зросте, тому що якість виробів буде значно кращою.

Таким чином, додатково затратив кошти на добавку СПК та зміну технології можна забезпечити зростання прибутку підприємства, в цілому за рахунок збільшення обсягу реалізації продукції, що певним чином вплине на зниження собівартості за рахунок ефекту масштабів.

Висновки. Для успішної діяльності малих підприємств хлібобулочної промисловості пропонується змінити рецептуру тіста, а саме ввести таку добавку, як суха пшенична клейковина (СПК), яка дозволить збільшити якість (зокрема смак) продукції, що для покупця є одним з основних чинників при покупці товару.

Проведенні дослідження показали доцільність застосування СПК як добавки, що покращує якість виробів з борошна із слабкою клейковиною.

Натуральна пшенична клейковина захищена Кодексом стандартів пшеничної клейковини і схвалена для використання більшістю країн у всьому світі.

В останні 25-30 років використання сухий пшеничної клейковини зросла у десятки разів, особливо в передових країнах з розвиненою агропромисловою індустрією.

Таким чином, застосування сухої пшеничної клейковини в умовах малих підприємств хлібобулочної промисловості дозволяє: підвищити харчову цінність борошна і хлібобулочних виробів завдяки збагаченню борошна таким цінним речовиною, як рослинний білок, що має важливе значення для здоров'я людини.

Що стосується впливу обсягів продажу хлібобулочної продукції, то по фірмі «La France» збільшення обсягу продаж булочок на 30% дозволяє знизити собівартість одиниці продукції майже на 9 копійок.

Список літератури: 1. Разнодежина Э.Н. Экономическая теория. Тема 10 – Поведінка суб'єктів ринку в умовах досконалого конкурентного середовища /Э.Н. Разнодежина. – К.: Освіта, 2009 – 346 с. 2. Андрианов П.И. Организация общественного питания /П.И. Андрианов, – М, «Экономика», – 1998 – 235 с. 3. Стадник О.Г. Економічна і соціальна географія України. §25. Харчова промисловість / О. Г. Стадник. – Х.: Вид-во «Ранок», 2009. – 320 с. 4. Осипова Г.В. Маркетингове дослідження ринків рес-

торанів громадського харчування / Г.В. Осипова, І.О. Лебедєва, І.А. Кірсанова, Ю.В. Пряхіна / Академія соціального управління. **5.** Дробот В.І. Суха пшенична клейковина покращує силу борошна / В.І. Дробот, Т.А. Сильчук Л.І. Удворгелі Лукашевич І.О. – Наукові праці НУХТ. – 2010. – № 16.

Надійшла до редколегії 16.05.2012

УДК 330.341.1

О.Л. СЕМЕНЮК, аспірант, НТУ «ХП», Харків

АНАЛІЗ ЗАЛЕЖНОСТІ ОБСЯГУ ІНВЕСТИЦІЙ В ІННОВАЦІЇ ВІД ПРИРОСТУ ВВП

В даній статті проведено дослідження залежності обсягу інвестицій в інновації від приросту ВВП. Наведено загальну схему залежності з поясненням кожного поля. На основі удосконаленої залежності проведено аналіз інвестицій в інновації в економіку України. Проаналізовано, що в 30% дна залежність не підтримується.

В данной статье проведено исследование зависимости объема инвестиций в инновации от прироста ВВП. Приведена общая схема зависимости с объяснением каждого поля. На основе усовершенствованной зависимости проведена анализ инвестиций в инновации в экономику Украины. Проанализировано, что в 30% данная зависимость не поддерживается.

In this article, conducted the research based investments in innovation on GDP growth. The general scheme according to the explanation of each field. Based on improved depending on the analysis of investment in innovation in the economy of Ukraine. Analyzed, which is 30%, this dependence is not supported.

З наукової точки зору ВВП завжди цікавило вчених, що приводило до його вивчення. В багатьох роботах вже було вивчено залежність даного показника від різних факторів. Але можна відмітити, що в сучасних умовах взаємозалежність головного показника країни та інвестицій значна і потребує детального вивчення.

Постановка задачі. Метою даної статті є аналіз зміни ВВП та інвестицій в інновації на основі економетричної моделі панельних даних.

Вивченням даної теми займалися вітчизняні та закордонні науковці такі, як Кононенко І.В., Калецький М., Солоу, Хікмен Б., Домар та ін..

З економічної точки зору інвестиції завжди цікавили уряд різних країн. Інвестиції економіки країни залежать від великої кількості факторів – від державних доходів і витрат, ступеня розвитку техніки й технології, інновацій, внутрішньої й зовнішньої політики держави, стану законодавчої бази, міжнародних зв'язків, тому даній темі було присвячено багато робіт іноземних учених[3].

Вони досліджували так названу інвестиційну функцію, що являє собою модель попиту на капітальні вкладення, що відображає взаємозалежність інвестицій з тими або іншими факторами (темпами росту ВВП, маси й норми прибутку, обсягу основних виробничих фондів і т.д.).

Відомі різні інвестиційні функції. Приміром, польським економістом Михалем Калецьким було запропоноване рівняння попиту на валові капіталовкладення і їхню величину залежить від обсягу заощаджень і зрушень прибутку, валового національного продукту, запасів основних фондів.

У брукінгській економетричній моделі (США) одним з основних факторів, що впливають на потік інвестицій, є попередні зміни обсягів продажів [4].

Також залежність значення ВВП від обсягу капітальних інвестицій була неодноразово замічена в моделях росту Солоу, Харрода, Домара й ін. Зворотна залежність – обсягів інвестицій від ВВП також досліджувалася. У своїй роботі Арби й Батула показали наявність двосторонньої залежності між обсягом капітальних інвестицій і ВВП за допомогою економетричних підходів, зокрема, за допомогою каузальних тестів Грейнджера [1]. Воронкін запропонував формулу, що зв'язує ВВП із інвестиціями. Однак, з її допомогою можна лише знайти маргінальну частку інвестицій у структурі ВВП різних країн.

У роботі пропонується аналізувати залежність обсягу інвестицій від приросту ВВП із іншого погляду. Раніше науковцями були проаналізовані економічні процеси в країнах з перехідною економікою. Аналіз даних дозволив виявити й сформулювати закономірність впливу приросту ВВП країни на обсяг капітальних інвестицій у її економіку для європейських країн з перехідною економікою.

Суть закономірності лежить у наступному. Особлива увага в даній закономірності варто приділити граничному значенню. Зміна значення ВВП стосовно даної крапки може або включати крапку в закономірність або немає. В область попадають крапки, які перебувають у надграничній зоні й зоні негативно-го значення ВВП. Також падіння й збільшення приросту ВВП, якщо воно перебуває в підпороговій зоні й збільшення приросту ВВП після періоду падіння. Відзначимо, що дана закономірність іноді порушується й крапки не попадають у досліджувану область. В спрощеному виді дану закономірність можна представити у вигляді наступного рисунку 1.

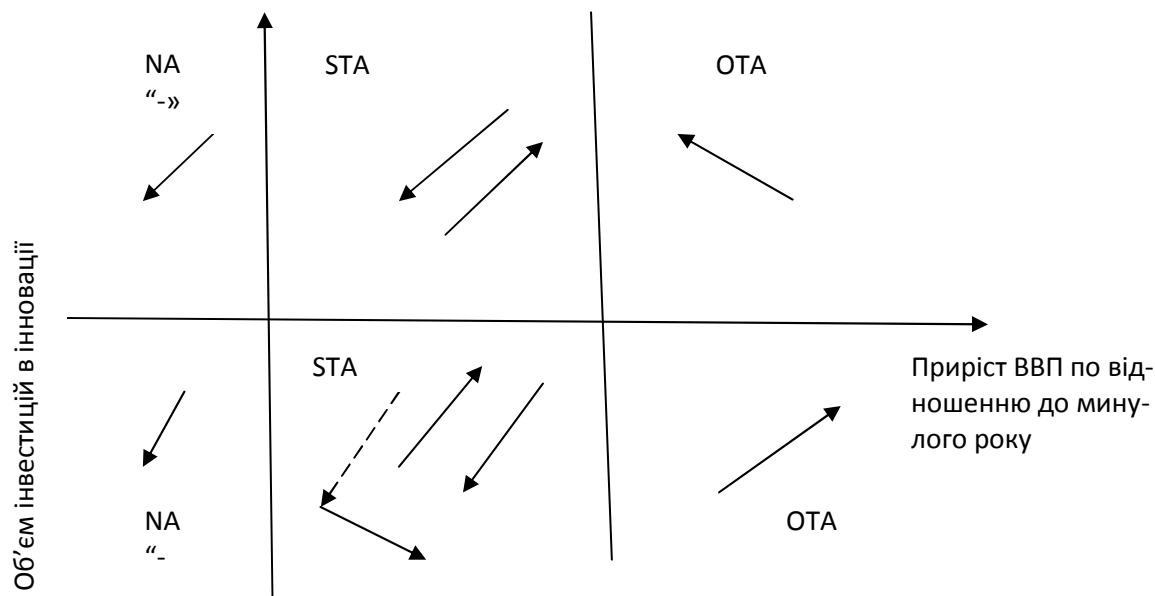


Рис. 1— Графічна інтерпретація закономірності.

Для проведення аналізу статистичних даних про реальні економіках доцільно ввести такі визначення для областей, в яких описуються економічні процеси.

Область «NA (Negative Area)» – область, в якій значення приросту ВВП негативні.

Область «STA (Sub-Threshold Area)» – область, в якій значення приросту ВВП вище нуля, але нижче порогового значення (TL, Threshold Level).

Область «OTA (Over-Threshold Area)» – область, в якій значення приросту ВВП вище порогового значення TL [2].

Проведемо аналіз даної закономірності на основі ВВП України й складовій капітальних інвестицій – інвестиції в нематеріальні активи.

Під впливом науково-технічного прогресу у формуванні матеріально-технічної бази виробництва підвищується роль наукових досліджень, кваліфі-

кації, знань і досвіду працівників. Тому в сучасних умовах витрати на науку, утворення, підготовку й перепідготовку кадрів і т.п., і в сучасних умовах, є продуктивними. своєчасні вкладення в нематеріальні активи значною мірою може впливати на дохідну частину підприємства. а це у свою чергу впливає на ВВП України.

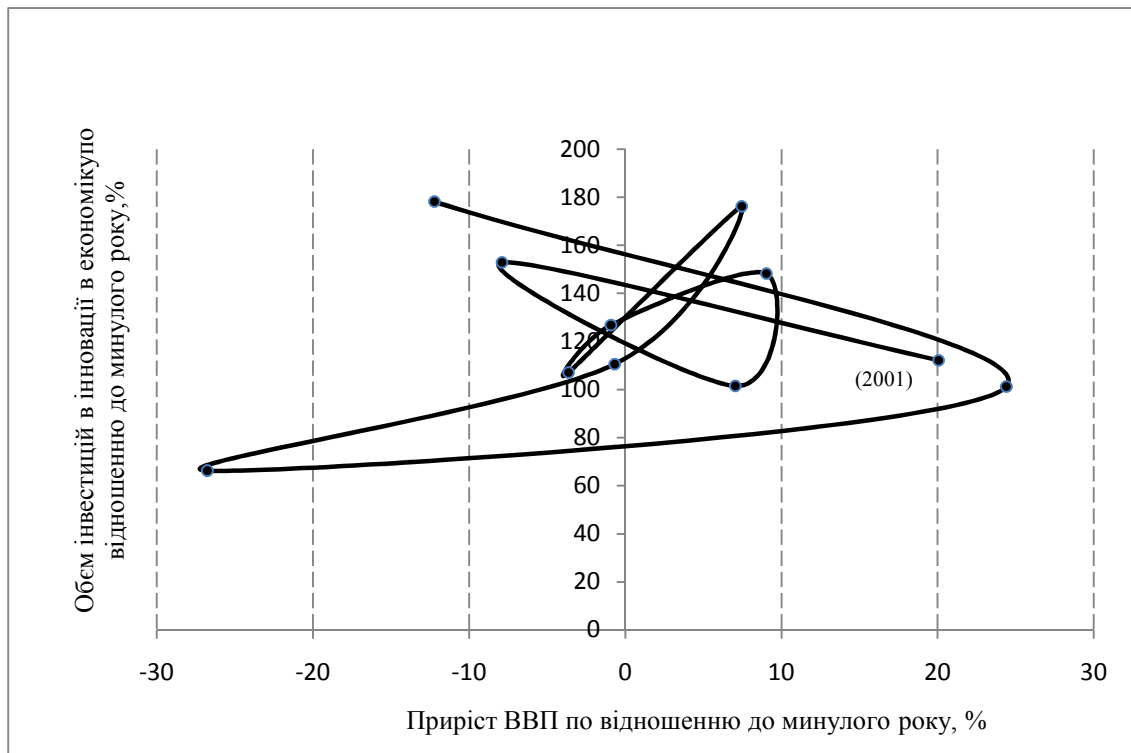


Рис. 2 – Графік інвестицій в економіку України (2001-2011 рр.)

Граничне значення (TL) для економіки України становить близько 20 %. Слід відмітити, що в якості граничного значення береться доля приросту ВВП в 2001 році.

На початку аналізованого періоду (2001 р.) значення приросту ВВП перебувало в зоні росту та має позитивне значення, що говорить про ріст економіки. в 2002-2003 роках зміни ВВП переходять в негативну зону, тобто зону спаду. У період з 2003 по 2004 збільшення інвестицій в інновації не дало значного росту ВВП, а тільки близько 8 %.

2005 та 2006 роки характеризуються низьким рівнем інвестицій та негативним значенням ВВП.

В 2007 р. значення приросту ВВП та інвестицій різко збільшилося, що послідувало за зниженням інвестицій. Такий перехід підтверджує основні положення закономірності.

У період з 2007 по 2009 включно, значення приросту ВВП знижувалося та стало негативним й, відповідно до закономірності, спостерігалось щорічне зменшення обсягів інвестицій. дане зниження можна пояснити світовою економічною кризою. Але вже в 2010 році приріст інвестицій збільшився, що підштовхнуло значний ріст ВВП більше граничного значення.

В 2011 році можна відзначити зниження приросту ВВП, але ріст обсягу капітальних інвестицій.

Висновки та обґрунтування наукових результатів дослідження. За даною роботою можна зробити висновок, що в трьох випадках з 11 представлена закономірність не підтримується. Але процент попадання в неї складає 73%. Це говорить про правильність використання даної закономірності. І дасть змогу прогнозувати обсяги інвестицій в інновації від росту ВВП. Ці розрахунки можуть бути використані на загальнодержавному рівні та зацікавити підприємства окремо. Державні органи управління в цілому зможуть прогнозувати можливі варіанти інвестування в залежності від обсягу ВВП, а підприємства матимуть інформацію про можливі надходження грошових коштів.

Головним напрямком для проведення подальших досліджень пропонується розрахунок оптимального рівня інвестицій в інновації в залежності від обсягу ВВП країни.

Список літератури: 1. Кононенко И.В., Репин А.Н. Метод прогнозирования инновационного и научно-технологического развития страны // Вестник НТУ «ХПИ». Сборник научных трудов. – Харьков: НТУ «ХПИ». – 2005. – № 54. – С. 100-105. 2. Кононенко И.В., Репин А.Н. Закономерность влияния изменений прироста ВВП страны на объем капитальных инвестиций в ее экономику для стран с различным экономическим состоянием // БизнесИнформ. – Харьков. – 2010. – № 11. – С. 53-56. 3. Полоник С.С. Инвестиции: анализ, прогноз, управление. Мн., 2007. 4. Экономико-математический энциклопедический словарь. М., 2003.

Надійшла до редколегії 10.06.2012

УДК 658.215

І.Л. СІТАК, асистент, НТУ «ХПІ», Харків,
Д.В. КОРОБКОВ, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХПІ», Харків,
В.А. МІЩЕНКО, докт. екон. наук, професор, НТУ «ХПІ», Харків,
Р.О. РИЛЬЦЕВ, здобувач, НТУ «ХПІ», Харків.

ВИЗНАЧЕННЯ ІНДИКАТОРА СТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Пропонується показник оцінки стійкості підприємства, котрий розраховується на базі ключових показників, які знаходяться у фінансових документах підприємства і можуть контролюватися за допомогою системи збалансованих показників.

Предлагается показатель оценки устойчивости предприятия, который рассчитывается на базе ключевых показателей, которые находятся в финансовых документах предприятия и могут контролироваться с помощью системы сбалансированных показателей.

Proposed to assess the stability index of the enterprise, which is calculated on the basis of key performance indicators that are in financial instruments of the enterprise and can be controlled using a balanced scorecard.

Актуальність проблеми. За сучасних умов стабільність позицій компанії на ринках, позитивна динаміка фінансово-економічних результатів, капіталізація бізнесу багато в чому визначаються ступенем адаптації підприємства до динамічних змін зовнішнього та внутрішнього бізнес-середовища, для якого характерним є дефіцит релевантної інформації, ризикованість здійснення господарських операцій, нестабільність політичної та економічної ситуації в країні. В умовах подальшого розвитку ринкових відносин в Україні для успішного здійснення менеджменту важливого значення набуває аналіз фінансових результатів і фінансового стану підприємства. Фінансовий стан підприємства характеризує його фінансова стійкість, яка пов'язана з рівнем фінансової незалежності і конкурентоспроможністю.

Широкий спектр питань щодо управління стійкістю підприємства та розробки підходів щодо її оцінки розкрито в працях таких вчених як: Завадський Й.С., Лях Л.М., Баранівська Х.С., Сокол О.Г., Фещур Р.В., Мохонько Г.А., Докієнко Л.М., Берлін М.С., Ковалевич В.М., Каляка С.В., Гончаренко О.М., Усова І.А., Ареф'єва О., Афанасьєв, В. Беренс, Ю. Брігхем, О. Пономаренко, О. Равєнєва, Л. Родіонова, В. Самуляк, А. Севастьянов, В. Семенов, Ю. Сімех, С. Тхор, Р. Фатхутдинов, Е. Хелферт, Н. Холт, Н. Шандова, В. Ячменьова та ін. Проте наразі лишається актуальним дослідження сутності управління стійкістю функціонування підприємства та виявлення основних її складових, які б найповніше характеризували стійкість підприємства. Неоднозначність дефініцій, відсутність злагодженості поглядів учених щодо визначення сутності та змісту категорії «економічна стійкість підприємства» та єдиної категорійної бази з цієї проблеми зумовили актуальність дослідження.

Мета дослідження – обґрунтування сучасного методу оцінки стійкості підприємств машинобудування

Виклад основного змісту дослідження. Стійкість підприємства оцінюється за допомогою різних методичних підходів, що передбачають використання в основному фінансових коефіцієнтів. В окремих літературних джерелах пропонується застосовувати класичні моделі а також інтегральні показники. Розрахунок таких показників базується на ретроінформації і не виокремлює ключові індикатори діяльності підприємства. Тому стає необхідною кількісна

оцінка фінансової стійкості з урахуванням цих обставин, яка дасть можливість оцінювати реальну ситуацію і передбачати своєчасні управлінські рішення.

Можна запропонувати до використання індикатор фінансової стійкості (FSI – financial stability indicator), який включає ключові показники для визначення фактичної або прогнозованої величини чистого прибутку (g). Він повинний розглядати вибіркові фінансові коефіцієнти груп фінансового аналізу, що безпосередньо впливають на стабільність, стійкість і розвиток фінансово-господарської діяльності підприємства. До них варто віднести наступні групи:

1) Рентабельність. Дана група характеризує не тільки стабільність, але і розвиток підприємства, оскільки коефіцієнти даної групи показують здатність генерування прибутку й ефективності використання наявних ресурсів компанії. З даної групи повинний розглядатися коефіцієнт рентабельності продажів (ROS – return of sales), тому що він фіксує виторг від реалізації продукції, що залежить від сформованої політики цін і положення фірми на ринку; за ці параметри відповідають співробітники маркетингової служби. Крім того, даний коефіцієнт відбиває контроль над поточними виробничими і невиробничими витратами компанії, що впливають на прибуток від операцій у її основній діяльності. Це означає, що коефіцієнт рентабельності продажів також містить у собі інформацію про сформований асортимент і поточну практику управління оборотними активами компаніями.

$$ROS = \frac{Net_income}{Sales} \quad (1)$$

2) Ділова активність. Дана група фінансових коефіцієнтів показує ефективність використання наявних ресурсів компанії і, як наслідок, здатність її до подальшого розвитку. З даної групи повинний розглядатися такий коефіцієнт як оборотність активів (AT – assets turnover), оскільки він демонструє в агрегованій формі ефективність компанії і відповідає на запитання про те, скільки разів протягом господарського року всі активи (включаючи довгострокові) здатні створювати річний оборот фірми (виторг). Таким чином, даний коефіцієнт відбиває практику управління інвестованим капіталом при існуючій операційній політиці компанії: сформованому асортименті, ринковій позиції, результативності виробничого менеджменту.

$$AT = \frac{Sales}{Assets} \quad (2)$$

3) Фінансова стійкість. Коефіцієнти даної групи надають безпосередню характеристику стійкості підприємства до різних негативних екзогенних і ендогенних факторів. З даної групи повинний розглядатися коефіцієнт фінансового важеля (DFL – degree of financial leverage), що описує принципи залучення капіталу. Чим більше позикового капіталу, тим вище даний коефіцієнт, а виходить, шанси нарощування прибутку ростуть, оскільки на рішення саме цієї задачі спрямована дія фінансового важеля компанії. Одночасно може зростати і ризик неплатежу.

$$DFL = \frac{Assets}{Equity} \quad (3)$$

4) Стратегія фінансування. Вона застосовується в компанії, тому що представляє непряму аналітичну характеристику майбутньої стабільності, стійкості і розвитку підприємства. У даному випадку повинна бути розглянута норма нагромадження або реінвестування (R – retention rate), що прямо залежить від системи використання внутрішніх джерел фінансування, до яких насамперед відноситься створюваний в компанії прибуток, і від політики виплат власникам.

$$R = \frac{1 - Dividends}{Net_income} \quad (4)$$

Таким чином, стійкий темп росту (g) – це швидкість збільшення виторгу від продажів, який компанія в змозі досягти за умови збереження незмінної операційної і фінансової політики.

$$g = ROS \times AT \times DFL \times R = \frac{Net_income}{Sales} \times \frac{Sales}{Assets} \times \frac{Assets}{Equity} \times \frac{1 - Dividends}{Net_income} \quad (5)$$

Іншими словами, темп стійкого росту (g – growth) – це єдина можлива швидкість збільшення продажів при незмінності розглянутих чотирьох коефіцієнтів. Якщо темп розвитку компанії стає іншим, якийсь з коефіцієнтів повинний змінитися, і, отже, або в операційній політиці, або в стратегії фінансування відбуваються зміни. Тому даний темп можна вважати запропонованим компанії

двома видами її політик – операційної і фінансової. Але це зовсім не означає, що фірма буде розвиватися з заданою швидкістю: на неї впливають мінливі ринкові умови й інші види політик.

Таким чином, новий запропонований індикатор фінансової стійкості (FSI) буде мати такий вигляд:

$$FSI = \frac{NI \times (1 + (ROS \times AT \times DFL \times R))}{IC} \quad (6)$$

де NI – чистий прибуток;

ROS – рентабельність продажів;

AT – оборотність активів;

DFL – рівень фінансового левериджу;

R – норма реінвестування;

IC – інвестовані кошти.

Представлена вище формула в розгорнутому виді виглядає в такий спосіб:

$$FSI = \frac{Net_income}{Sales} \times \frac{Sales}{Assets} \times \frac{Assets}{Equity} \times \frac{1 - Dividends}{Net_income}$$

$$FSI = \frac{Net_income \times (1 + g)}{Investing_capital} = \frac{Net_income \times (1 + (ROS \times AT \times DFL \times R))}{Investing_capital}$$

$$FSI = \frac{Net_income \times (1 + (\frac{Net_income}{Sales} \times \frac{Sales}{Assets} \times \frac{Assets}{Equity} \times \frac{1 - Dividends}{Net_income}))}{Investing_capital} \quad (7)$$

Збільшення показника фінансової стійкості свідчить про покращення стійкості підприємства. На рис. представлена динаміка компонентів цього показника а в таблиці 1 представлена його апробація.

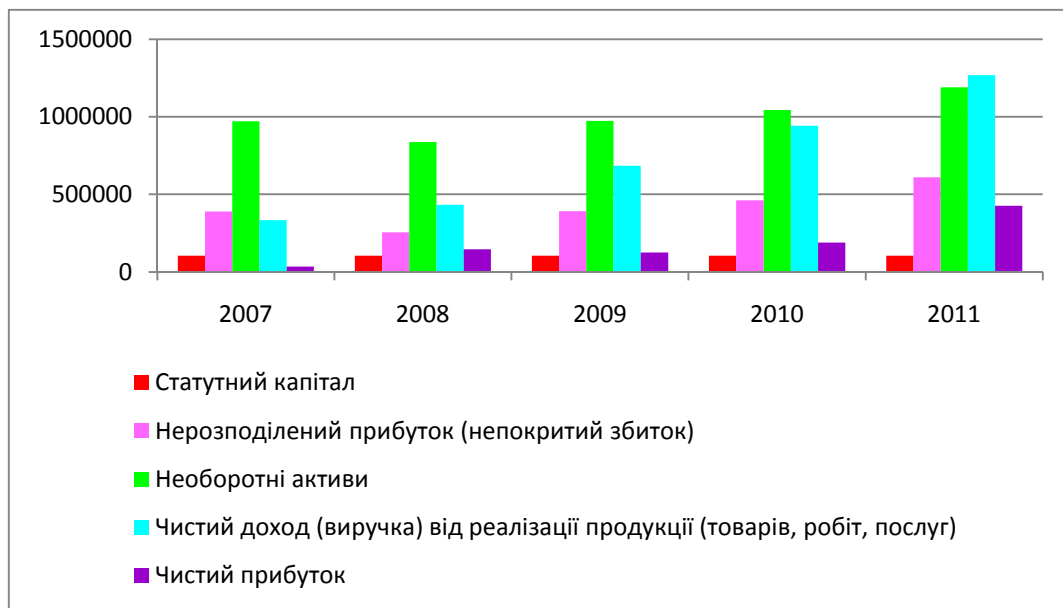


Рис. – Динаміка результатуючих показників діяльності ВАТ «Турбоатом»

Фінансова стійкість безпосередньо пов'язана з ефективністю функціонування підприємства і в значній мірі залежить від результативності кругообігу на фазах капіталу (залучення, розподілу, використання). Важливою вимогою підвищення достовірності оцінки фінансової стійкості є коректне використання кількісно-якісного підходу.

Таблиця. Розрахунок показника фінансової стійкості ВАТ «Турбоатом»*

Показник	2007	2008	2009	2010	2011
чистий прибуток, грн	34872000	145383000	125740000	188780000	427293000
рентабельність продажів, %	10,43	33,57	18,40	20,03	33,70
оборотність активів	0,31	0,31	0,47	0,56	0,53
рівень фінансового левериджу	1,29	1,43	1,40	1,41	1,53
норма реінвестування, %	100	100	100	100	100
інвестовані засоби, грн	118243000	111659000	111659000	111659000	111659000
індикатор фінансової стійкості	1,52	20,80	14,69	28,55	108,60

*розраховано авторами на основі даних фінансової звітності

У зв'язку із зазначеними особливостями оцінки процесу кругообігу капіталу на підприємствах виникає потреба в розробленні комплексних методичних засад визначення фінансової стійкості сучасних суб'єктів господарювання. Сучасні системи показників оцінки фінансової стійкості суб'єктів господарювання повинні в першу чергу бути зорієнтовані на ширше урахування нематеріальних активів підприємства та використання широкого, структурованого переліку показників для їх оцінки.

Висновки. 1. Індикатор фінансової стійкості (FSI) віддзеркалює ефективність менеджменту на підприємстві. Його можна застосовувати на підприємствах, які не мають зв'язку з фондовим ринком. 2. Цей показник розраховується на базі фінансових документів і може бути використаний для стратегічного та оперативного управління на підприємстві при застосуванні системи збалансованих показників.

Список літератури: 1. Сахошко А.И., Коробков Д.В., Мищенко В.А., Ситак И.Л. Методический подход к определению финансовой устойчивости предприятия на основе движения денежных потоков Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. – Вип.3. – Т.2. Економічні науки. – Полтава: ПДАА. – 2011. – С. 245-250. 2. Коробков Д.В., Мозенков О.В., Мищенко В.А., Ситак И.Л. Оцінка фінансового стану підприємства за допомогою інтегрального показника Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2009. – Вип. 35-2. – С. 86-91. 3. Иваишкова И. Финансовые измерения качества роста [електронний ресурс] – режим доступу <http://www.management.com.ua/finance/fin129.html>

Надійшла до редколегії 20.05.2012

УДК 339.138

В.А. СОКОЛЕНКО, канд. екон. наук, професор, НТУ «ХПІ», Харків,
А.В. ПОЛЯК, студент, НТУ «ХПІ», Харків

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАРКЕТИНГУ

У статті основна увага приділена аналізу сучасних тенденцій розвитку маркетингу в контексті революційних змін у сфері цифрових технологій. Виділені найбільш важливі проблеми, які сьогодні впливають на роботу маркетологів. Досліджені нові можливості та способи вирішення завдань маркетингу.

В статье основное внимание уделено анализу современных тенденций развития маркетинга в контексте революционных изменений в сфере цифровых технологий. Выделены наиболее важные проблемы, которые сегодня влияют на работу маркетологов. Исследованы новые возможности и способы решения задач маркетинга.

The article focuses on the analysis of contemporary trends in marketing in the context of the revolutionary changes in the field of digital technology. The most important issues that affect the marketers today had been highlighted. New opportunities and ways of doing marketing had been explored.

Утвердження маркетингу як системи ведення бізнесу в Україні перебуває на етапі становлення. Головними тенденціями, що стосуються маркетингу в Україні, є зростаючий вплив маркетингу на всі сфери людської діяльності та свідомість і поведінку людини і дедалі більш чутливе реагування маркетингу як системи на всі суттєві зміни у суспільстві.

Ці тенденції вимагають постійної фахової уваги, яка дає змогу удосконалювати існуючі маркетингові стратегії та технології, адаптувати їх до нових умов, а також переосмислювати місце і роль маркетингової діяльності у сучасному світі та на перспективу.

Новою реальністю є те, що кваліфіковані клієнти тепер контролюють бізнес-відносини. Залучення клієнтів надзвичайно важливо, визначає поведінку організації не менш, ніж власне її продукти і послуги. Вимоги підзвітності бізнесу потребують нових підходів, інструментів і навичок.

Найбільш відомими ученими-дослідниками маркетингу є Котлер Ф., Ламбен Ж.-Ж., Райс Ел., Траут Дж., Еванс Дж. Р., Берман Б., Голубков Є.П., Данько Т.П., Фатхутдінов Р.А.

Теоретичним аспектам розвитку теорії маркетингу присвячені роботи вітчизняних учених Ілляшенка С.М., Окландера М.А., Старостіної А.О., Решетнікової І.Л., Войчака А.В., Ромата Є.В. та інших.

Метою статті є аналіз сучасних тенденцій і проблем розвитку маркетингу, дослідження впливу на нього революційних змін у сфері цифрових технологій, розгляд нових способів і можливостей для вирішення маркетингових завдань організації.

Головна мета діяльності більшості організацій – забезпечення довгострокової стабільності і зростання продажів – привела до виникнення необхідності встановлення таких відносин з клієнтами (споживачами), при яких враховувалися б інтереси обох сторін. Так в середині минулого сторіччя з'явився маркетинг як нова парадигма управління бізнесом, яка виходить із урахування інтересів споживачів і базування на цій основі виробничої діяльності із відповідним залученням до себе функції продажів, яка забезпечує донесення створеної цінності, що відповідає інтересам обох сторін.

У сучасних умовах маркетинг стає ключовою ланкою формування та збереження конкурентоздатності бізнесу. Маркетинг все більше стає основою стратегічного управління, інтерес до маркетингу підвищується, розширюється

його об'єкт. Ефективність маркетингу тим більша, чим значнішу роль він відіграє в бізнесі.

Маркетинг як філософія бізнесу – це цілісне сприйняття людиною своєї бізнес-діяльності, спрямованої на виявлення та задоволення потреб [2, с. 10].

Інноваційна спрямованість сучасних компаній потребує безперервної роботи маркетингової системи. Сучасний маркетинг переходить від вирішення окремих функціональних задач до забезпечення споживчої цінності.

У сучасному цифровому світі відбувається трансформація маркетингових функцій. Сьогодні маркетинг, зберігаючи свої функціональні інструменти, змінюється, еволюціонує; маркетингові системи орієнтуються на розуміння процесу формування рішень споживачів.

Сучасні маркетингові системи вимагають не тільки знань і навичок у маркетингових дослідженнях і маркетинговому плануванні. Потрібні розуміння ринкових змінних, динаміки їх змін, а також наявність навичок аналізування внутрішніх проблем компаній.

У маркетингу відбуваються зрушення від об'єктивних аналітичних і формальних оцінок, від орієнтації на зовнішні ідеали у бік повсякденних турбот споживачів.

Кількість інновацій і нових продуктів, збільшення кількості часу, який люди проводять в мережі Інтернет, роблять працю маркетологів все більш складною і значущою. Укріплення Інтернету в якості провідного медіа майданчику багато в чому обумовлене загальною міграцією користувачів традиційних медіа в онлайн-сферу, суттєвим зростанням часових і кількісних показників перебування користувачів у мережі.

Револьюційні зміни у сфері цифрових технологій суттєво змінили баланс сил між індивідумом та організацією.

Глобалізація відкриває для покупців по всьому світу багато нових можливостей. Потoki світового експорту за останні роки стрімко зросли.

Нові інформаційні та комунікаційні технології революціонізують бізнес, внаслідок чого відносини між людьми й організаціями, які їх обслуговують, істотно змінюються. Очікування клієнтів зростають, вони вимагають кращі товари і послуги, широкий вибір, високу якість.

Для досягнення успіху в 21 столітті одним із необхідних факторів стають більш тісні контакти з клієнтами.

Цифрова революція відкриває безпрецедентні можливості спілкування з клієнтами і змушує маркетологів шукати нові способи і можливості для вирішення неймовірно складної задачі, з якою вони стикаються, намагаючись реалізувати потенціал нових інформаційних і комунікаційних технологій.

Факторами, які маркетологи відзначають як такі, що безпосередньо впливають на бізнес, є соціальні мережі та зростаюче число каналів зв'язку і пристроїв, які використовують клієнти.

Зв'язок через соціальні мережі радикально відрізняється від традиційних засобів зв'язку або каналів. У відкритому світі соціальних мереж усе стало прозорим.

Ера соціальних мереж відсуває на другий план старі методи масового маркетингу, навички та підходи.

Соціальні мережі створюють відчуття особистого контакту, підвищують задоволеність і лояльність до компанії як клієнтів, так і співробітників. Це інструмент, здатний забезпечити зростання, позитивне сприйняття та загальний успіх бізнесу, однак потребує значних зусиль і розуміння суті побудови соціальних мереж для ефективного їх використання.

У соціальних мережах кожен користувач може бути і автором, і критиком, і коментатором. Міжнародна соціальна мережа «Facebook» на кінець червня 2012 року нараховувала понад 955 мільйонів активних користувачів на місяць. В середньому за червень 2012 року кількість щоденних активних користувачів мережі склала 552 мільйони. В середньому користувач публікує 90 заміток в місяць [5].

Щоденно зареєстровані користувачі інформаційної мережі «Twitter» публікують понад 140 мільйонів заміток [3].

Тобто, сьогодні клієнти можуть знати про організацію, з якою вони мають справу, значно більше, ніж раніше, а також мають можливість висловлювати свою думку про організацію.

Соціальні медіа чинять сильний вплив на продажі та сприйняття бренду, а також допомагають маркетологам більш ефективно будувати відношення зі своїми клієнтами.

За даними нещодавно проведених досліджень використання соціальних медіа в інтегрованих маркетингових кампаніях безпосередньо пов'язане із збільшенням продажів [4].

Зокрема, дослідження встановило, що інтеграція соціальних медіа та PR-діяльність підвищує витрати споживачів на 17%; інтеграція соціальних медіа із ТВ-кампанією збільшує число покупок у два рази; інтеграція соціальних медіа та зовнішньої реклами сприяє збільшенню ймовірності продажів у 1,5 рази.

Із 20 проаналізованих у дослідженні рекламних каналів за величиною впливу на витрати споживачів соціальні медіа займають перше або друге місце, і крім того, значно впливають на сприйняття бренду.

За даними компанії «eMarketer», дев'ять з десяти американських компаній використовують соціальні мережі для маркетингових цілей [6]. За їх допомогою вони підвищують пізнаваність бренду, шукають нових споживачів і підтримують зв'язок із лояльними клієнтами.

Використання соціальних Інтернет-мереж для цілей маркетингу більше не є незвичним явищем в Україні. Соціальні мережі дозволяють компаніям вирішувати декілька задач. Перша – безкоштовний маркетинг, який дає можливість чітко реагувати на те, що подобається людям, а що ні. Друга задача, що вирішується за допомогою соціальних мереж, – це реклама продукції та послуг у коментарях тих клієнтів, яким вони сподобались. Крім того, соціальні мережі популяризують саму ідею електронної комерції, електронної торгівлі, Інтернет-магазинів.

Вплив соціальних мереж не обмежується тільки числом переглядів або прихильників. Користувачі можуть створювати в соціальній мережі клуб любителів конкретної торгової марки, розміщувати створені користувачами імітації рекламних оголошень, пропонувати нові ідеї та ініціативи з вихідної концепції бренду. Активна участь клієнтів, високий рівень їх залучення і взаємодії стають одним з основних факторів успіху торгової марки, окупності інвестицій організації в соціальні мережі. Формування таких зв'язків, заснованих на формуванні спільнот користувачів, відображає одне з принципових зрушень для маркетингу.

Соціальні медіа також корисні компаніям у зборі аналітичної інформації та плануванні побудови відносин із клієнтами. Соціальні медіа покращують залучення споживачів, дозволяють компанії краще розуміти їх потреби, допомагають знизити вартість обслуговування клієнтів; відкривають нові можливості для збору маркетингової інформації та сприяють поглибленню уявлень про ринок.

Для ефективного вибудовування серйозних довгострокових стосунків із клієнтами потрібно підтримувати з ними зв'язок тим способом, який клієнти вважають найбільш цінним і зручним. А для цього необхідно налагоджувати співпрацю з клієнтом на всіх етапах роботи з ним, створювати автономні та мережеві спільноти зі спільними інтересами. Також неможливо обійтися без інвестування коштів у нові технології та передові аналітичні системи, що допоможе краще розуміти принципи поведінки індивідуальних клієнтів.

Все більша інтеграція окремих підприємств, співтовариств, економік відкриває багато нових можливостей, однак створює зростаючий потік складнощів, які виникають внаслідок поглиблення взаємозв'язків і створення сильних взаємозалежностей.

Для отримання цінних відомостей маркетологи повинні отримувати і обробляти величезну кількість даних, обсяг і різноманітність яких зростають лавиноподібно. Це найбільша проблема, яка у найближчі роки несприятливо впливатиме на маркетингову діяльність організацій. Найбільшу складність викликає аналіз величезного обсягу даних. Тому будуть потрібні інвестиції в нові інструменти і технології та нові стратегії для управління великими обсягами даних.

Питання управління великими обсягами даних відносяться до найбільш пріоритетних завдань. Саме тому необхідно значно розширити у найближчі роки застосування прийомів аналітики клієнтури, систем управління взаємодією з клієнтами (CRM), мобільних додатків і соціальних мереж.

Основними бар'єрами тут є дуже важливі в маркетингових рішеннях фактори – вартість і невпевненість в окупності вкладень. Переосмислювання наявних навичок маркетингової діяльності та узгодження їх з ІТ-службами стає пріоритетним завданням маркетингових підрозділів організацій. Нині неможливо рухатися вперед, не включивши ІТ у маркетинг.

Значне місце серед найбільших проблем сучасного маркетингу займає зміна характеристик клієнтів. Формується нове покоління із зовсім іншими потребами і звичками споживання. Компанії повинні будуть адаптуватися до цієї зміни, щоб вижити на ринку.

На самому ринку відбуваються потужні масштабні зміни. Масові ринки розколоті. Цифрова революція перетворює ринки. Працювати потрібно з кожним клієнтом індивідуально.

Масштаб потужних змін, що відбуваються зараз на ринку, ставить перед маркетологами ряд завдань, від вирішення яких залежить успіх бізнесу. Насамперед – це залучення кваліфікованих клієнтів, налагодження довгострокових відносин, аналіз досягнень і кількісна оцінка результатів маркетингової діяльності організації.

Першочергове завдання маркетологів – приносити реальну користь своїм клієнтам. Для цього необхідно з'ясувати, що собою представляє клієнт, чого він бажає та яким чином він збирається взаємодіяти з організацією. Питання стосується розуміння того, що клієнт цінує і як він поводить. Основна проблема тут – це зрозуміти, що саме хоче клієнт.

Традиційні джерела інформації, такі як дослідження ринку, порівняльні тести з конкуруючими продуктами, аналіз продажів та результатів маркетингових кампаній, є дуже важливими, але вони можуть відображати лише сукупну інформацію про клієнтів.

Щоб зрозуміти потреби і залучити кваліфікованих клієнтів, маркетологам сьогодні необхідно вивчати не тільки самі ринки, але й окремих людей. Окрім використання традиційних джерел інформації, потрібно активніше звертатися до нових цифрових джерел даних, щоб з'ясувати потреби і побажання індивідуальних клієнтів.

Мережеві джерела інформації являють собою багате джерело інформації про настрої клієнтів, що допомагає компаніям більш точно прогнозувати тенденції попиту. Саме блоги, коментарі клієнтів і незалежні огляди виявляють саме те, чого хочуть окремі клієнти.

Однак на сьогодні повною мірою використовують такі мережеві джерела інформації відносно невелика кількість маркетологів. Великою мірою це пов'язано з інструментами, процедурами і способами визначення кількісних показників, які не призначені для збору та аналізу неструктурованих даних, що генеруються на платформах соціальних мереж.

Отримані дані необхідно використовувати не тільки для сегментування ринку і продажів, а також для підтримки репутації, стимулювання інтересу і створення «груп підтримки з клієнтів». Але більшість маркетологів досі концентрується на укладанні угод, а не на встановленні відносин.

Як наслідок, у підходах, де вся увага приділяється виключно продажам, упускається можливість побудови колективної думки і довгострокових зв'язків,

тобто можливість стимулювання клієнтів виступати в ролі прихильників бренду або компанії. Адже після завершення угоди (покупки) клієнти часто вступають у вільні відносини з брендом, широко ділячись своїм досвідом і думкою в мережі.

Лояльність і задоволеність клієнта є найважливішими факторами, тому що прихильники організації, торгової марки проводять в мережі безцінну і при цьому безкоштовну маркетингову кампанію. Тому в цифрову еру основними пріоритетами роботи маркетологів стають збільшення точок дотику з клієнтами, підвищення і підтримка лояльності клієнтів і стимулювання позитивних відгуків клієнтів про бренд, збільшення чисельності прихильників організації. Ефективність маркетингу обумовлюється лояльністю клієнта.

Взаємодія з клієнтами не повинна обмежуватися просто спілкуванням із ними. Вона повинна включати в себе допомогу клієнтам у користуванні продуктами і послугами, які вони придбали, і співпрацю з ними з метою спільного створення нових продуктів і послуг. Проте на даний момент небагато організацій використовують соціальні мережі для реалізації такої діяльності.

Тільки прислухаючись до клієнтів, зрозумівши, чого вони хочуть, і спілкуючись із ними зручним для них способом, компанія може досягти успіху. Тактика маркетингової діяльності та інвестиції повинні узгоджуватися в роботі по створенню і розвитку нових, всеосяжних відносин із клієнтами на усіх етапах роботи.

Проведений аналіз дозволяє зазначити, що у міру того як цифрова революція перетворює основні положення маркетингу, роль маркетингу продовжує зростати. Компаніям потрібно скористатися новими можливостями, щоб перебудувати свою маркетингову діяльність у відповідності з новою реальністю.

Можна виділити найбільш важливі проблеми, що впливають на ситуацію в цілому і створюють певні складності для маркетологів, а саме: лавиноподібне зростання обсягу даних, соціальні мережі, різноманітність каналів зв'язку і пристроїв і зсув демографічного профілю клієнтів.

Маркетологам необхідно використовувати можливості залучення індивідуальних клієнтів. Варто переглянути пріоритет інвестицій на користь аналізу цифрових каналів зв'язку, таких як блоги, повідомлення «Twitter», соціальні мережі, незалежні огляди та коментарі клієнтів, щоб дізнатися

справжні думки, переваги і очікування клієнтів. Потрібно використовувати передову аналітику для визначення переваг клієнтів, тенденцій і шаблонів у кожній точці взаємодії.

Дуже важливо вкладати кошти в нові цифрові канали спілкування з існуючими й потенційними клієнтами; створювати нові типи відносин для відкриття нових можливостей; застосовувати відчутні бонуси для залучення прихильників. Також слід підтримувати постійний зв'язок, спілкуватися з клієнтами на всіх етапах взаємодії і створювати автономні й мережеві спільноти для зміцнення бренду.

Для підвищення ефективності процесу прийняття рішень, а також для демонстрації окупності інвестицій у маркетинг організаціям доцільно використовувати нові інструменти, передові прийоми поглибленої аналітики і переконливі показники.

Отже, можна констатувати, що найпотужнішими зовнішніми силами, які впливають на сучасні організації, є технологічні і маркетингові фактори. У наступні кілька років ці сили визначатимуть усі аспекти організацій, у тому числі способи просування товарів і послуг, що постійно ускладнюються.

В наслідок розвитку технологій і нових ринків роль маркетингу в компаніях протягом найближчих років буде набувати все більшого значення. Основними тенденціями в маркетингу будуть нові ринки, нові медіа та необхідність кращого розуміння споживачів. Розуміння споживачів буде ставати все більш важливим для маркетингу, тому що головною силою сьогодні стає не сама інформація, а здатність побачити потрібне і використати інформацію необхідним способом.

Список літератури: 1. Банчуков А. Бизнес в сетях // IT – Manager. – 2011. – № 10. – С. 16-17. 2. Лилик І. В. Маркетинг в українській економіці: Монографія. – К.: КНЕУ, 2008. 3. Блог «Twitter». – [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://blog.twitter.com/2011/03/numbers.html/> 4. Сайт компанії «MediaPost». – [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://www.mediapost.com/publications/article/164698/social-media-impacts-business-value-marketing-ope.html#ixzz1hpMBViPj/> 5. Статистика «Facebook». – [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://newsroom.fb.com/content/default.aspx?NewsAreaId=22/> 6. Украинский деловой портал «Комп&ньон online». – [електронний ресурс]. – режим доступу: <http://companion.ua/Articles/Content?Id=208003/>

Надійшла до редколегії 20.05.2012

М.І. УС, аспірант, ХНЕУ, Харків

ПОКАЗНИКИ ОЦІНЮВАННЯ ПОТЕНЦІЙНИХ ПАРТНЕРІВ ПІДПРИЄМСТВА

Виявлено та згруповано показники, а також було систематизовано дії, що використовуються при виборі потенційних партнерів.

Ключові слова: потенційний партнер, партнерські відносини, стратегічні можливості, формування відносин.

Выявлены и сгруппированы показатели, а также были систематизированы действия, используемые при выборе потенциальных партнёров.

Ключевые слова: потенциальный партнер, партнерские отношения, стратегические возможности, формирование отношений.

The indicators are identified and grouped also were systematized actions that are used in selecting potential partners.

Keywords: potential partner, partner relations, strategic possibilities, forming of relations.

Вступ Сучасні умови структурно-інноваційного розвитку економіки України актуалізували необхідність розробки й реалізації національними підприємствами стратегії розвитку, зорієнтованої на постійне здійснення інноваційних процесів у всіх сферах життєдіяльності. Разом з тим значне поширення інтеграційних тенденцій, які знаходять прояв у розмиванні організаційних границь, створенні корпоративних структур й поширенні довгострокової взаємодії зумовлюють необхідність пошуку нових способів виживання економічних організацій та забезпечення конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Такі зміни змушують замислитись, які дії необхідно здійснити підприємству для вибору суб'єктів для налагодження відносин нового типу.

Постановка завдання Різні аспекти встановлення підприємствами довготривалих й взаємовигідних відносин та вибору їх учасників розглядалися в працях таких відомих зарубіжних вчених-економістів як: Д. Вілсона, Дж. Ігана, С. Кардела, Р. Уоллеса та вітчизняних авторів як: А. Балабанець, А. Загороднього, З. Коваль, Я. Криворучко, Н. Чухрай та інші.

Однак низка питань, пов'язаних з виділенням показників та характеристик, які є показовими на етапах процесу вибору партнерів для ефективного формування і розвитку довготривалих взаємовигідних відносин залишається недостатньо розробленою.

Методологія. Метою дослідження є виявлення та групування показників, а також систематизація дій, що використовуються при виборі потенційних партнерів. Для цього необхідно провести аналіз існуючих підходів щодо оцінки можливих учасників партнерських відносин. Досягнення мети передбачає використання таких наукових методів як: систематизації та узагальнення (при виділенні і обґрунтуванні переліку показників та характеристик необхідних при виборі потенційних партнерів), а також табличний метод (для представлення отриманих результатів дослідження).

Результати дослідження Розвиток будь-якого підприємства, в тому числі і промислового, доцільно розглядати за двома напрямками розвитку стратегічних можливостей. Перший з них – внутрішній або органічний розвиток передбачає впровадження якісних змін через власні ресурси, активи на їх накопичення. Другий напрямок розвитку – через залучення до спільної роботи інших підприємств чи організацій, пошук нових, більш ефективних форм та механізмів взаємодії підприємств.

Другий напрямок стратегічних можливостей розвитку підприємств зумовив формування достатньо нового напрямку в управлінні – управління взаємовідносинами господарюючих суб'єктів, основу якого складають розвиток та підтримка довгострокових, міцних зв'язків зі споживачами, постачальниками, персоналом і навіть конкурентами [1, с. 39]. Саме цей зміст включає в себе поняття «партнерські відносини» як форми довготривалих, взаємовигідних відносин між суб'єктами ринку, які ґрунтуються на добровільності та рівності сторін з метою реалізації економічного інтересу.

В економічній теорії та практиці на сьогоднішній день відсутній обґрунтований підхід щодо вибору підприємством партнерів для формування партнерських відносин. Зокрема, для встановлення довготривалих та результативних партнерських відносин Р. Уоллес рекомендує проводити ретельну самооцінку та оцінку підприємства-партнера. Ці дослідження спрямовані на розробку заходів щодо налагодження довірчих відносин як на етапі формування, так і у фазі функціонування партнерства [2, с.184].

У свою чергу С. Карделл акцентує увагу на принципах розробки схеми відбору партнерів, до яких відносяться: стратегічна спрямованість, об'єктивність, опора на критерії, адекватність ресурсного забезпечення, багатоетапність та фактологічна основа [3, с. 203].

Інші спеціалісти в цій галузі наголошують на тому, що вибір та оцінювання перспективності потенційних партнерів має ґрунтуватися на системному принципі багатоваріантності, враховуючи мету відбору партнерів і здійснюватися за визначеною системою критеріїв [4, с.85, с.89].

На думку Дж. Ігана, підприємство, приймаючи стратегічне рішення про формування довготривалих, взаємовигідних відносин з суб'єктами ринку, що мають значення для його функціонування та розвитку має здійснити аналіз всіх переваг та недоліків таких відносин, а також провести підготовчі дії [5, с. 127]. Автор наголошує, що головним критерієм при виборі потенційного партнера є власна готовність до таких відносин.

В результаті дослідження літературних джерел було виокремлено два типи заходів, які визначають готовність підприємства до партнерських відносин та дозволяють визначитись з їх учасниками [5;6].

Перший тип – це внутрішні дії, направлені на орієнтування підприємства та зацікавлених осіб. Орієнтація необхідна для отримання загальної установки та організації роботи в одному напрямку. З цією метою підприємство визначається з конкретним результатом або показником, який воно прагне досягти, після чого проводиться самодіагностика – аналіз стану підприємства за напрямками діяльності, оцінювання власних ресурсів та можливостей досягнення результату, що був визначений.

Друга частина заходів направлена зовні, за межі підприємства. Це діяльність пов'язана з визначенням потенційних партнерів підприємства за різними критеріями та показниками.

Приймаючи рішення щодо формування партнерських відносин, керівництво підприємства – ініціатора цього процесу може розглядати в якості партнерів як суб'єктів, з якими вже склалася тісна взаємодія, так і нових учасників взаємовідносин з метою поступової побудови відносин партнерства [7, с. 295-297].

Таким чином, виокремлюються два способи, якими має можливість скористатись підприємство, здійснюючи вибір потенційного партнера, а саме:

1. Вибір потенційного партнера з числа тих, з якими вже встановлені або були встановлені ділові відносини. Це полегшує вибір, оскільки підприємство має в розпорядженні точні дані про діяльність цих суб'єктів.

2. Вибір в результаті пошуку та аналізу необхідного ринку: на якому компанія вже працює, або зовсім нового ринку (у разі прийняття рішення про диверсифікацію діяльності) та напрямку формування партнерства (маючи на увазі суб'єктів зовнішнього середовища підприємства – формування партнерських відносин з постачальниками, покупцями, конкурентами).

Інформація для оцінки щодо можливості поглиблення відносин з новим потенційним партнером має бути: загальною, ґрунтовною та детальною, оскільки завдяки їй відбувається ретельне знайомство з новим суб'єктом, з яким не має досвіду роботи. Крім того, необхідно проводити порівняння варіантів взаємодії з потенційними партнерами і враховувати резидентами яких країн є сторони відносин та характеристики розвитку цих країн.

При ухваленні рішення щодо вибору партнера не можна обмежуватися одним джерелом інформації і хоча б одне з джерел, що використовується, повинно бути незалежним, тобто незацікавленим у можливих наслідках використання наданої інформації.

На основі аналізу літературних джерел [3; 7; 8] та проведеного автором дослідження підприємств Харківської області методом експертних оцінок, в рамках дослідження оцінки якості відносин з партнерами та їх ефективності, було сформовано перелік показників попереднього аналізу нових суб'єктів-потенційних партнерів (табл. 1).

Аналіз показників розвитку країни резидентом якої є потенційний партнер дозволяє встановити можливість встановлення ділових відносин. В роботі [9] підкреслюється, що перевага надається тим країнам, з якими налагоджені ділові відносини, підтверджені договірно-правовою основою, і яка не допускає по відношенню до країни, резидентом якої є підприємство – ініціатор формування відносин дискримінаційних дій.

Таблиця 1. Показники попереднього аналізу нових суб'єктів-потенційних партнерів за трьома рівнями

Класифікаційна ознака	Показники попереднього аналізу за рівнями		
	країни	ринку	підприємства
1	2	3	4
Політико-правові	- тип країни; - виконавча влада; - стабільність керівної політичної сили; - рівень розвитку ЗЕД;	- легітимні обмеження	- форма організації підприємства
	- наявність підписаних міжнародних договорів; - рівень захисту інтелектуальної власності		

Продовження таблиці 1

1	2	3	4
Соціально-культурні та організаційні	- рівень ієрархія потреб; - наявні демографічні тенденції; - рівень життя; - рівень соціальної активності; - рівень соціального захисту; - рівень освіти; - рівень кваліфікації робочої сили	- рівень розвитку інфраструктури	- кількість реалізованих соціальних програм; - розмір компанії; - географічне положення - наявність корпоративної культури
Науково-технічні та технологічні	- рівень витрат на НДДКР; - пріоритетні галузі промисловості - кількість наукових організацій та установ; - кількість виконавців науково-технічних робіт	- рівень впливу НТП; - рівень задоволення потреб	- рівень впровадження нових технологій
Економічні	- об'єм ВВП; - рівень інфляції; - рівень зайнятості; - політика оподаткування; - інвестиційний клімат; - наявність інфраструктури; - державні пільги й стимул; - рівень розвитку витрат виробництва; - наявність торгових обмежень	- рівень розвитку ринку; - потенціал ринку; - місткість ринку; - частка ринку; - темп росту; - доступ до ресурсів; - спроможність до інтеграції; - вплив ресурсів на собівартість; - канали розповсюдження	- сфера діяльності; - галузь; - вид діяльності; - масштаби діяльності; - форма власності; - місце розташування

Важливим є дослідження показників ринку на якому функціонує потенційний партнер та планується здійснення діяльності підприємством. Особливого значення для формування партнерських відносин серед цих показників надається місткості та потенціалу ринку, доступу до ресурсів, легітимні обмеження та можливості інтеграції. Останні два показники є індикаторами глибини взаємовідносин на ринку та свідчать про можливості успіху партнерства в даній галузі діяльності [9, с. 178].

Використання переліку показників табл. 1 здійснюється для нових кандидатів у партнери. Для перевірки потенційного партнера необхідно багато часу і ресурсів, тому її слід здійснювати тільки відносно невеликого переліку суб'єктів, для цього на кожному етапі оцінювання потенційного партнера при виявленні невідповідностей показників цілям і потребам підприємства необхідно виключати їх з переліку дослідження.

Під час оцінювання можливостей, перспективності потенційних партнерів та доцільності встановлення з ним партнерських відносин, коли кількість

підприємств, фірм, компаній, установ, що аналізується, дещо зменшується, критерії відбору конкретизуються і здійснюється порівняльний аналіз характеристик та можливостей потенційних партнерів.

Серед аспектів діяльності майбутнього партнера, що мають бути проаналізовані, як нового учасника, так і з налагодженою співпрацею, автором рекомендується використовувати наступні (табл. 2):

Таблиця 2. Аспекти аналізу діяльності потенційного партнера

Аспект діяльності	Сутність аналізу
Науково-технічний та технологічний	З метою аналізу технічного рівня продукції фірми, її технологічної бази та виробничих можливостей організацію науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт і витрати на них
Соціально-культурний та організаційний	Вивчається організація управління фірмою, організаційна структура, корпоративна культура, лояльність персоналу, психологічний клімат в колективі
Економічний	Проводиться детальний аналіз з метою виявлення тенденцій зміни обсягів виробництва та показників фінансового стану, рівня витрат на НДДКР, плинності кадрів
Політико-правовий	Вивчаються норми та правила, чинні у країні потенційного партнера, детальніше ті, які мають безпосереднє відношення до партнерства

Проведення аналізу дозволяє вивчити більшість процесів та напрямків діяльності потенційного партнера незалежно від напрямку формування партнерських відносин та галузі функціонування, однак необхідно зважати на те, що система показників вибору партнерів має бути динамічною (особливо в умовах нестабільної економічної ситуації).

Під час оцінювання перспективності та можливостей поглиблення співпраці з потенційними партнерами підприємствами, що вже мають досвід сумісної роботи, окрім попередніх показників рекомендується дослідити діяльність підприємства за кількома основними критеріями (рис.).

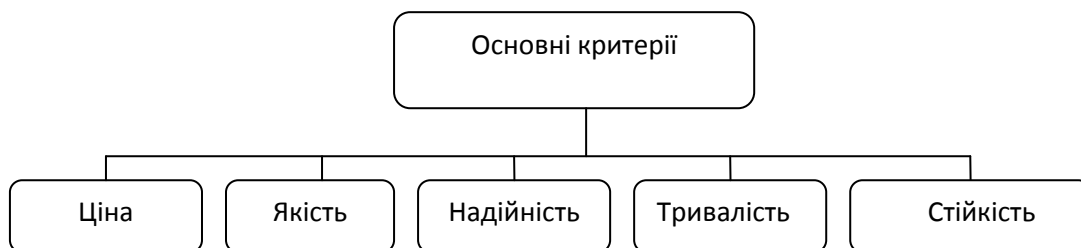


Рис. – Основні критерії вибору потенційного партнера за умов попереднього досвіду співпраці

Критерій ціни використовується як порівняння реальної ціни з бажаною або з мінімальною у інших потенційних партнерів. Критерій якості включає в себе якість продукції чи послуг – відповідності всім необхідним стандартам і основним експлуатаційним характеристикам, а також якість відносин – умови співпраці, форми оплати, система знижок тощо. Під надійністю, слід розуміти, гарантованість обслуговування партнера необхідними йому виробничими ресурсами протягом заданого періоду часу незалежно від інших непередбачених випадкових зовнішніх факторів (недопоставок, страйків, погодних умов тощо), тобто повне виконання договірних зобов'язань, гарне сервісне обслуговування. Тривалість відносин є свідченням постійності та довіри. Аналіз підприємства за критерієм стійкості проводиться в межах детальної оцінки стану фінансів та управління, а також ринкових позицій підприємства.

Запропонований перелік показників, характеристик та критеріїв оцінки потенційних партнерів підприємства не є вичерпним і може доповнюватися відповідно до специфіки діяльності, галузі, цілей підприємств і умов взаємодії.

Виявлено, що оцінка потенційного партнера здійснюється за найважливішими сферами діяльності і є перевіркою можливостей учасника, його готовності до партнерства, а також доцільності існування таких відносин та їх наслідків.

Висновки Таким чином, проведене дослідження основних підходів до вибору партнерів, дозволило скласти уявлення про складові процесу вибору потенційних партнерів і запропонувати перелік дій та рекомендацій підприємствам, які розглядають можливість формування партнерських відносин, як один з стратегічних напрямків розвитку підприємств. Запропоновані положення мають універсальний характер і можуть бути втілені у практичній діяльності підприємств в тому числі промислових.

Безпосередньо з вибором партнерів пов'язані питання щодо оцінювання ефективності партнерства, саме ці проблеми є подальшим напрямком дослідження автора.

Список літератури: 1. Маркетинг відносин в системі управління підприємством: монографія/ Л.В. Балабанова, С.В. Чернишова; Донец. нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського.- Донецьк, 2008.- 280 с. 2. Уоллес Р.Л. Стратегические альянсы в бизнесе. Технологии построения долгосрочных отношений и создания совместных предприятий / Р.Л. Уоллес.- Пер. с англ. – М.: Добрая книга, 2005. – 288с. 3. Карделл С. Стратегическое сотрудничество: Креативный бизнес-курс / С. Карделл. – Пер. с англ. К. Ткаченко. – М.: ФАИР-ПРЕСС, 2005. – 256 с. 4. Балабаниць А.В. Методологічні засади формування стратегічного партнерства в полі маркетингової взаємодії підприємств //

Вісник донецького національного університету економіки і торгівлі. – 2010. – №3. – С. 82 – 93. **5.** Иган Дж. Маркетинг взаимоотношений: Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений / Дж. Иган.- Пер. с англ. Лалаян Е.Э.- Изд. 2-е.- Москва: Юнити-Дана, 2008. – 375 с. **6.** Чухрай Н.І. Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: монографія/ Н.І. Чухрай, Я.Ю. Криворучко.– Львів.: Растр-7, 2008. – 360 с. **87** Wilson D. T. Understanding the value of a relationship / D. T. Wilson, S. Jantrania // D. Ford (ed.) Understanding Business Markets: Interaction, Relationships and Networks. Second edition. L.: The Dryder Press. 1997. p. 288–304. **8.** Загородній А.Г. Управління взаємозв'язками підприємства зі споживачами продукції: [монографія] / А.Г. Загородній, З.О. Коваль. – Львів: ЗУКЦ, ПП НВФ БІАРП, 2008. – 364 с. **9.** Шемаєва Л.Г. Управління стратегічною взаємодією підприємств із зовнішнім середовищем. Наукове видання / Л.Г. Шемаєва.- Харків: Вид. ХНЕУ, 2007.- 280 с.

Надійшла до редколегії 25.06.2012

УДК 338.45

О.І. ЧАЙКОВА, канд. екон. наук, доцент, НТУ «ХП», Харків

ФІНАНСОВА ОЦІНКА СИЛИ ВПЛИВУ ФАКТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА НА ЕКСПОРТНУ СТРАТЕГІЮ ПІДПРИЄМСТВА

В статті розглянуті питання процедури визначення фінансової оцінки сили впливу факторів внутрішнього середовища на результати експортної діяльності підприємства.

В статье рассмотрены вопросы процедуры определения финансовой оценки силы влияния факторов внутренней среды на результаты экспортной деятельности предприятия.

In the article questions procedures for determining the strength of the financial evaluation of the internal environment factors influence the results of the export activity of the enterprise.

Сучасні тенденції розвитку економіки виявляються в посиленні диференціації споживчого попиту, прискоренні під тиском конкуренції темпів оновлення продукції та технологій. Ці оновлення сприяють процесу становлення перспективних галузей промисловості та стимулюють розвиток торгівлі.

В даний час, багато підприємств приділяють усе більшу увагу питанням освоєння зовнішніх ринків і формування експортної стратегії.

Робота на зовнішніх ринках характеризується більшим у порівнянні із внутрішніми ринками рівнем ризиків, обумовленим відмінностями в економічних, політично-правових, соціальних факторах зарубіжних країн; більш високим рівнем конкуренції; високими вимогами до якісних характеристик товару, упакуванню, маркуванню, а також більш високим рівнем витрат, пов'язаних з міжнародними маркетинговими дослідженнями й реалізацією експортної стратегії. У цьому зв'язку при формуванні вищевказаної стратегії актуальним є фінансове оцінювання сили впливу факторів внутрішнього середовища.

Питання оцінювання фінансового стану підприємства досліджувалися в роботах багатьох дослідників, серед яких Лігоненко Л., Шеремет А.Д., Негашев Е.В., Балабанова Л.В. та ін. Різні автори по-різному підходять до рішення

питання, що стосується аналізу факторів внутрішнього середовища підприємства, однак погоджуються в одному, що даний аналіз повинен здійснюватися на основі оцінювання ефективності використання його ресурсів [1, 2, 3].

Метою даної статті є виявлення показників для оцінювання сили впливу факторів внутрішнього середовища на експортну стратегію підприємства.

Аналіз факторів внутрішнього середовища передбачає вивчення основних результативних показників господарської діяльності підприємства, проведення аналізу ефективності використання фінансових, матеріальних, трудових ресурсів, а також здійснення узагальнюючої оцінки ефективності використання внутрішнього потенціалу [1, 4]. Крім того, вимагає вивчення наявності нематеріальних ресурсів – якісної характеристики підприємства: репутація (goodwill), ноу-хау, патенти, авторські права, торговельні секрети.

Ресурси підприємства є факторами виробничої діяльності підприємства, носіями його економічного потенціалу. У науковій літературі поширені також поняття ресурсного, виробничого, науково-технічного, організаційного, економічного потенціалу [2, 3, 4].

Виявлення ресурсного потенціалу підприємства відбувається в результаті розрахунку показників фінансово-господарської діяльності підприємства на основі даних звітної бухгалтерської документації. Цим забезпечується доступність інформації та відкриваються можливості використання відомих методик та методів дослідження внутрішнього потенціалу підприємства.

Відношення показників результатів діяльності підприємства до показників загального обсягу ресурсів, або до обсягу кожного виду ресурсів дозволяє визначити досягнуті рівні ефективності використання ресурсів. Їх вивчення в динаміці допомагає виявити основні тенденції зміни ефективності використання наявних ресурсів, тобто ефективність реалізації ресурсного потенціалу підприємства. Зіставлення темпів зростання дозволить охарактеризувати зміну ефективності використання наявних ресурсів, ступеня реалізації потенційних можливостей підприємства [5].

Зміст показників, що залучаються для оцінювання ресурсного потенціалу, у кожному конкретному випадку визначається залежно від розмірів, галузевої приналежності підприємства, видів бізнесу, територіального розташування, якості управління, життєвого циклу підприємства, тимчасового аспекту планового періоду та інших параметрів.

Для того, щоб належним чином управляти розвитком експортної діяльності на промисловому підприємстві, необхідно визначити фактори, за допомогою яких можна оцінити результати цієї діяльності.

Пропонується систематизувати внутрішні фактори, поточний стан яких при здійсненні експортної діяльності промислових підприємств необхідно постійно аналізувати та прогнозувати майбутній їх стан, за такими групами:

- узагальнюючі показники здійснення експортної діяльності;
- показники ступеня використання активів підприємства при здійсненні експортної діяльності;
- показники використання трудових ресурсів в експортній діяльності.

Для оцінки факторів внутрішнього середовища, які необхідно враховувати при формуванні експортної стратегії промислових підприємств, слід використовувати систему економічних показників, представлених у таблиці.

Таблиця. Система показників оцінки факторів внутрішнього середовища, що впливають на розвиток експортної діяльності підприємств

Група показників	Назва показників	Формула розрахунку	Умовні позначення
Узагальненні показники здійснення експортної діяльності	Частка товарообігу від експортної діяльності в загальній виручці від реалізації	$d_{m.д.} = \frac{T_e}{D_p} \times 100\%$	Т _е – товарообіг від експортної діяльності, грн.; Д _р – виручка (дохід) від реалізації продукції в поточних цінах, грн.; П _е – прибуток від експортної діяльності, грн.; П _р – прибуток від реалізації, грн.
	Частка прибутку від експортної діяльності в прибутку від реалізації	$d_n = \frac{P_e}{P_p} \times 100\%$	
	Рентабельність продажу при здійсненні експортної діяльності, %	$P_n = \frac{P_e}{T_e} \times 100\%$	
Показники ступеня використання активів підприємства, що задіяні в експортній діяльності	Фондовіддача, грн.	$\Phi_{від} = \frac{T_e}{A_{оз}}$	А _{оз} – середня величина основних засобів за період, грн.; Т _{ср} – середня величина товарів за період, грн.
	Фондоємність, грн.	$\Phi_e = \frac{A_{оз}}{T_e}$	
	Коефіцієнт оборотності товарів, оборотів	$K_{ом} = \frac{T_e}{T_{ср}}$	
Використання трудових ресурсів в експортній діяльності	Частка робітників, зайнятих в експорті та просуванні продукції у загальній кількості працівників, %	$d_{e.н.} = \frac{K_{м.н.}}{K} \times 100\%$	К _{т.п.} – кількість торговельного персоналу, осіб; К – загальна кількість працівників підприємства, осіб
	Продуктивність праці торговельних робітників при експорті, грн.	$P_{праці} = \frac{T_e}{K_{м.н.}}$	
	Результативність праці торговельних робітників при експорті, грн.	$P_{праці} = \frac{P_e}{K_{м.н.}}$	

Основним результуючим показником, за яким оцінюється ефективність експортної діяльності промислових підприємств, є обсяг товарообігу від здійснення експортної діяльності даних підприємств та його частка в загальній виручці від реалізації. Їх збільшення або зниження свідчить про обсяг реалізації продукції споживачам та розвиток торговельної діяльності на зовнішньому ринку.

У загальному сенсі, критерієм ефективності експортної діяльності промислових підприємств України є прибуткова реалізація продукції при максимальному задоволенні потреб населення та забезпеченні високоякісного їх обслуговування з урахуванням раціонального використання ресурсів підприємства. Для аналізу експортної діяльності найбільш важливим є виявлення прибутку, одержаного безпосередньо від реалізації продукції на зовнішньому ринку. Наявність прибутку свідчить про те, що витрати підприємства на здійснення експортної діяльності покриваються доходами від реалізації продукції на зовнішньому ринку.

Для характеристики економічної ефективності експортної діяльності промислового підприємства, а також з метою проведення порівняльного аналізу необхідно знати не лише абсолютну величину прибутку, але і її рівень, який характеризує показник рентабельності.

Активи підприємства є основою його ресурсного забезпечення. Для забезпечення безперебійних процесів виробництва та реалізації продукції підприємства повинні мати в своєму розпорядженні необоротні й оборотні активи. Величина активів постійно змінюється в процесі здійснення господарської діяльності, тому в цілях управління розвитком експортної діяльності необхідний аналіз стану основних та оборотних засобів.

Для забезпечення безперервного й ритмічного характеру виробництва і реалізації продукції, та забезпечення відповідності попиту й пропозиції необхідна наявність запасів. Розрізняють різноманітні види запасів, проте для промислових підприємств, які ухвалили рішення здійснювати експортну діяльність, важливим є аналіз ефективності використання запасів товарів.

Безперервний продаж продукції спричиняє систематичне оновлення запасів товарів. Час необхідний для повного оновлення запасів, характеризується швидкістю обігу товарів. Тривалість перебування товарів у сфері обігу виражається в показнику оборотності товарів. Прискорення оборотності товарів є основним критерієм оцінювання експортної діяльності промислового підприємства, оскільки означає скорочення часу знаходження товарів у сфері обігу, а, от-

же, скорішу оборотність грошових коштів та зменшення витрачання оборотних коштів для виробництва продукції.

Процес виробництва та реалізації продукції безпосередньо зв'язаний з використанням трудових ресурсів. Для аналізу ефективності використання трудових ресурсів при здійсненні експортної діяльності та просуванні товарів на зовнішній ринок важливими факторами є чисельність працівників, зайнятих у цій діяльності. Також необхідно аналізувати їх частку в загальній кількості працівників, продуктивність і результативність праці працівників, зайнятих саме в експортній діяльності.

Таким чином, використання запропонованих показників оцінки факторів внутрішнього середовища, що впливають на розвиток експортної діяльності підприємства, та їх кількісний аналіз, дозволять досягнути ефективного функціонування підприємства.

Список літератури: 1. Лігоненко Д, Ковальчук Г. Оцінка платоспроможності підприємства: Методичні підходи// Економіка, фінанси, право. – 2002. – №9. 2. Балабанова Л.В., Германчук А.Н. Коммерческая деятельность: маркетинг и логистика. – Донецк: ДонГУЭТ им. М. Туган-Барановского, 2003. – 231 с. 3. Шеремет А.Д., Негашев Е.В. Методика финансового анализа деятельности коммерческих организаций. – М.: ИНФРА-М, 2003. – 237 с. 4. Шериньова З.Є. Стратегічне управління: Підручник. – 2-ге вид., перероб. і доп. – К: КНЕУ, 2004. – 699 с. 5. Дідівський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посіб. – К.: 2008. – 102 с.

Надійшла до редколегії 07.05.2012

УДК 339.5

І.О. ШИШКІНА, аспірант, Львівський національний університет ім. Івана Франка

ЗАСТОСУВАННЯ ПРОВІДНОГО МІЖНАРОДНОГО ДОСВІДУ ВИКОРИСТАННЯ ВІДНОВЛЮВАНИХ ДЖЕРЕЛ ЕНЕРГІЇ ДЛЯ УКРАЇНИ

Розглянуто сучасний стан ринку нетрадиційних та відновлюваних джерел енергії, рівень їхнього розвитку у розвинених країнах та країнах, що розвиваються. Проаналізовано державну політику стимулювання розвитку нетрадиційної енергетики як засобу підвищення конкурентоспроможності своєї економіки та забезпечення енергетичної безпеки. Визначено перспективи розвитку нетрадиційної енергетики в Україні на основі міжнародного досвіду.

Ключові слова: відновлювальні джерела енергії, міжнародний досвід, розвинуті країни світу, використання НВДЕ

Рассмотрено современное состояние рынка нетрадиционных и возобновляемых источников энергии, уровень их развития в развитых странах и развивающихся странах. Проанализировано государственную политику стимулирования развития нетрадиционной энергетики. Определены перспективы развития нетрадиционной энергетики в Украине на основе международного опыта.

Ключевые слова: возобновляемые источники энергии, международный опыт, развитие страны мира, использования НВИЭ

The current state of the market nonconventional and renewables, level of their development in the developed countries and developing countries is considered. It is analysed a state policy of stimulation of development of nonconventional power. Prospects of development of nonconventional power in Ukraine on the basis of the international experience are defined.

Keywords: renewable energy, international experience, developed countries, ARES

Світова економіка значною мірою залежить від видобувних енергоресурсів, споживання яких постійно збільшується, через що перед країнами всього світу постала проблема гарантування енергетичної безпеки та зниження антропогенного впливу енергетики на довкілля. Дана проблема може бути вирішена шляхом використання нетрадиційних та відновлюваних джерел енергії (НВДЕ), які мають важливе значення для сталого розвитку світового господарства.

Питанням розвитку НВДЕ присвячено низку наукових праць вчених та практиків, зокрема О. Волкович, Гондурак, В.М. Казак, Г.М. Калетніка, С.О. Кудрі, О.Є. Перфілової, О.О.Трофименко та ін. Водночас, малодослідженими залишаються питання, що стосуються пріоритетного розвитку НВДЕ у контексті державних політик, їх ролі у розвитку світового господарства.

Метою написання статті є дослідження використання відновлювальних джерел енергії на основі застосування позитивного міжнародного досвіду.

НВДЕ являють собою такі джерела, енергія яких надходить з таких природних ресурсів, як вітер, сонце, вода (енергія морських припливів і хвиль), тепло Землі та біомаса (рослини, різні види органічних відходів). Такі джерела є невичерпними та екологічно безпечними. Закон України «Про альтернативні джерела енергії» трактує їх як «поновлювані джерела, до яких відносять енергію сонячного випромінювання, вітру, морів, річок, біомаси, теплоти Землі, та вторинні енергетичні ресурси, які існують постійно або виникають періодично у довкіллі» [1].

Сьогодні НВДЕ уже замінюють традиційні у трьох сферах життєдіяльності людини: 1) виробництво електроенергії – у 2011 році частка НВДЕ становила 16 % від загального обсягу виробленої електроенергетики; 2) забезпечення гарячою водою (опалення приміщень) житлових приміщень з допомогою НВДЕ (сонця, біомаси, тепло Землі) спостерігається у багатьох країнах – наприклад, у всьому світі понад 70 мільйонів домашніх господарств використовують сонячні водонагрівні системи; зокрема, частка Китаю становить 70 % від загальносвітового обсягу (180 ГВт); 3) транспортне паливо –

біопаливо сприяє скороченню споживання нафти з 2006 року; зокрема, у 2009 році було вироблено 93 мільярди літрів біопалива, що дорівнює приблизно 68 мільярдам літрів бензину, тобто близько 5 % його світового виробництва [5].

Приріст обсягу виробництва нетрадиційної та відновлюваної енергетики у 2010 році відрізнявся залежно від виду НВДЕ, що ми можемо спостерігати на рис..

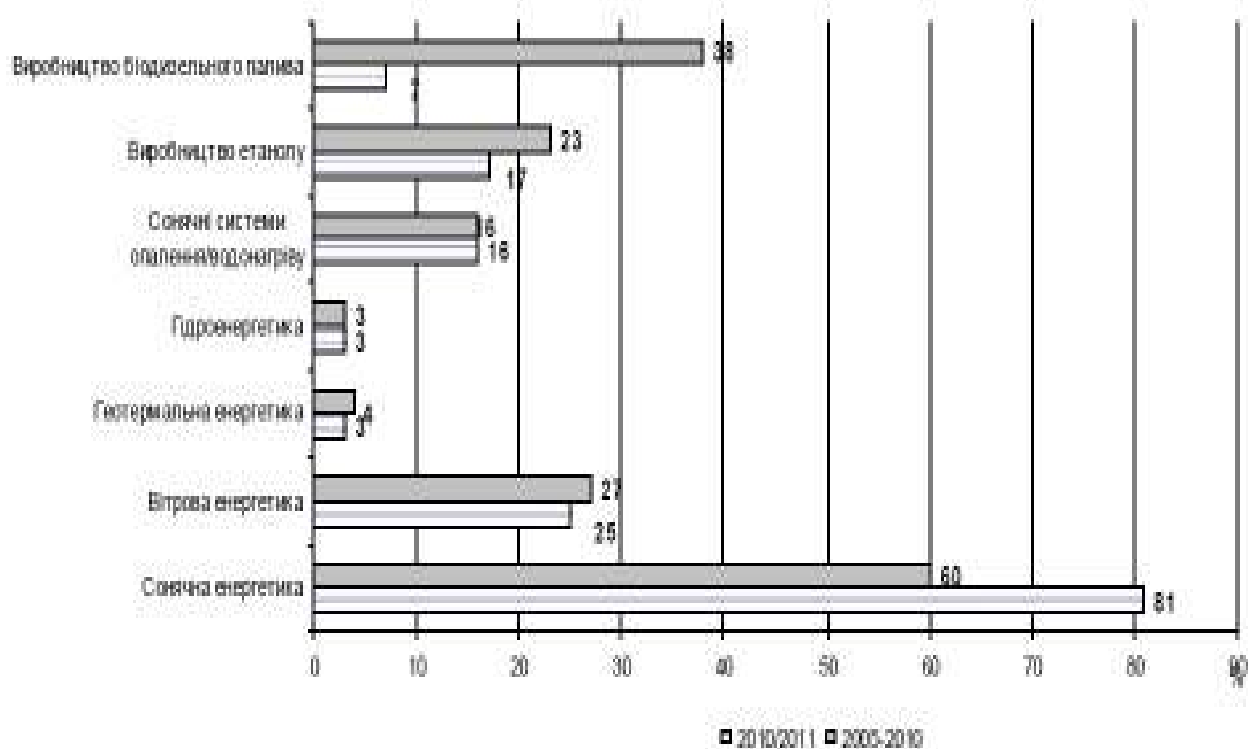


Рис. – Середньорічний приріст обсягу виробництва нетрадиційної та відновлюваної енергетики, 2005-2010 рр, 2010/2011р. [5]

Гідро-, геотермальна та вітрова енергетика зростали – 3-4 %, 25-27 % відповідно, на відміну від стрімкого зростання сонячної енергетики (особливо у 2010 році – 81 %).

До країн, які найбільш інтенсивно розвивають технології і ринки НВДЕ, слід віднести США, країни ЄС (в першу чергу, Швецію, Австрію, Фінляндію, Німеччину, Іспанію), Японію, Китай. Останнім часом активізувалися в цьому напрямі Бразилія і Індія. Зростає вартість акцій компаній, які займаються НВДЕ. Все це дасть можливість пришвидшити розвиток технологій та їх впровадження у промислове виробництво.

Зважаючи на досить швидку окупність інвестицій в НВДЕ та залежно від інноваційних політик країн ситуація може змінитися в досить близькому майбутньому.

Різноманітність інструментів державної енергетичної політики зображується наступним їхнім переліком: пільговий тариф (зелений тариф); «квоти» – мінімальний обсяг виробництва або споживання відновлюваної енергетики, встановлений урядом для комунальних підприємств, групи компаній, або споживачів (поширеним особливо в США, Канаді, Індії, Австралії); чистий облік (Net metering) – використовується, коли споживач електроенергії частково користується НВДЕ; при цьому він сплачує лише за чисту енергію, тобто різницю між загальним обсягом споживання енергії і енергії з традиційних джерел; граничний показник виробництва/споживання біопалива та енергії Сонця; сертифікат на відновлювану енергетику, який визначає право на отримання, як правило, 1МВт/год електроенергії, які можуть накопичуватись і служать інструментом при торгівлі між споживачами і виробниками; державні субсидії, гранти чи знижки при фіскальному регулюванні; податковий кредит на інвестиції чи виробництво НВДЕ; податки за понаднормове забруднення довкілля; плата за споживання НВДЕ; інвестиції, позики, гранти, що здійснюються суб'єктами господарювання; тендери, організовані державою для компаній-виробників електроенергії на її продаж [4].

Сьогодні, враховуючи енергетичну залежність України на 60,7 % від постачання органічного палива [3], а також географічні, науково-технічні й екологічні фактори для України перспективно розвивати використання таких НВДЕ, як енергія Сонця, вітру, біомаси, малих рік, геотермальної енергії Україна значно відстала в галузі використання ВДЕ від розвинених світових держав. Спостерігається ідеологічне, технологічне, наукове, економічне та законодавче відставання. Якщо оцінити наскільки велика на даний момент основа, то можна Україну порівняти з Європою і США початку 1990-х років, коли йшла приватизація і перебудова енергетичних ринків, а ідеї глобального потепління змушували передові уми замислюватися про розвиток ВДЕ і приймати перші законодавчі та адміністративні акти регулюють використання ВДЕ. Необхідно наздогнати 15 років і перегнати лідерів, для цього потрібна воля осіб, які приймають рішення і значні ресурси. Науково технічний та ресурсний потенціал України дозволяє їй бути серед світових лідерів в області ВДЕ.

Одним з головних бар'єрів на шляху розвитку використання ВДЕ в Україні служить ідеологічне відставання від країн Заходу. В Україні немає розуміння питань використання ВДЕ ні серед професіоналів в енергетичній галузі, ні серед простих споживачів. Крім цього, існує хибне уявлення про те, що Україна застрахована від світових ризиків: своїм північним становищем – від глобального потепління; великими запасами енергоносіїв – від їх зuboжіння в світовому масштабі і зростання цін. Відповідно питання безпеки поставок вуглеводнів взагалі не стосуються України. При більш уважному вивченні стає зрозумілим, що всі ці ідеї є помилками.

Україні слід подбати про освіту свого населення та професійного співтовариства, щодо проблем на світових ринках енергоносіїв і їх вплив на економіку країни, про можливі наслідки глобального потепління для України і про сучасні процеси у використанні ВДЕ в світі. Крім компаній в пресі, слід ввести необхідні спеціальності для технічних освітніх установ, з метою підготовки необхідних кадрів.

Низький рівень технологічного устаткування виробленого в Україні для використання ВДЕ надає значний бар'єр для розвитку галузі. Слід створити економічні умови, що допускають західних виробників до українського ринку, тому що на перших етапах український виробник не в змозі самостійно забезпечити галузь обладнанням. Паралельно слід розвивати власні виробництва і створювати спеціальні зони, де будуть створені зручні умови для венчурного капіталу для створення дослідних і виробничих потужностей для розробки та виробництва обладнання на найсучаснішому рівні. Подібні приклади можна знайти в США і Німеччині.

Дослідження для розвитку використання ВДЕ повинно йти набагато більш активним способом для досягнення необхідних показників росту. Не настільки важливі технологічні вишукування, як роботи інженерно-географічного плану для різномасштабної оцінки території регіонів України з точки зору можливості використання ВДЕ.

Після розгляду економічних заходів прийнятих багатьма зарубіжними країнами можна рекомендувати Україні розглянути можливість прийняття фіксованих тарифів для енергії, отриманої з ВДЕ, як найбільш ефективний метод. Суть даного методу полягає в установці певного фіксованого тарифу або премії для енергії, одержуваної з ВДЕ на досить тривалі строки, що дозволяє

інвесторам знижувати ризики і планувати інвестиції в даний сектор. Прямі дотації, або перехресне субсидування такого типу, як застосовуються у нас для субсидування енергетики в цілому не підходять по суті, тому що не є ринковими, а в Україні найближчим часом вже запрацює ринок в електроенергетиці. Надання певних податкових пільг теж служить досить хорошим стимулом. Тим не менш, система фіксованих тарифів для України повинна розроблятися окремо і враховувати розрізненість споживачів і часом недоцільно протяжні ЛЕП.

Україні варто розробити державну стратегію використання ВДЕ і прийняти рамковий закон, регулюючий використання ВДЕ та підключення незалежних виробників до мереж загального користування. Через те, що розподіл ресурсів ВДЕ вкрай нерівномірний по території країни, варто в області їх використання надати максимальну автономію і підтримку регіонам. Тим паче, для стимулювання розвитку використання ВДЕ слід, як і в інших країнах прийняти національні цілі щодо розвитку ВДЕ, не менш амбітні, ніж у країнах ЄС. На основі районування території України по наявності ресурсів ВДЕ слід ці цілі розподілити по областям і зробити представників президента відповідальними за їх виконання. При цьому усередині областей на перших етапах, через відсутність більш детальних досліджень не варто розподіляти цілі між регіонами.

Проведено порівняльно-географічний аналіз використання ВДЕ в країнах з різним ресурсним потенціалом та умовами розвитку енергетики на ВДЕ. Порівняємо вищезгадані країни за основними показниками розвитку відновлюваної енергетики (табл.).

Таблиця. Порівняння основних показників розвитку відновлювальних джерел енергії в державах світу

	ВДЕ від загального енергопостачання 2010 фактично / ціль до 2020 р.	Фіксовані тарифи / пряме субсидування / зелені сертифікати	ВВП в доларах США на душу населення, 2009.
Данія	17,1/30	+/-/+	36354
Великобританія	1,5/15	-/+/+	34983
Нідерланди	2,7/14	+/-/+	36219
Німеччина	7,8/18	+/+/-	31744
США	5,3/-	+/-/+/-	44155
Китай	8/15	+/+/-	7660

Джерело: складено на основі [3, 4].

Виділено різні заходи по стимулюванню розвитку використання ВДЕ: інституційні, фінансові та економічні, геоекологічні, включаючи зіставлення витрат і вигод і облік екологічних витрат при будівництві об'єктів ВДЕ. Визначено, що послідовна політика розвитку даної галузі енергетики, наприклад, у Данії, набагато ефективніше непослідовних дій з боку урядів США. Серед заходів фінансового стимулювання розвитку відновлюваної енергетики найефективнішим є фіксований тариф на енергію, як у Німеччині, Іспанії та Данії, де частка ВДЕ в загальному енергоспоживанні досягає 7,8; 8,7 і 17,1% відповідно [2].

Можна зробити висновок, що, незважаючи на різний ступінь економічного і соціального розвитку, всі аналізовані держави зацікавлені в розвитку використання ВДЕ і застосовують комплексний підхід до розвитку відновлюваної енергетики.

Виходячи з вище сказаного, слід розглянути такі заходи щодо поліпшення розвитку НВДЕ в Україні:

- провести системне доопрацювання нормативно-законодавчої бази, яке б забезпечило стимули до впровадження НВДЕ, такі як податкові преференції, пільгове кредитування, лізинг устаткування, прямі субсидії, підвищення тарифів («зелені» тарифи) та ін.;
- збільшення об'ємів використання альтернативного палива власного виробництва, для чого необхідно організувати технічне переобладнання частини нефункціонуючих заводів спиртової області, з одночасним збільшенням урожаю, об'ємом вирощування та збору первинної сировини;
- забезпечення можливості щодо продажу виробленої НВДЕ енергії в мережу;
- створення системи залучення інвестицій у розвиток НВДЕ на загальнодержавному та регіональному рівнях;
- забезпечення достатнє фінансування та підтримку науково-технологічних розробок у сфері НВДЕ та створити умови для їх швидкого впровадження.

Отже, для забезпечення Україні гідного місця в виробництві та розподілі нових НВДЕ в майбутньому потрібно вже сьогодні підтримати науково-технічні розробки в нових сферах (воднева енергетика, використання

газогідратів Чорного моря та ін.) та підвищення економічних та технічних характеристик видів НВДЕ, які вже використовуються.

Висновки. Україна має великий потенціал розвитку всіх видів відновлюваної та нетрадиційної енергетики. При цьому проблеми ефективності використання традиційних джерел енергії в Україні все більше загострюються з кожним роком. Причинами цього є застарілі технології, вичерпання ресурсу використання основних фондів генерації електроенергії і тепла, що разом з низькою ефективністю використання палива призводить до значних обсягів шкідливих викидів. Значні втрати при транспортуванні, розподілі та використанні електроенергії і тепла, а також монопольна залежність від імпорту енергоносіїв ще більш ускладнюють ситуацію на енергетичних ринках країни. Враховуючи енергетичну залежність України на 60,7% від постачання органічного палива, а також географічні, науково-технічні й екологічні фактори для України перспективно розвивати енергію сонця, вітру, біомаси, малих рік, геотермальної енергії. У підсумок потрібно зазначити, що для зміцнення енергетичної безпеки, підвищення конкурентоспроможності своєї економіки та покращення стану довкілля Україні необхідно визначити розвиток НВДЕ пріоритетним в ДП, стимулюючи здійснення науково-технічних розробок та впровадження їх у практику. Це забезпечить сталий розвиток національного господарства, яке займе гідне місце у світовій економіці.

Список літератури: 1. Закон України «Про альтернативні джерела енергії» № 555-IV від 20.02.2003 із змінами та доповненнями. [Електронний ресурс]. – Доступний з: <http://www.zakon.rada.gov.ua>. 2. Трофименко О.О. Світові тенденції застосування та виробництва електроенергії з використанням відновлюваних джерел енергії / Офіційний сайт Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського. – [Електронний ресурс]. – Доступний з: www.nbuv.gov.ua. 3. International Trade Statistics 2011 [Електронний ресурс] / World Trade Organization. – Switzerland. – 2011. – 249 p. – Режим доступу до звіту: http://www.wto.org/english/res_e/statis_e/its2011_e/its2011_e.pdf. 4. United Nations Environment Programme. Global trends in renewable energy investment 2011 // Available at: www.fs-unep-centre.org. 5. Renewable 2011. Global status report // Available at: www.ren21.net.

Надійшла до редколегії 15.06.2012

ЗМІСТ

Аванесова Н.Е. Bancassurance як форма співпраці страхових компаній та банківських установ.....	3
Бобкова Н.В., Карпов Э.А. Диагностика овертрейдинга с учетом влияния метода отражения выручки от реализации.....	9
Гаврись О.М., Антоненко М.А. Товарознавчі аспекти ринку машинобудівної продукції.....	13
Горбач А.Ю. Економічні аспекти застосування нових ІТ в роботі Харківського метрополітену та деякі перспективи його розвитку	19
Гречко Т.А. Ризик інвестиційного проекту як величина можливих втрат.....	23
Другова Е.С., Поддубная Л.И., Клименко А.В. Обеспечение конкурентоспособности предприятия за счет повышения его финансовой устойчивости.....	31
Єршова Н.Ю. Удосконалення методичного підходу до аналізу оборотних коштів як фактору ефективності діяльності промислового підприємства.....	37
Заграй Г.В. Концепція моделювання управління життєздатністю комерційного банку в умовах постіндустріальної економіки.....	46
Замула О.В. Визначення центрів відповідальності в системі управління інформаційними витратами підприємства.....	56
Захарченков А.С. Выбор инноваций для технологической санации промышленного предприятия.....	63
Ігнатова О.В. Особливості розробки та впровадження інноваційних проектів в діяльність організацій з функціонально-орієнтованими ієрархічними структурами.....	69
Капінос Р.В. Характерні особливості менеджменту та оподаткування в конфесійній економіці	82
Клименко О.В. Основні підходи до визначення, класифікації та методів управління ризиками на промислових підприємствах.....	86
Клунко Н.С. Розвиток логістичних центрів як мотиваційний чинник становлення глобальних логістичних систем на фармацевтичному ринку	91
Кочетова Т.І., Панчішна О.О., Шуть І.В. Аналіз строкової структури відсоткової ставки на українському ринку державних облігацій.....	103
Лесниченко Е.Г. Особенности затрат на производство в металлургической отрасли и пути их снижения.....	108
Матюшенко І.Ю. Науково-освітні центри як основний елемент національних нанотехнологічних мереж розвинутих країн світу.....	115
Міщенко В.А., Бондаренко Д.А. Роль малих та середніх підприємств машинобудування в економічному розвитку країни.....	127
Облаков П.О., Карпов Э.А. Будущее российских банков на примере ЗАО МКБ «МОСКОМПРИВАТБАНК».....	133
Портна О.В. Практичні проблеми фінансування охорони здоров'я в Україні.....	140
Рогалева О.П. Шляхи покращення результатів діяльності малих підприємств хлібобулочної промисловості в умовах досконалої конкуренції.....	149

Семенюк О.Л. Аналіз залежності обсягу інвестицій в інновації від приросту ВВП.....	155
Сітак І.Л., Коробков Д.В., Міщенко В.А., Рильцев Р.О. Визначення індикатора стійкості підприємства.....	159
Соколенко В.А., Поляк А.В. Сучасні тенденції розвитку маркетингу.....	165
Ус М.І. Показники оцінювання потенційних партнерів підприємства.....	174
Чайкова О.І. Фінансова оцінка сили впливу факторів внутрішнього середовища на експортну стратегію підприємства.....	181
Шишкіна І.О. Застосування провідного міжнародного досвіду використання відновлюваних джерел енергії для України.....	185

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ «ХП»**

Збірник наукових праць

**Серія
«Актуальні проблеми управління та
фінансово-господарської діяльності підприємства»**

Випуск 45 (951) 2012

Науковий редактор: д-р екон. наук проф. В.Я. Міщенко
Технічні редактори: О.С. Другова, О.С. Курандо
Відповідальний за випуск канд. техн. наук Г.Б. Обухова

АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ: 61002, м. Харків, вул. Пушкінська, 79/2, НТУ «ХП»
каф, фінансів тел. (057) 707-64-46, 707-60-67. e-mail: lena_hs@mail.ru

Обл. вид. № 151-12

Підп. до друку 03.12.2012 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс.
Ум.друк.арк. 8,9. Обл.-вид. арк. 9,4.
Наклад 300 прим. Зам. № 17. Ціна договірна.

Видавничий центр НТУ „ХП».

Свідоцтво про державну реєстрацію ДК № 116 от 10.07.2000 р.
61002, Харків, вул. Фрунзе, 21

Видавництво та друк ФО-П Шейніна О.В.
61052, Україна, м. Харків, вул. Слов'янська, 3
Тел. 057 759-48-79

Свідоцтво про внесення суб'єкта видавничої справи до Державного реєстру видавців, виготівників і
розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2779 від 28.02.2007 р.