

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»

№ 56 (962) 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. – № 56 (962) – 196 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. Гавриш, 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 подвійну нумерацію. № 42 (948) 2012 р.

Рекомендовано до друку вченою радою НТУ «ХПІ»

Протокол №:8 від 30 жовтня 2012 р.

УДК 658.8

О. В. АНДРІЙЧЕНКО, студентка, НТУ «ХПІ»**УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ ВИБОРУ СТРАТЕГІЇ
ПІДПРИЄМСТВ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ**

У статті визначаються сучасні проблеми збуту металургійної продукції. Розглядаються перспективи розвитку металургії. Запропоновано заходи з реформування збуту продукції української металургії в умовах кризи

Ключові слова: металургійна продукція, збутова політика, металургійна галузь, перспективи розвитку металургійної галузі.

Вступ. Продукція достатньо невеликої кількості галузей української економіки має високу конкурентоспроможність на міжнародних ринках збуту. Металургія – найбільша з цих галузей, а також найбільш експорто-орієнтована.

Металургія – одна з небагатьох галузей в Україні, від конкурентоспроможності якої залежить не лише успіх окремих компаній, але і економічна стабільність країни в цілому. На металургів доводиться приблизно чверть українського ВВП.

За останні десятиліття економічне зростання в країнах, що розвиваються, супроводжувалось піднесенням будівництва та розвитком інфраструктури – галузей економіки, які є основними споживачами металопродукції.

Закономірно, що чим більше міра орієнтації на експорт підприємств тієї чи іншої галузі, тим більшою мірою результати експортної діяльності визначають їх економічні показники. В останні роки, у кризовий для металургії період, відсутній чіткий комплекс заходів щодо сприяння збуту металургійної продукції.

Питання збутової діяльності і теоретичні основи логістики розглянуті в працях таких вчених, як Алферєв В. П., Івакін Є. К., Костоглодов Д. Д., Новіков Д. Т., Проценко О. Д. Дослідженню стратегії і тактики виробничо-збутової діяльності присвячені роботи Лаврової Г. О., Балобанової Л. В., Демидова В. Є. і Зав'ялова П. С., Абрамової Г. П. Проте поточні проблеми сучасного збутового комплексу вітчизняної металургії освітлені недостатньо докладно і конкретно.

Новизна роботи – систематизація проблем збуту продукції металургійної галузі в сучасних умовах світової кризи.

Постановка задачі. Метою статті є пропонування рекомендацій щодо удосконалення збуту продукції українських металургійних підприємств на основі особливостей збутової політики.

© О. В. Андрійченко, 2012

Методологія дослідження. Об'єктом дослідження є металургійна промисловість. Предмет дослідження – комплекс проблем збуту продукції металургійної галузі.

До 2004 року традиційним ринком збуту продукції підприємств металургійної галузі України вважався ринок Південно-Східної Азії, проте металургійні підприємства були витіснені з цього ринку через збільшення обсягу китайського металу, запропонованого на ринку. В 2007 році Китай почав знижувати поставки, але Україна повернулась на ринки Південно-Східної Азії лише частково – першість тут захопила Росія. На сьогодні головні регіони збуту української металопродукції наступні – Близький Схід (включно Турцію, Іран), Європа (Німеччина, Італія, Англія, Польща, Словаччина, Болгарія, Греція), Латинська Америка, Росія. Конкурувати і на цих ринках стає все важче через підвищення собівартості виробництва металопродукції у порівнянні з аналогічним показником китайських виробників. Це є наслідком цілого ряду проблем як технологічного, так і збутового характеру, наприклад, використання застарілого обладнання і завантаженість терміналів чорноморських портів.

Для вирішення цих проблем пропонується ряд заходів по стимулюванню і реформуванню збуту металопродукції українських виробників, що дозволять частково скоротити проблеми металургійної галузі.

По-перше, реформування каналів збуту, перехід від використання незалежних збутових підприємств до організації власних представництв на цільових ринках збуту.

По-друге, урегулювання тарифів (наприклад, мораторій на їх підвищення чи надання дотацій державою протягом кризи) на залізничні перевезення для промислових підприємств до великих портів країни (Бердянськ, Керч, Феодосія, Херсон, Миколаїв, Південний, Іллічівськ, Одеса) дозволить зменшити собівартість продукції українських металургійних підприємств.

По-третє, будівництво глибоководних портів на Чорноморському узбережжі України буде сприяти розширенню географії поставок і прискорення доставки металургійної продукції кінцевому споживачу.

Україна має такі основні конкурентні переваги порівняно з іншими світовими постачальниками:

1) Україна має виробничий потенціал металургійної галузі, який значно перевищує внутрішні потреби країни й спроможний у результаті часткової реко-

нструкції та технічного оновлення забезпечити в середньостроковій перспективі великий і постійний експорт продукції на світовий ринок;

2) контроль українських фінансово-промислових груп над виробниками сировини дозволить у середньостроковій перспективі забезпечити національний сектор кольорової металургії необхідною сировиною в повному обсязі й за цінами, нижчими за світові;

3) Україна має конкурентні переваги перед розвиненими країнами за такими найважливішими позиціями як: нижчі питомі інвестиційні витрати на підтримку і модернізацію комплексу; менші витрати на виробництво продукції за рахунок використання дешевої робочої сили і менші екологічні витрати;

4) менеджмент українських металургійних підприємств зорієнтований на експорт, вони через мережних трейдерів входять до систем просування української продукції на регіональні світові ринки.

Сучасний стан підприємств металургійної галузі України є важким, зростають ціни на транспортні перевезення і енергоносії, посилюється конкуренція на зовнішніх ринках. Це зумовлює необхідність реформування збутової політики підприємств металургії, що дозволить забезпечити стабільність постачання, надходження коштів в державний бюджет та зберегти конкурентоспроможність на зовнішніх ринках.

Для забезпечення виживання на ринку металургії та досягнення поставлених цілей керівництву металургійного підприємства необхідно оперативно й ефективно реагувати на зміни і внутрішнього, і зовнішнього середовища.

Список література: 1. Бень Т.Г. Экономическая эффективность производства. – К.: Знание, 1983. – 48 с. 2. Грищенко С. Украинская металлургия – 2008: успешный старт, кризис и его уроки // Зеркало недели. – 18.03.2009. – № 12. 3. Мазур В. Металургія України: стан, конкурентоспроможність та перспективи // Дзеркало тижня. – 05.03.2010. – №8. 4. Марек О.Б. Роль державного регулювання в збалансованому розвитку чорної металургії // Промисловий потенціал та ефективність його використання: Зб. наук. праць / Відп. ред. О.М. Климов. – К.: Ін-т економіки НАН України, 2003. – 123 с. – С. 52-62. 5. Татар М.С. Аналіз ефективності експортних операцій металургійних підприємств // Економіка. Фінанси. Право. – 2007. – №1. 6. Холод С.Б., Ткаченко О.В., Тулупов М.О. Економічні передумови необхідності та особливості створення організаційних структур управління проектами на підприємствах металургійної галузі України // Академічний огляд. – 2006. – №1. – С. 108-116. 7. Шапран В. Металлургический сектор Украины: тенденции развития // Рынок ценных бумаг. – 2006. – № 18(321). – С. 70-74.

Надійшла до редколегії 25. 10. 2012

УДК 658.8

Удосконалення механізму вибору стратегії підприємств металургійної галузі / Андрійченко О. В. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2012. – № 56(962). – С. 3–6. – Бібліогр.: 7 назв.

В статье определяются современные проблемы сбыта металлургической продукции. Рассматриваются перспективы развития металлургии. Предложены меры по реформированию сбыта продукции украинской металлургии в условиях кризиса.

Ключевые слова: металлургическая продукция, сбытовая политика, металлургическая отрасль, перспективы развития металлургической отрасли.

The article defines modern problems of sale of metallurgical products and considers prospects of development of metallurgy. Several measures to reform the sales of product of Ukrainian metallurgy at the time of economic crisis are proposed.

Keywords: metallurgical products, sale policy, metallurgical industry, prospects of development of metallurgical industry.

УДК 338.512

А. Є. АЧКАСОВ, докт. екон. наук, проф., ХНАМГ, Харків,
П. О. ГАВРИСЬ, аспірант, НТУ «ХПІ».

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ

Проаналізовано сучасний стан управління витратами, сфера застосування та обмеження систем обліку. Визначено напрямки покращення обліку та управління витратами на промислових підприємствах.

Ключові слова: управління, ефективність, витрати, промислові підприємства, облік, інформація, потреби, фактори.

Постановка проблеми. Вирішення проблем підвищення конкурентоздатності та зниження собівартості займає центральне місце серед завдань менеджерів сучасних підприємств. Тому управління витратами відіграє велику роль у ефективному управлінні підприємством. Воно охоплює застосування інформації щодо витрат підприємства з метою підготовки прийняття рішень керівництвом та підвищення ефективності поточного управління підприємством. При цьому необхідною умовою побудови системи управління витратами є забезпечення повної, своєчасної та надійної інформаційної бази для прийняття рішень. Відповідно, для досягнення цієї мети необхідною стає дієва система збору та обліку первісної інформації. Це обумовлює необхідність детального аналізу особливостей обліку витрат на сучасних промислових підприємствах.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Актуальність проблем управління витратами та обліку обумовила значну увагу до них з боку вітчизняних та зарубіжних науковців. У останні десятиріччя були проведені численні теоретичні та практичні дослідження, які мають на меті розробку та впровадження вдосконалених механізмів обліку витрат, що давали б змогу підприємствам краще пристосовуватися до динамічного навколишнього середовища. Серед провідних міжнародних фахівців у цьому напрямку треба відзначити Р. Каплана, Д. Нортон, Т. Райхмана, Р. Сімонса, П. Хорвата, Ч. Хорнгрена. У нашій країні та у Росії цими питаннями займалися І. А. Басманов, А. І. Васильков, П. В. Іванюта, А. М. Кармінський, А. Е. Карпов, А. І. Міневський, Г. А. Соколовська та

© А. Є. Ачкасов, П. О. Гавриць, 2012

інші. В той же час певні аспекти цієї проблеми залишаються недостатньо дослідженими.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є аналіз взаємозв'язку між обліком та формуванням ефективної системи управління витратами на сучасних промислових підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Створення системи управління витратами, що була б одночасно простою, зручною у користуванні і своєчасно надавала б усю інформацію, потрібну для прийняття ефективних управлінських рішень, є дуже складним завданням з практичної точки зору. Тому у промисловості поширилися два альтернативні підходи. З одного боку, підприємства мають можливість організовувати складні багатоступеневі системи обліку витрат з їх подальшим віднесенням до численних процесів, факторів витрат, об'єктів витрат, центрів витрат тощо. Однак, такі системи на практиці виявляються занадто громіздкими та витратними, складними в експлуатації та, у кінцевому підсумку, нездатними своєчасно і у повній мірі забезпечити інформаційні потреби підприємства [6].

З іншого боку, замість складних спеціалізованих систем обліку витрат можна застосовувати більш прості системи, що базуються на спрощеннях та групуваннях витрат з наступним перенесенням їх на об'єкт витрат (готову продукцію) за допомогою одного чи двох основних факторів витрат, таких як прямі витрати праці або витрачені машино-години на одиницю продукції. Ці системи значно більш прості в застосуванні і досі широко застосовуються для вирішення широкого спектру управлінських завдань.

Втім, ці системи не лише не здатні у повній мірі забезпечити інформаційні потреби підприємства у сучасних умовах, але і характеризуються досить довільним перенесенням накладних витрат на готову продукцію і таким чином часто ведуть до суттєвих викривлень у розрахунку собівартості окремих видів продукції та розміру товарно-матеріальних запасів. Все це призводить до критики з боку окремих фахівців щодо застарілості та неефективності існуючих інформаційних систем менеджменту у області витрат [7, с.26]. Однак попри критику інформаційні системи менеджменту у сфері витрат були і залишаються основним джерелом інформації в управлінні підприємством як у поточному контролі результатів діяльності та координації виробничих процесів, так і при підготовці довгострокових стратегічних планів.

На основі дослідження теоретичних особливостей функціонування різних систем обліку витрат та практики їх застосування на сучасних промислових підприємствах в Україні та за кордоном пропонується наступна порівняльна таблиця, що забезпечує методологічну основу визначення найбільш підходящих систем обліку на підприємстві (табл.). На її основі підприємства можуть з меншими зусиллями визначити, яка система обліку найбільшою мірою забезпечує вимоги до інформаційних потреб підприємства, враховуючи його розмір, сферу діяльності, складність виробничих процесів та наявність фінансових та організаційних ресурсів.

Таблиця. Методика застосування сучасних систем обліку витрат на промислових підприємствах

Система обліку	Переваги та недоліки	Особливості системи
1	2	3
Система обліку на основі повних витрат (absorption costing)	<i>Переваги:</i> ■ обов'язковість до застосування у фінансовому обліку ■ широке розповсюдження в управлінському обліку ■ порівняна простота та розвиненість системи <i>Недоліки:</i> ■ неоднозначність (а часто і довільність) при виборі коефіцієнтів для перенесення накладних витрат ■ ризик суттєвих викривлень у відображенні витрат та собівартості продукції ■ ненадання повної інформації для ефективного управління витратами	<i>Основні характеристики:</i> ■ використання даних бухгалтерського обліку ■ розподіл витрат на постійні та змінні ■ перенесення змінних витрат безпосередньо на об'єкт витрат (як правило, готову продукцію) при калькулюванні собівартості та групування постійних витрат на рівні окремих видів витрат з перенесенням на центри, а потім – на об'єкти витрат <i>Сфера застосування:</i> ■ розповсюдженість у різних галузях промисловості ■ більш ефективне застосування при відносно простих процесах та невисокій частці накладних витрат у собівартості
Система обліку на основі нормативних витрат, або стандарт-костінг (standard costing)	<i>Переваги:</i> ■ можливість ефективного контролю витрат за допомогою аналізу відхилень ■ впровадження на базі системи обліку на основі повних витрат <i>Недоліки:</i> ■ проблема віднесення постійних витрат не вирішена належним чином ■ якість контролю витрат безпосередньо залежить від якості обліку та віднесення постійних витрат [1]	<i>Основні характеристики:</i> ■ визначення нормативів для окремих видів витрат ■ відхилення між значенням фактичних та нормативних витрат може бути розділене на відхилення по зайнятості та відхилення по матеріалам <i>Сфера застосування:</i> ■ використання як доповнення до системи обліку на основі повних витрат з метою забезпечення більш ефективного контролю витрат для різних типів підприємств
Система обліку на основі прямих витрат, або директ-костінг (direct costing)	<i>Переваги:</i> ■ простота у запровадженні ■ справедливе відображення взаємозв'язку між доходом від продажу продукції, витратами та прибутком підприємства за певний період ■ широке розповсюдження на західних підприємствах <i>Недоліки:</i> ■ не завжди об'єктивний розподіл витрат на прямі та накладні	<i>Основні характеристики:</i> ■ чіткий розподіл витрат на змінні та постійні у залежності від прямих витрат праці (об'єму виробництва), причому змінні витрати визначаються як пропорційні ■ віднесення постійних витрат до витрат періоду, а не до витрат на виробництво одиниці продукції <i>Сфера застосування:</i> ■ визначення оптимального ціноутворення на продукцію підприємства

Продовження таблиці

1	2	3
	- ігнорування комплексної сутності накладних витрат підприємства - ненадання інструментів для систематичного пошуку можливостей зниження накладних витрат	- вирішення питань про власне виробництво продуктів та напівфабрикатів або їх закуплю на стороні - оптимізація програми випуску продукції [3]
Система обліку на основі граничних планових витрат (marginal planned cost accounting)	<i>Переваги:</i> - поєднання переваг різних систем обліку, що дає можливість ефективного аналізу та контролю витрат - забезпечення справедливого віднесення витрат до окремих об'єктів витрат <i>Недоліки:</i> - необхідність суттєвої перебудови системи обліку на підприємствах - відсутність вагомих переваг від впровадження у випадку простих виробничих процесів - неповністю вирішується проблема справедливого віднесення накладних витрат	<i>Основні характеристики:</i> - калькуляція собівартості продукції лише на основі змінних витрат - розподіл центрів витрат на основні та допоміжні - облік за видами витрат, центрами, об'єктами витрат та облік валового прибутку <i>Сфера застосування:</i> - стратегічне планування - прийняття оперативних рішень шляхом прогнозування наслідків рішень щодо витрат та продуктів, зокрема, оптимізації виробничої планів, прийнятті рішень про випуск окремих варіантів продукції, закупівлю певних матеріалів, встановлення мінімальної ціни - ефективність для великих підприємств з комплексними виробничими процесами
Система обліку витрат за видами діяльності (activity-based costing)	<i>Переваги:</i> - об'єктивне відображення процесів всередині підприємства - справедлива оцінка витрат на виробництво продукції шляхом більш точного віднесення окремих видів накладних витрат до конкретних об'єктів витрат - забезпечення інформаційної бази та інструментів для розробки та впровадження заходів по скороченню накладних витрат - надання певних переваг при прийнятті стратегічних рішень завдяки кращому розумінню повних витрат підприємства у довгостроковій перспективі <i>Недоліки:</i> - складність і висока вартість у впровадженні - обмежена сфера застосування - відсутність вагомих переваг від впровадження для простих виробничих процесів - необхідність паралельного ведення обліку	<i>Основні характеристики:</i> - основний теоретичний принцип системи – виникнення накладних витрат не в залежності від об'єму випуску продукції, а внаслідок здійснення певних процесів - перенесення накладних витрат на готову продукцію за допомогою специфічних факторів витрат (кост-драйверів), що визначають рівень витрат для здійснення окремих процесів - облік за видами витрат, за видами та об'єктами діяльності <i>Сфера застосування:</i> - обмежено для обліку та контролю витрат окремих процесів чи центрів витрат - пошук резервів зниження накладних витрат - визначення та внесення змін у довгострокові виробничі плани, зокрема, визначення кількості варіантів продукції - просування певних продуктів та освоєння нових ринків - прийняття рішень про відмову від подальшого виробництва окремих варіантів або видів продукції та згортання цілих напрямків діяльності - ціноутворення та виробництво нових продуктів, формування системи знижок та заохочення

Висновки. Як можна підсумувати з табл., кожна з систем обліку має свої переваги та недоліки, а також особливі сфери застосування. Кожне підприємство

має самостійно визначитися, яку систему обліку застосовувати, виходячи з власних потреб та специфіки діяльності. В цілому можна зазначити, що використання системи обліку витрат за видами діяльності надає певні переваги при прийнятті стратегічних рішень, оскільки забезпечує можливість краще зрозуміти повні витрати підприємства у довгостроковій перспективі. В свою чергу, системи обліку на основі прямих витрат та на основі граничних планових витрат більш прийнятні для оперативних рішень, оскільки вони можуть ефективно прогнозувати короткострокові наслідки рішень щодо витрат та продуктів.

Список літератури: 1. Іванюта П. В., Лугівська О. В. Управління ресурсами і витратами. – Київ: ЦУЛ, 2010. – 320 с. 2. Івахненко С. В., Мелих О. В. Фінансовий контролінг: Методи та інформаційні технології. – Київ: Знання, 2009. – 319 с. 3. Карпов А. Е. Постановка и автоматизация управленческого учета, 2008. – 504 с. 4. Контролінг: Навчальний посібник // Під. ред. Ужви А. М., Костирко А. Г., Шаповало-вої І. О., Бабич М. М. – Миколаїв: МДАУ, 2011. – 294 с. 5. Соколовская Г. А. Себестоимость продукции в планировании и управлении промышленностью. – М.: Экономика, 1987. – 136 с. 6. Horvath P. Controlling. – München: Verlag Franz Vahlen GmbH, 2009. – 11. Auflage. – 840 с. 7. Johnson T., Kaplan R. S. Relevance Lost: The Rise and Fall of Management Accounting. – Boston, USA: Harvard Business School Press, 1991. – 269 pp.

Надійшла до редколегії 25. 10. 2012

УДК 338.512

Теоретичні аспекти формування системи управління витратами / Ачкасов А. Є., Гавриш П. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 6–10. – Бібліогр.: 7 назв.

Проанализировано современное состояние управления расходами, область применения и ограничения систем учета. Определены направления улучшения учета и управления расходами на промышленных предприятиях.

Ключевые слова: управление, эффективность, расходы, промышленные предприятия, учет, информация, потребности, факторы.

Present state of cost management, scope and limitations of cost accounting are analyzed. Main directions for further development of cost accounting and cost management in manufacturing are defined.

Keywords: management, efficiency, charges, industrial enterprises, account, information, necessities, factors.

УДК 338.2

Я. І. БЕЛІНСЬКИЙ, викладач, Східноукраїнська філія
Міжнародного Соломонового університету, Харків

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ПОЛІТИКИ «СЛАБКОЇ ГРИВНІ»

У статті розглянуто вплив режиму валютного курсу на економічні системи, проаналізовано вплив саме валютного курсу на економіку. Зроблена спроба виявити який з режимів валютного курсу найбільш підходить для України.

Ключові слова: валютний курс, слабка гривня, валютна політика, економічні системи.

Вступ. На сьогодні вплив валютного курсу на економіку України ще не достатньо вивчений. В цілому економічна система України може бути розподілена на три великих компоненти: галузі (сегменти) економіки, для яких підсилення національної валюти є вигідним, ті для яких це не вигідно та категорія, на результати діяльності якої зміни у валютному курсі не впливають.

© Я. І. Белінський, 2012

Аналіз останніх досліджень та літератури. Проблемі регулювання валютного курсу у останній час приділяють увагу багато науковців, але жоден з них ще не зміг чітко відповісти на запитання: «Як впливає політика слабкої гривні на економіку країни?».

Вивченню теоретичних і методологічних засад, розробці практичних аспектів реалізації валютної політики держави присвячено наукові праці відомих зарубіжних учених: Дж. Вільямсона, М. Голдстайна, Д. Діллона, М. Домбровські, Дж. М. Кейнса, Х. Колера, Л. Красавиної, С. Фішера, М. Фрідмана, Е. Хансена та інших.

У вітчизняній економічній літературі ці проблеми відображені у працях відомих українських науковців та практиків: О. Береславської, С. Боринця, З. Васильченко, О. Васюренка, В. Гейця, А. Гриценка, О. Дзюблюка, Ф. Журавка, Л. Дмитриченко, С. Корабліна, І. Крючкова. С. Яременка та інших.

Мета досліджень, постановка проблеми. Є необхідність розглянути основні напрями регулювання валютного курсу в нашій державі, визначитись з основними складовими частинами механізму, їх взаємодією та впливом на основні економічні показники розвитку. Визначити, який валютний режим найбільш відповідає вимогам економіки України.

Один з важелів впливу на макроекономічні показники – валютна політика держави, важливу роль у якій відіграє вибір між політикою «слабкої» і «сильної» гривні [1]. Далі наведено прикладну модель причинно-наслідкових зв'язків впровадження політики «слабкої» гривні на території України.

З боку інвестиційної привабливості ця політика призведе до зростання ВВП, поліпшення фінансового стану та притоку інвестицій у країну, з іншого боку, – до часткової дестабілізації економіки: зростання інфляції та страхових запасів. Врешті решт, інвестиції прийдуть до країни, але у меншому обсязі та з більшою процентною ставкою, ніж очікувалось.

Знецінення гривні деформує макроекономічні пропорції: стимулюючи експорт, слабка гривня звужує параметри внутрішнього ринку та девальвує показники вартості робочої сили. Небезпечним є й штучне знецінення фінансових активів суб'єктів ринку, у т.ч. вартісних параметрів основних фондів. За підприємство вартістю у 1 млрд. грн., яке приватизується, за курсу 8 грн./дол. іноземний інвестор має заплатити 125 млн. дол., а якщо послабити гривню до 10 грн./дол. інвестор заплатить 100 млн. дол.

З графіка 1 бачимо, що Україна більше імпортує ніж експортує. З 2005 по 2007 роки спостерігається стабільне збільшення експорту та імпорту. У 2007 ро-

ці розпочалася фінансова криза і для України ця подія відобразилась спадом експорту товарів та збільшенням імпорту.

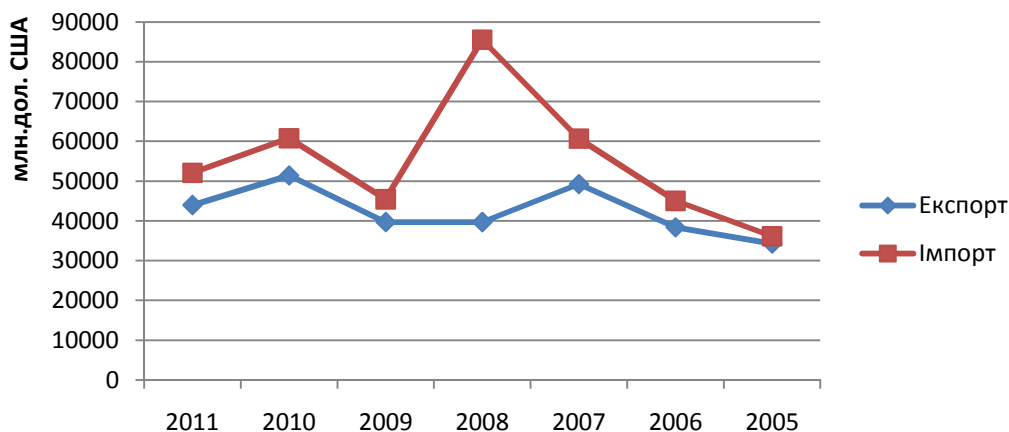


Рис. 1 – Динаміка експорту та імпорту з України 2005 – 2011 роках.

Цю ситуацію чітко видно на графіку у 2008 році, тоді імпорт, досягши свого піку за 2005–2011 роки., склав 85535,31 млн. дол. США, а експорт майже впавши до рівня 2005 року (34286,8 млн. дол. США) склав 39695,7 млн. дол. США [4]. Цю ситуацію пояснює спад виробництва та погіршення економічної ситуації на вітчизняних підприємствах. Починаючи з 2009 року і до кінця 2010 розпочинається збільшення обсягів експорту на імпорту. У 2011 році зменшувалися імпорт та експорт, але, як і у попередні два роки, сальдо не перевищувало 10000 млн. дол. США. На графіках 1 та 2, виявляється певна залежність – з початком стрімкого зростання курсу долара – так само швидко підвищується і імпорт. Хоча повинно бути навпаки: падіння національної валюти сприяє експорту, а не імпорту, як це сталося в Україні на початку 2007 року. Але чому у 2008 році імпорт почав швидко зменшуватись?

Курс дол. США

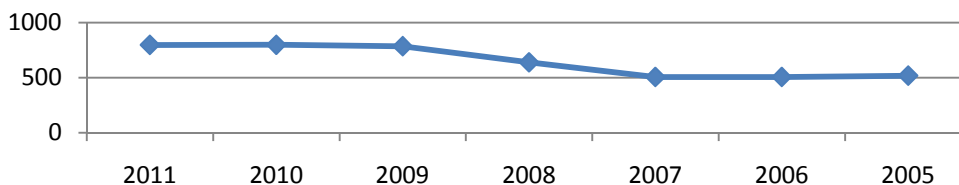


Рис. 2 – Динаміка курсу долара з 2005 по 2011 роки.

Розпочнемо з того, що в Україні найбільшу питому вагу серед експортних галузей займає металургія (близько 40% експорту). З початком фінансової кризи

усі підприємства цієї галузі опинились у ситуації, коли гривня девальвує і це може покращити їх фінансове становище, але і природний газ, який вони використовують у виробництві дорожчає, бо ми його імпортуємо. Крім того 5 лютого 2008 року Україна вступила до СОТ, і багато вітчизняних підприємств збанкрутіли не витримавши конкуренції.

У підсумку відбувається штучне заниження всієї системи вартісних оцінок, які визначають місце України у світовій економіці [2]. Існують і інші вагомні аргументи, які дають підставу розглядати ревальвацію національної валюти як рух у стратегічно перспективному напрямку.

Водночас ревальвація гривні має й зворотні наслідки. Її здійснення має базуватися на комплексних оцінках. Важливо враховувати, насамперед, сучасну економічну ситуацію, пов'язану із вступом України до СОТ. В умовах відкритої глобальної конкуренції практично всі країни світу намагаються захищати внутрішній ринок, стимулювати зовнішню конкурентоспроможність власного виробництва та його експортний потенціал шляхом здешевлення національної валюти.

Висновки. Зараз Україна не в змозі проводити політику «слабкої» чи «сильної» гривні тому, що у кожній з цих політик є свої позитивні та негативні фактори, але оптимальної позиції з цього приводу немає. Є тільки різниця між впливом даної політики на різні галузі, сектори, сегменти, або ж економічні території. Курс валют має багатофакторний вплив на економіку будь якої країни, та ще жоден з економістів не зміг відповісти на запитання – яка ж валютна політика краща. Тому потрібно зробити аналіз впливу валютного режиму у розрізі його впливу на окремі економічні системи, що існують в Україні, та завдяки цьому корегувати валютний курс у той, чи інший час. Цей аналіз надасть нашій державі змогу підтримувати у певний період ті галузі виробництва, яким це буде потрібно та, в свою чергу, підвищить макроекономічні показники.

Список літератури: 1. *Крючкова І.* Макроекономічні наслідки зміцнення гривні // Вісник НБУ. – 2001. – № 9. – С. 7–9. 2. *Журавка Ф.О.* Валютна політика в умовах трансформаційних змін економіки України: Монографія. – Суми: Ділові перспективи; ДВНЗ "УАБС НБУ", 2008. – 334 с. 3. Офіційний сайт НБУ [Електронний ресурс]/Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua>. 4. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]/Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/> 5. Seeking friendlier guards//The Economist. -2006.- Vol.Economist. -2006.- Vol.379, №8473.- P.77.

Надійшла до редколегії 15. 10. 2012

УДК 338.2

Переваги та недоліки політики «слабкої гривні» / Белінський Я. І. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 10–14. – Бібліогр.: 5 назв.

В статье рассматривается влияние валютного курса на экономические системы, проанализировано влияние самого валютного курса на экономику. Сделана попытка выявить, какой из режимов валютного курса является наиболее подходящим для Украины.

Ключевые слова: валютный курс, слабая гривна, валютная политика, экономические системы.

In this article the influence of the currency exchange rate to economic system and the influence of the exchange rate to the economy are examined. Author has attempted to identify which of the exchange rate regimes is the most appropriate to Ukraine.

Keywords: exchange rate, soft currency, monetary policy, economic systems.

УДК 336.663

Б 722

Н. В. БОБКОВА, соискатель, Старооскольский технологический институт,
Э. А. КАРПОВ, канд. экон. наук, проф., Старооскольский технологический институт.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ СОСТОЯНИЯ ОВЕРТРЕЙДИНГА ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОМОЩЬЮ МЕТОДА АЛЬТМАНА

Целью данного исследования является проецирование метода Альтмана на процесс анализа финансового состояния предприятия при выявлении овертрейдинга, определение целесообразности применения данного метода для оценки стадии вхождения предприятия в овертрейдинг.

Ключевые слова: анализ финансового состояния предприятия, метод Альтмана, овертрейдинг.

Введение. Овертрейдинг – это состояние предприятия, когда оно имеет недостаточно оборотного капитала для поддержания большого объема продаж. Даже функционируя внешне прибыльно, компания имеет серьезные проблемы с ликвидностью и нуждается в кредитовании, чтобы выжить. Основными признаками овертрейдинга являются: быстрое увеличение товарооборота, стоимости оборотных и, возможно, фиксированных активов (основных средств); незначительное увеличение (или отсутствие такового) собственного капитала компании. Дополнительный прирост активов финансируется за счет кредитов [2, 6].

Цель исследования. Овертрейдинг не возникает неожиданно, чаще всего компания сталкивается с проблемой ликвидности постепенно, но он может привести к банкротству. Вовремя обратив внимание на нехватку ресурсов, на периодически повторяющиеся кассовые разрывы, рост их объемов и сложности в процессе выхода из рискованных ситуаций, овертрейдинга можно избежать.

Единая методика определения состояния овертрейдинга в настоящее время не разработана, многие компании и инвесторы применяют известные методы

оценки финансового состояния предприятия и вероятности банкротства. Рассмотрим возможность оценки состояния овертрейдинга предприятия с помощью распространенного в литературе метода Альтмана.

Изложение основного материала. Уравнение Альтмана включает пять переменных коэффициентов, способных предсказать банкротство:

$$Z = 1,2 \cdot x_1 + 1,4 \cdot x_2 + 3,3 \cdot x_3 + 0,6 \cdot x_4 + 0,999 \cdot x_5$$

где Z – надежность, степень отдаленности от банкротства. [5]

Коэффициенты, x_1 , x_2 , x_3 , x_4 , x_5 – относительные показатели, полученные из данных по балансу и отчету о прибылях и убытках предприятия на определенную дату (см. таблицу 1).

Таблица 1. Коэффициенты уравнения Альтмана

Коэффициент	Расчет	Экономический смысл	Множитель
x_1	Отношение оборотного капитала к величине всех активов	Отношение текущих активов к общей сумме активов показывает степень их мобилизации (то есть, как быстро можно превратить их в высоко ликвидные денежные средства)	1,2
x_2	Отношение нераспределенной прибыли и фондов специального назначения к величине всех активов	Чаще всего используется балансовое значение накопленного капитала за конкретный период. Показатель отражает способность к самофинансированию	1,4
x_3	Отношение финансового результата от продаж к величине активов	Отражает рентабельность активов в конкретном периоде	3,3
x_4	Отношение собственного капитала к заемному	Показатель отражает долю собственных средств в пассивах организации, то есть показывает уровень финансовой устойчивости организации	0,6
x_5	Отношение выручки от продаж к сумме всех активов	Является одним из показателей деловой активности компании, показывает оборачиваемость активов	1

Предполагаемая вероятность банкротства в зависимости от значения Z -счета Альтмана составляет:

- 1,8 и менее – очень высокая;
- от 1,81 до 2,7 – высокая;
- от 2,71 до 2,9 – существует возможность;
- от 3,0 и выше – очень низкая. [1, 3]

Рассмотрим ниже пример расчета показателя Альтмана, основываясь на данных предприятия ООО «Н» (оптовая торговля промышленными товарами) за год с промежуточными квартальными итогами (см. таблицу 2).

Таблица 2. Расчет коэффициента надежности Альтмана

1	статьи	Период*			
		31 марта	30 июня	30 сентября	31 декабря
1	2	3	4	5	6
ООО "Н"	Внеоборотные активы	352 125	353 374	355 969	463 481
	Оборотные активы	1 396 977	1 898 948	2 215 669	2 143 787
	в том числе				
	запасы	294 496	393 031	458 489	277 616
	дебиторская задолженность	557 969	379 662	339 511	501 485
	краткосрочные фин вложения	528 836	1 093 216	1 415 227	1 364 652
	денежные средства	15 676	33 039	2 442	34
	ИТОГО актив баланса	1 749 102	2 252 322	2 571 638	2 607 268
	Капитал и резервы	6 061	6 693	5 949	4 035
	Долгосрочные обязательства	476 424	665 353	663 400	675 735
	Краткосрочные обязательства	1 266 617	1 580 276	1 902 289	1 927 498
	в том числе				
	займы и кредиты	735 729	827 120	890 611	975 466
	поставщики	526 761	748 703	1 005 706	922 328
	персонал	948	1 571	2 549	2 733
	бюджет и внебюджетные фонды	3 179	2 882	3 423	26 971
	ИТОГО пассив баланса	1 749 102	2 252 322	2 571 638	2 607 268
	Выручка	742 097	1 404 035	2 272 715	2 662 668
	Себестоимость	675 552	1 281 977	2 090 183	2 452 967
	Валовая прибыль	66 545	122 058	182 532	209 701
	Коммерческие расходы	24 087	47 288	74 244	93 651
	Прибыль от продаж	42 458	74 770	108 288	116 050
	прочие доходы	2 873	12 031	29 785	116 419
	прочие расходы	24 239	31 625	52 029	135 512
	проценты к уплате	18 108	51 281	82 176	96 890
	Прибыль до налогообложения	2 984	3 895	3 868	67
	сумма налога	905	1 184	1 199	14
	Чистая прибыль	2 079	2 711	2 669	53
1,2	X1	0,7987	0,8431	0,8616	0,8222
1,4	X2	0,0035	0,0030	0,0023	0,0015
3,3	X3	0,0243	0,0332	0,0421	0,0445
0,6	X4	0,0035	0,0030	0,0023	0,0015
1	X5	0,4243	0,6234	0,8838	1,0212
итог с мно-жителем	показатель с коэффициентом X1	0,9584	1,0117	1,0339	0,9867
	показатель с коэффициентом X2	0,0049	0,0042	0,0032	0,0022
	показатель с коэффициентом X3	0,0801	0,1095	0,1390	0,1469
	показатель с коэффициентом X4	0,0021	0,0018	0,0014	0,0009
	показатель с коэффициентом X5	0,4243	0,6234	0,8838	1,0212
	значение Z-показателя Альтмана	1,4697	1,7506	2,0612	2,1579

* данные по бухгалтерской отчетности представлены нарастающим итогом.

Финансовое состояние предприятия в примере по шкале Альтмана можно оценить как неблагополучное, значение коэффициента в рассматриваемом пе-

риоде колеблется, и вероятность банкротства меняется от «очень высокой» до «высокой». В целом по итогам работы предприятие попадает в категорию с высоким уровнем риска. Однако следует отметить, что уровень ликвидности по данным бухгалтерской отчетности соответствует нормативу, показатель отношения оборотных активов к краткосрочным обязательствам превышает 1. Также предприятие демонстрирует достаточно высокую оборачиваемость активов, по итогам года сумма выручки полностью покрывает их общую стоимость, то есть период оборачиваемости активов приблизительно равен 365 дням. Это говорит о высокой деловой активности предприятия.

Необходимо также принять во внимание тот факт, что адаптированная к применению в российской экономике формула Z-показателя Альтмана, немного отличается от оригинала. При расчете x_4 в качестве собственного капитала в США применяли рыночную стоимость акций. В нашей стране оценить данный показатель достаточно сложно, поэтому методика расчета была изменена. Весовые коэффициенты имеют диапазон по отраслям, а показатели финансовой устойчивости и рентабельности находятся в обратно пропорциональной зависимости. Чем больше доля собственных средств в пассиве баланса предприятия, тем выше финансовая устойчивость, но наоборот – меньше значение рентабельности собственного капитала. Исходя из этого, задачу финансового менеджмента на предприятии можно определить как обеспечение приемлемого уровня финансовой устойчивости при достаточном уровне рентабельности собственного капитала [1].

В рассмотренном примере предприятие, имеющее высокий уровень деловой активности при минимальном размере собственного капитала, находится в овертрейдинге. Причем это состояние – близко к банкротству. Формула Альтмана без дополнительных коэффициентов позволила выявить недостатки. Акцент в этой методике делается преимущественно на рентабельность активов и финансовую устойчивость предприятия, а не на ликвидность (определяющий фактор для выявления овертрейдинга), но применение Z-показателя Альтмана для оценки состояния овертрейдинга является обоснованным.

Однако в современной литературе считается, что применение формулы Альтмана уже не актуально. Формулу Альтман вывел в 1968 году, когда институциональные инвесторы пытались оценить риски своих вложений, и не было в тот период общей методики проведения таких оценок. Альтман проанализировал

статистику банкротств в США, выделил наиболее представительные финансовые параметры и объединил их в средневзвешенную сумму, которую потом и про-нормировал. Но он не проанализировал распределение финансовых параметров, которые возникают в тех или иных отраслях и не провел сопоставимый анализ и классификацию уровней факторов. Параметры в формуле Альтмана меняются от отрасли к отрасли и от страны к стране. Поэтому, было разработано много дру-гих методик оценки вероятности банкротства предприятий.

Например, учёными Казанского государственного технологического уни-верситета была предложена методика расчёта показателей отдельно для каждой отрасли:

- промышленность (машиностроение) (см. таблицу 3);
- торговля (оптовая и розничная) (см. таблицу 4);
- строительство и проектные организации;
- наука (научное обслуживание) [4].

Наиболее распространенными являются первые две группы предприятий при оценке вероятности банкротства. Поэтому ниже приводим таблицы значе-ний показателей, полученных в результате исследований ученых.

Для упрощения анализа, мы не приводим расчет прочих показателей из данных в вышеуказанном примере, только обращаем внимание на изменения в диапазоне Z-показателя Альтмана для торговых предприятий.

Таблица 3. Значения критериальных показателей
для оценки предприятий промышленности

№	Наименование показателя	Значение показателей по классам		
		1 класс	2 класс	3 класс
1	Соотношение заёмных и собственных средств	<0,8	0,8 – 1,5	>1,5
2	Вероятность банкротства (Z – счёт Альтмана)	>3,0	1,5 – 3,0	<1,5
3	Общий коэффициент покрытия (лик-видность баланса)	>2,0	1,0 – 2,0	<1,0

Таблица 4. Значения критериальных показателей
для оценки предприятий торговли

№	Наименование показателя	Значение показателей по классам		
		1 класс	2 класс	3 класс
1	Соотношение заёмных и собственных средств	<1,8	1,8 – 2,9	>3,0
2	Вероятность банкротства (Z – счёт Альтмана)	>2,5	1,0 – 2,5	<1,0
3	Общий коэффициент покрытия (ликвидность баланса)	>0,8	0,5 – 0,8	<0,5

Классификация показателя Альтмана по группам риска для торговых предприятий является более «лояльной», чем для промышленных предприятий. И это справедливо, так как торговое предприятие может эффективно работать, не имея при этом в собственности значительного количества основных фондов (внеоборотных активов) и для него важны показатели мобильности капитала и прибыльность оборотных средств. Главное – найти баланс между ликвидностью и рентабельностью, чтобы избежать овертрейдинга и как следствие – банкротства в долгосрочном периоде.

Возвращаясь к вышерассмотренному примеру, отметим, что с учетом специфики отрасли предприятие попадает в среднюю группу риска и «балансирует» между высокой и низкой вероятностью банкротства. А это означает, что стадия овертрейдинга не приравнивается к банкротству. Можно избежать фолла, применив ряд мер по устранению финансовых разрывов и повышению эффективности работы предприятия.

Выводы:

- 1) метод расчета вероятности банкротства Альтмана при оценке овертрейдинга является приемлемым и целесообразным, но с учетом специфики отрасли и адаптации к российской экономике;
- 2) использование метода Альтмана имеет оценочные основания для диагностирования овертрейдинга и может успешно применяться как в промышленности, так и в торговле;
- 3) кроме того, важно оценивать ликвидность предприятия, если наблюдается высокий уровень деловой активности исходя из некоторых коэффициентов в формуле Альтмана, чтобы диагностировать овертрейдинг на ранней стадии и избежать дальнейшего усугубления финансовой ситуации в ведении бизнеса.

Список литературы: 1. Анализ финансового состояния компании: основные положения методики // <http://www.alt-ivest.ru/library/finanalysis/finmethod/art118.htm>. 2. Бобкова Н.В., Карпов Э.А., Управление овертрейдингом развивающихся торговых сетей. Материалы III научно – технической конференции ОАО «ОЭМК» 25 марта 2010 г., г. Старый Оскол, ОАО «Оскольский электрометаллургический комбинат», с. 196 – 201. 3. Зинкович С. расчет пределов по формуле Z Альтмана // <http://ladybiznes.ru/2009/06/raschet-predelov-po-formule-z-altmana/> 4. Недосекин А. КГ «Воронов и Максимов». Применение теории нечетких множеств к финансовому анализу предприятий. // <http://www.aup.ru/articles/finance/8.htm>. 5. Недосекин А.О. IFEL Rus как одна из новых бизнес – парадигм в российской экономической науке. // http://sedok.narod.ru/s_files/2005/8.pdf. 6. Сочнев А. Давать или не давать – вот в чем вопрос, или насколько опасен овертрейдинг. 22.08.2005 г. <http://www.Bankir.ru/technology/article/1364699>.

Надійшла до редколегії 23.08.2012

УДК 336.663

Б 722

Определение состояния овертрейдинга предприятия с помощью метода Альтмана / Бобкова Н. В., Карпов Э. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 56(962). – С. 14–20. – Бібліогр.: 6 назв.

Метою даного дослідження є проектування методу Альтмана на процес аналізу фінансового стану підприємства при виявленні овертрейдингу, визначення доцільності застосування даного методу для оцінки стадії входження підприємства в овертрейдинг.

Ключові слова: аналіз фінансового стану підприємства, метод Альтмана, овертрейдинг.

The aim of this study is Altman method projection on the process of financial condition analysis of a company in identifying overtrading, the definition of the feasibility of this method to assess the stage of company joining overtrading.

Keywords: analysis of the financial state of enterprise, method of Al'tman, overtreyding.

УДК 338. 24: 338. 436. 33

К. В. БОНДАРЕВСЬКА, канд. екон. наук, старший викладач,
Дніпропетровська державна фінансова академія

ОСОБЛИВОСТІ ОПЛАТИ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ В АГРАРНІЙ СФЕРІ

У статті висвітлено характерні особливості оплати і стимулювання аграрної праці на сучасному етапі розвитку економіки; проведено аналіз основних тенденцій в галузі оплати праці; запропоновано шляхи вдосконалення системи матеріального стимулювання працівників сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: оплата праці, матеріальне стимулювання, заробітна плата, фонд оплати праці, премії, доплати, надбавки, продуктивність праці.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку економічних відносин в аграрній сфері актуальним питанням залишається створення ефективної системи оплати і стимулювання праці в галузі сільського господарства.

Недостатня мотивація у сучасних умовах часто негативно впливає на реалізацію сільськогосподарськими підприємствами своїх потенційних можливостей, призводить до масового відчуження людей від результатів трудової діяльності, до зниження продуктивності праці й ефективності використання персоналу [9]. Таким чином, зростання обсягів оплати сільськогосподарської праці та встановлення зв'язку заробітної плати з результатами виробництва сприятиме підвищенню рівня зацікавленості та трудової активності працівників, що здійснюватиме безпосередній вплив на ефективність виробництва.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання оплати та стимулювання праці викликають науковий інтерес дослідників вже досить давно. Серед зарубіжних вчених особливо слід відзначити праці К. Маркса та Д. С. Сінка, у яких надаються концептуальні основи заробітної плати як ціни робочої сили, а також сутнісні характеристики взаємозв'язків оплати та результативності (продуктивності) праці [4, 8]. Серед вітчизняних вчених особливий внесок в розвиток

наукової думки стосовно питань оплати праці зробили А. Г. Бабенко, О. А. Грішнова, В. С. Дієсперов, А. М. Колот, М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк та інші [1, 2, 4, 9].

Однак, окремі питання щодо характерних особливостей політики оплати праці та матеріального стимулювання працівників в сучасних умовах є недостатньо дослідженими. Зокрема, потребують подальшого вивчення та обґрунтування проблеми формування ефективної системи оплати та стимулювання праці на підприємствах аграрної галузі в умовах динамічного розвитку соціально-трудових відносин.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення сучасних тенденцій в галузі оплати сільськогосподарської праці, а також обґрунтування шляхів вдосконалення системи оплати та стимулювання працівників аграрних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Згідно Закону України «Про оплату праці», заробітна плата являє собою винагороду, обчислену, як правило, у грошовому виразі, яку за трудовим договором роботодавець виплачує працівникові за виконану ним роботу. При цьому розмір заробітної плати залежить від складності та умов виконуваної роботи, професійно-ділових якостей працівника, результатів його праці та господарської діяльності підприємства [5]. На рівень оплати праці в сільському господарстві впливає валовий прибуток як кінцевий результат діяльності підприємства.

Однак заробітна плата складає лише частину доходу працівника, який може становити також дохід від власності, підприємницької діяльності, соціальні доходи (пенсії, стипендії, субсидії). Останні мають не всі працівники підприємства.

Фонд оплати праці аграрного підприємства поділяється на три частини: фонд основної, додаткової заробітної плати, заохочувальні та компенсаційні виплати. Основна заробітна плата – це винагорода за виконану працівником роботу з урахуванням кількості та якості виробленої продукції. Вона встановлюється у вигляді тарифних ставок та відрядних розцінок для робітників; посадових окладів для службовців та керівників. Додаткова заробітна плата являє собою винагороду за працю понад установлену норму, за винахідливість, трудові успіхи, особливі умови праці тощо. До цієї категорії належать премії, що пов'язані з виконанням виробничих завдань і функцій; доплати і надбавки. Інші заохочувальні та компенсаційні виплати включають грошові винагороди у формі виплат за під-

сумками роботи за рік, премії за високі показники в роботі, компенсаційні та інші матеріальні виплати, які провадяться понад встановлені норми. Наприклад, основними критеріями мотивації та стимулювання праці сільськогосподарських працівників на збиранні врожаю зернових є показники своєчасного і якісного збирання, рівень досягнутої урожайності, валового збору, виконання сезонного завдання тощо [6].

Основою формування та диференціації розмірів заробітної плати є тарифна система, застосування якої має свої особливості в залежності від галузі рослинництва чи тваринництва. Так, оплата праці на сільськогосподарських роботах в рослинництві проводиться з урахуванням розцінок за центнер виробленої продукції або за одиницю виконаної роботи. Для розрахунків із працівниками, що зайняті на роботах із захисту рослин, що пов'язані зі шкідливими умовами праці, тарифні ставки та посадові оклади підвищуються на 12 % (за фактично відпрацьований час на подібних роботах).

Норми виробництва продукції, встановлені в галузі тваринництва, розробляються, виходячи з конкретних умов виробництва з урахуванням рівня продуктивності тварин, досягнутого за останні три роки. При цьому вони розраховані таким чином, щоб не допустити випереджаючого росту оплати праці порівняно з її продуктивністю. Слід зазначити важливість додаткового стимулювання працівників-тваринників через низьку привабливість праці в цій галузі, а також її трудомісткості. Так, ТОВ АФ «ім. Горького», що знаходиться у Новомосковському районі Дніпропетровської області, застосовує поквартальне преміювання робітників тваринницьких ферм за збереження та прирости поголів'я, а також додаткову натуральну оплату праці у вигляді зерна за планово виготовлену продукцію.

Ефективним інструментом матеріального стимулювання працівників аграрних підприємств є додаткова оплата за перевиконання сезонних завдань або змінних норм продуктивності за підвищеними розцінками. Також доцільним є стимулювання працівників за виконання сезонних завдань у визначений термін (табл. 1).

Отже, впровадження оплати за виконання та перевиконання виробничих завдань є ще одним елементом ефективної системи матеріального стимулювання.

Таблиця 1. Приклад додаткової оплати за виконання сезонного завдання на збиранні зернових [6]

Виконання сезонного завдання, %	Доплата до загального фонду оплати праці, нарахована на збиранні зернових, %
100	10
До 110	15
До 115	20
Понад 120	30

Слід зазначити, що в галузі сільського господарства широко застосовується не лише грошова форма оплати, а й натуральна. При цьому роль останньої постійно зростає в умовах скрутного фінансового становища багатьох підприємств. Натуральна оплата праці використовується в умовах розрахунків із сезонними працівниками на роботах зі збирання врожаю цукрових буряків, картоплі, плодово-овочевих культур. Питома вага виробленої продукції, що розподіляється на натуральну оплату праці, відображається в Положенні про оплату праці аграрного підприємства, що затверджується на загальних зборах трудового колективу. На більшості сільськогосподарських підприємств Дніпропетровського регіону заробітна плата у натуральному вигляді виплачується лише у виняткових випадках, за наявності письмової заяви працівника, в межах не більше 30 % заробітної плати, бажаною для працівника продукцією за цінами на рівні собівартості продукції підприємства.

Сільськогосподарська праця має свою специфіку, яка впливає на її оплату. Адже за умови однакових витрат існує ймовірність отримання різних кінцевих результатів діяльності, що залежить від родючості ґрунтів, застосування сортового матеріалу та добрив, природно-кліматичних умов, проявів сезонності. Характерною особливістю аграрного виробництва також є те, що працівнику високої кваліфікації протягом року треба виконувати різні роботи, які відносяться до різних розрядів і відповідно одержувати різну оплату (4). Всі ці фактори слід враховувати при організації системи оплати праці.

Наразі позитивним фактором розвитку економічних відносин в аграрній галузі Дніпропетровського регіону є поступове зростання рівня заробітної плати (табл. 2).

Так, середньомісячна заробітна плата сільськогосподарських працівників у 2011 році порівняно з 2005 роком зросла як по Дніпропетровському регіону (в 3,5 рази), так і по Україні (в 4,3 рази). Показник оплати праці по Дніпропетров-

ській області перевищує відповідний показник по Україні (так, у 2011 році заробітна плата за місяць на сільськогосподарських підприємствах Дніпропетровської області була більшою за відповідний показник по Україні на 3,9%). Однак, слід враховувати той факт, що ці статистичні дані являють собою лише номінальну зміну заробітної плати. Зростання цін та інфляційні коливання нівелюють підвищення середньомісячної заробітної плати штатних працівників, негативно впливаючи на рівень доходів та рівень життя сільського населення.

Таблиця 2. Динаміка середньомісячної заробітної плати
в галузі сільського господарства (грн.)

Роки	Україна		Дніпропетровська область		
	всього	до 2005 року; %	всього	до 2005 року; %	до показників по Україні; %
2005	415	100	521	100	125,5
2006	553	133,3	682	130,9	123,3
2007	733	176,6	879	168,7	119,9
2008	1 077	259,5	1 279	245,5	118,8
2009	1 206	290,6	1 347	258,5	111,7
2010	1430	344,6	1577	302,7	110,3
2011	1801	434,0	1872	359,3	103,9

Джерело: розраховано за матеріалами статистичного збірника «Праця України у 2011 році» –К.: Державний комітет статистики України, 2012. – 343 с.

Проаналізувавши оплату праці на підприємствах різних форм власності, слід зазначити, що найвищий її рівень був на підприємствах комунальної форми власності (2 458 грн.), товариствах з обмеженою відповідальністю (1 867 грн.) та відкритих акціонерних товариствах (1 866 грн.); найменший – у приватних підприємствах (1 597 грн.). Це явище зумовлюється тим фактом, що керівництво приватних підприємств скорочує витрати на оплату праці, застосовує політику економії витрат на робочу силу з метою максимізації прибутку. В свою чергу комунальні підприємства, товариства з обмеженою відповідальністю та відкриті акціонерні товариства, як правило, орієнтуються на персонал в якості ключового фактору розвитку виробництва, забезпечуючи відповідне матеріальне та нематеріальне заохочення, соціальні пільги тощо.

Важливим інструментом мотивації для працівників галузі є премії, доплати і надбавки, що входять до фонду оплати праці. В структурі фонду оплати праці найбільшу його частину складає основна заробітна плата, що сприяє здійсненню відтворювальних функцій. Додаткова заробітна плата є своєрідним доповненням, що виконує стимулюючу функцію, заохочуючи працівників до якісного та результативного виконання своєї роботи. Питома вага основної та додаткової оплати праці на аграрних підприємствах регіону протягом останніх років суттєво

не змінилася, що свідчить про відсутність значних змін у структурі фонду оплати праці.

Склад фонду основної, додаткової заробітної плати, а також фонду заохочувальних виплат в галузі сільського господарства України та Дніпропетровського регіону наведено в таблиці 3.

Таблиця 3. Структура фонду оплати праці в сільському господарстві (2011 р.)

Показники	Україна	Дніпропетровська область	в % до показників по Україні
Фонд оплати праці, млн. грн.	12 116	792	6,5
в тому числі:			
фонд основної заробітної плати, млн. грн.	10 142	667	6,6
фонд додаткової заробітної плати, усього, млн. грн.	1 779	117	6,6
з нього:			
доплати і надбавки, %	21,7	22,3	-
премій, %	33,1	33,7	-
Заохочувальні та компенсаційні виплати, всього, млн. грн.	196	8	4,1
з них:			
питома вага матеріальної допомоги, %	24,1	20,3	-
питома вага соціальних пільг, %	9,8	15,8	-
Нараховано за невідпрацьований час, у % до фонду оплати праці	6,0	6,1	-

Джерело: розраховано за матеріалами статистичного збірника «Праця України у 2011 році» – Київ: Державний комітет статистики України, 2012. – 343 с.

В даному випадку склад фонду оплати праці як по Україні, так і по Дніпропетровській області є схожим. Так, фонд основної заробітної плати складає більшу частину загального фонду (83,7 % по Україні, 84,2 % по регіону). У структурі додаткової оплати праці обсяг виплати премій переважає над обсягом доплат і надбавок, що свідчить про позитивні зрушення у напрямку матеріального стимулювання праці. Зазначимо, що у минулому році обсяг доплат і надбавок по Дніпропетровському регіону переважав над виплатами премій за виробничі результати.

В структурі фонду заохочувальних та компенсаційних виплат питома вага матеріальної допомоги перевищує обсяг соціальних пільг (на 14,3 пункти по Україні; на 4,5 пункти по регіону). За невідпрацьований час працівникам галузі було нараховано відповідно 6,0% та 6,1% до фонду оплати праці.

Беззаперечним є той факт, що підвищення заробітної плати та питомої ваги стимулюючих виплат в структурі фонду оплати праці є позитивним фактором розвитку аграрної галузі. Однак, чинником мотиваційного впливу на працівників

це може бути лише тоді, коли існує певна відповідність рівня доходів із загальним рівнем життя населення.

У межах компетенції керівництва аграрних підприємств залишаються такі інструменти побудови ефективної системи стимулювання праці, як встановлення залежності оплати праці від її результатів, раціональний розподіл фонду заробітної плати (частка основної тарифної заробітної плати у середньому має бути не меншою за 70 %), створення ефективної системи преміювання всіх категорій працівників, особливо в такій трудомісткій галузі аграрного виробництва, як тваринництво. Ефективна система матеріального стимулювання праці включає в себе управління процесами прямого грошового стимулювання та непрямого стимулювання праці. Вважаємо, що з метою вдосконалення системи прямого матеріального стимулювання є доцільним широке застосування:

- преміювання працівників за підсумками року («13-та зарплата»);
- преміювання працівників рослинницької галузі за підвищення врожайності;
- преміювання працівників тваринницької галузі за збереження поголів'я тварин та отримання приростів;
- впровадження оплати праці за кваліфікацію (після проходження навчання та освоєння нових виробничих функцій працівнику нараховується відповідна кількість балів; набравши певну їх суму, працівник отримує надбавку за кількість одиниць кваліфікації та рівень майстерності по кожній з них);
- оплата праці за класність, зокрема трактористам-машиністам та водіям;
- підвищення надбавок за стаж (від 5 до 10 років – 5%; від 10 до 15 років – 10%; від 15 до 20 років – 15%; більше 20 років – 20% річного заробітку);
- участь працівників у прибутку підприємства;
- стимулювання впровадження новітніх технологій (зокрема, виплата надбавки за роботу на нових видах сільськогосподарської техніки в обсязі 10-15% від заробітку з урахуванням складності робіт для механізаторів).

У якості основного напрямку покращення непрямого стимулювання праці є вдосконалення соціального пакету, в тому числі:

- безкоштовне (пільгове) харчування працівників в особливо напружені робочі періоди;
- транспортні перевезення працівників, які проживають у віддалених місцях на не мають власного транспорту;

- безкоштовна оранка присадибних ділянок та надання інших сільськогосподарських послуг для працівників, які відзначилися високими результатами в роботі;
- надання безвідсоткових грошових позик працівникам, що мають позитивні результати в роботі;
- оплата лікування, навчання, комунальних послуг для працівників, які відзначилися результатами діяльності або мають великий стаж роботи.

Особливістю стимулюючого соціального пакету є те, що він містить як колективну складову, що надається всім без винятку працівникам з метою забезпечення сприятливих умов праці; так і індивідуальну складову, елементи якої можуть надаватися працівникам, що відзначилися кращими результатами в роботі, мають великий стаж діяльності та значний рівень трудової активності.

Висновки. Таким чином, зростання заробітної плати та підвищення ефективності системи матеріального стимулювання праці є основним завданням на сучасному етапі розвитку аграрної галузі.

Серед шляхів вдосконалення системи оплати та стимулювання праці слід визначити: забезпечення зв'язку заробітної плати з виробничими результатами; підвищення значимості премій, доплат і надбавок в структурі фонду оплати праці; зростання реальних доходів населення; вдосконалення соціального пакету тощо.

Вирішення поставлених питань сприятиме не лише покращенню основних показників діяльності сільськогосподарських підприємств, зростанню продуктивності праці та рентабельності виробництва, але й зниженню рівня плинності кадрів, підвищенню привабливості аграрної праці та рівня життя і добробуту сільського населення.

Список літератури: 1. *Бабенко А. Г.* Мотивація праці як форма прояву соціально-трудових відносин: теоретичний аспект / *А. Г. Бабенко* // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2008. – №2 (27). – Ч. 1 – Серія: Економічні науки. – С. 143-146. 2. *Дієсперов В. С.* Ефективність виробництва у сільськогосподарському підприємстві: Моногр. / *В. С. Дієсперов*. – К.: ННЦ ІАЕ, 2008. – 340 с. 3. *Маркс К.* Заработная плата, цена и прибыль / *К. Маркс*. – М.: Политиздат, 1983. – 63 с. 4. *Малік М. Й., Шпикуляк О. Г.* Кадровий потенціал аграрних підприємств: Управлінський аспект: Моногр. / *М. Й. Малік, О. Г. Шпикуляк* – К.: ННЦ «ІАЕ», 2005. – 370 с. 5. Про оплату праці: Закон України від 24. 03. 1995 № 108/95-ВР (остання редакція від 13. 06. 2012 на підставі 4719-17) [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/108/95-вр> 6. Рекомендації з оплати праці робітників сільськогосподарських підприємств на збиранні зернових культур урожаю 2012 року [Електронний ресурс] – К., 2012. – 68 с. – Режим доступу: www.uapp.kiev.ua/files/ndv-stv/.../Rekomendacii_zhnyva_2012p.doc 7. Статистичний збірник «Праця України у 2011 році» – К.: Державний комітет статистики України, 2012. – 343 с. 8. *Синк Скотт Д.* Управление производительностью. Планирование и оценка, контроль и повышение / *Д. С. Синк*; пер. с англ. . – М.: Прогресс. – 1989. – 528 с. 9. *Ярова В. В.* Заробітна плата у системі соціальних гарантій у сфері праці / *В. В. Ярова* // Економіка та управління АПК: Зб. наук. праць. – Біла Церква, 2010. – Вип. 4 (81). – С. 33-36.

Надійшла до редколегії 20. 10. 2012

УДК 338. 24: 338. 436. 33

Особливості оплати та стимулювання праці в аграрній сфері / Бондаревська К. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 20–28. – Бібліогр.: 9 назв.

В статье отражены характерные особенности оплаты и стимулирования сельскохозяйственного труда на современном этапе развития экономики; проведен анализ основных тенденций в отрасли оплаты труда; предложены пути усовершенствования системы материального стимулирования работников сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: оплата труда, материальное стимулирование, заработная плата, фонд оплаты труда, премии, доплаты, надбавки, производительность труда.

In the article it were reflected the characteristic features of labour payment and stimulation in agriculture on the modern stage of development of economy; it was conducted the analysis of basic tendencies in labour payment sphere; it were offered the improvements' ways of the material stimulation of workers of agricultural enterprises.

Key words: labour payment, material stimulation, earnings (salary), fund of labour payment, bonuses, additional charges, raises, labour productivity.

УДК 681.83

Л. І. ГАЗІНА, магістрант, НТУ «ХПІ»,

П. В. БРІНЬ, канд.. екон. наук, доцент, НТУ «ХПІ».

МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В роботі були представлені та проаналізовані основні проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємств. Описані методи, які стали основою оцінки конкурентного стану підприємства, та визначені основні показники на які спираються дані методи. На основі даних аналізу зроблені висновки та пропозиції щодо удосконалення цих методів.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентна перевага, бенчмаркінг.

Вступ. Однією з головних цілей функціонування будь якого підприємства є максимізація прибутку, та, виходячи з цього, й збільшення масштабів своєї господарської діяльності. Це призводить до боротьби суб'єктів ринку за найбільш вигідні умови виробництва товарів, робіт, послуг, та зростання об'ємів виробництва. В ринковій економіці, на сучасному етапі її розвитку, одним з головних аспектів є конкуренція. Саме вона стимулює постійні розвиток учасників ринку як у плані виробничої діяльності, так і в області управління цією діяльністю.

Конкуренція – це процес суперництва суб'єктів з приводу реалізації ними своїх конкурентних переваг, на конкретному ринку, в конкретний час, для здобуття перемоги або досягнення інших цілей в рамках законодавства або в природних умовах. З поняття конкуренції виходить і поняття конкурентоспроможності. Визначимо поняття конкурентоспроможності підприємства – це здатність організації протистояти на ринку іншим виробникам і постачальникам аналогічної продукції як по ступеню задоволення своїми товарами чи послугами конкретної суспільної потреби, так і по ефективності виробничої діяльності [4, 3].

Аналіз останніх досліджень та літератури. Питаннями управління конкурентоспроможності підприємства займалися такі вчені: С. М. Клименко, О. С. Дуб-

© Л. І. Газіна, П. В. Брінь, 2012

рова, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко., А. В. Вакуленко, Клименко С.М., Довбуш Р. А. [1, 2, 6]; Фатхутдінов Р. А. розглядав такі питання як стратегічний менеджмент та стратегічна конкурентоспроможність підприємства [4, 8]; вивчала основи оцінки конкурентоспроможності Е. А. Іванова [3]; Азоєв Г. Л. акцентував свою увагу на аналізі та практичному виявленні конкуренції [5].

Мета досліджень, постановка проблеми. Визначити та проаналізувати основні методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, та запропонувати можливі шляхи удосконалення цих методів.

Матеріали досліджень. Розглянемо метод оцінки конкурентоспроможності фірми за Жан-Жаком Ламбенем. Даний метод оцінки ґрунтується на понятті конкурентної переваги. Конкурентна перевага – це ті характеристики, властивості товару або марки, які створюють для фірми певну перевагу над своїми прямими конкурентами. Ці атрибути або характеристики, можуть бути різноманітними і відноситися як до самого товару (послуги), так і до додаткових послуг, які супроводжують базову, до форм виробництва, збуту або продажів, специфічним для фірми або товару. Конкурентна перевага може бути зовнішньою, якщо заснована на відмінних якостях товару, які утворюють цінність для покупця за рахунок або скорочення витрат, або підвищення ефективності. Стратегія, що впливає із зовнішньої конкурентної переваги – це стратегія диференціації, яка заснована на маркетингових ноу-хау підприємства, її перевага у виявленні і задоволенні очікувань покупців, незадоволених існуючими товарами [2].

Конкурентна перевага є внутрішньою, якщо вона базується на перевазі фірми щодо витрат виробництва, менеджменту або товару, що створює цінність для виробника, що дозволяє домогтися собівартості меншою, ніж у конкурента. Внутрішня конкурентна перевага – це наслідок більш високої продуктивності, яка забезпечує фірмі більшу рентабельність і більшу стійкість до зниження ціни продажів, що нав'язується ринком або конкурентами. Стратегія, заснована на внутрішній конкурентній перевазі – це стратегія домінування по витратам, яка базується на організаційному й виробничому ноу-хау фірми.

Проводячи аналіз ситуації на конкретному ринку, зручно спиратися на різноманітні конкурентні структури: чиста конкуренція, олігополія, монополістична конкуренція і монополія.

Одним з найважливіших питань в аналізі конкурентоспроможності підприємства за Ж.-Ж. Ламбеном є аналіз реакції конкурентів. Ламбен пропонує проводити аналіз за трьома факторами: ціна, реклама та якість. До цих трьох факторів доцільно додати і якість сервісу та витрати в сфері споживання товару.

Таким чином матриця еластичності конкурентної реакції є ефективним інструментом передбачення, а вибір позиції по відношенню до конкурента займає одне з центральних місць в виборі будь-якої стратегії.

Розглянемо структурний та функціональний методи. Згідно зі структурним підходом оцінити становище можна за рівнем монополізації галузі, тобто за концентрацією виробництва і капіталу, і бар'єрів для компаній, що входять на галузевий ринок. Іншим підходом до визначення критерію ефективної конкуренції є функціональний. Згідно з цим методом найбільш конкурентоспроможними є підприємства, де найкраще організовані виробництво та збут товару, ефективне управління фінансами.

Матричні методи оцінювання конкурентоспроможності фірм, які ґрунтуються на розгляді процесів конкуренції в динаміці. Теоретичною базою цих методів є концепція життєвого циклу товару і технології. Згідно з цією концепцією, будь-який товар чи технологія, з моменту появи на ринку і до зникнення, проходить певні стадії життєвого циклу, який охоплює етапи впровадження, зростання, насичення і спаду. На кожному етапі виробник може реалізувати товар чи продукт цієї технології в тих чи інших масштабах, що об'єктивно позначається на частці ринку та динаміці продажу. До матричних методів належить і SWOT – аналіз (по першим буквам: сила, сильні сторони; слабкість, слабкі сторони; можливість). Ціль – виявлення приваблюючих напрямків маркетингових зусиль, на яких можливо досягти конкурентних переваг та загроз, які погрожують фірмі [6].

Метод інтегральної оцінки. Інтегральний показник рівня конкурентоспроможності підприємства містить два елементи: критерій, що показує ступінь задоволення потреб споживача, і критерій ефективності виробництва [2].

Одним з найсучасніших підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства є метод бенчмаркінгу. Сукупність визначень бенчмаркінгу швидко збільшується, і тому важко сформулювати його точну характеристику. Ціль бенчмаркінгу заключається в тому, щоб на основі дослідження надійно встановити ймовірність успіху підприємства. Одне з визначень бенчмаркінгу характеризує

його як метод виявлення того, що інші роблять краще, та вивчення, удосконалення і застосування методів роботи інших організацій.

Зазвичай бенчмаркінг проводиться за такими параметрами: ринкова частка; якість продукції; ціна продукції; технологія виробництва; собівартість продукції, що випускається; рентабельність продукції, що випускається; рівень продуктивності праці; обсяг продаж; канали збуту продукції; близькість до джерел сировини; якість менеджерської команди; нові продукти; співвідношення світових та внутрішніх цін; репутація фірми.

Бенчмаркінг є надзвичайно корисним інструментом, особливо в ситуації, коли необхідно переглянути внутрішню ефективність діяльності компанії та визначити нові пріоритети діяльності. Зіставлення показників ефективності дає можливість зрозуміти уразливі та раціональні сторони діяльності компанії в порівнянні з конкурентами і світовими лідерами в аналогічній області. Це дозволяє знайти незаповнені ринкові ніші, вийти на ймовірних партнерів по виробничо-технічній кооперації і з'ясувати переваги злиття компаній [5].

Результати досліджень. Переважна більшість методик ґрунтується на виявленні факторів, що визначають конкурентоспроможність господарюючих суб'єктів, при цьому акцент робиться на створенні їх вичерпного переліку. Однак система чинників конкурентоспроможності підприємства є відкритою, а безліч елементів цієї системи – нечіткими. Таким чином, кількість факторів конкурентоспроможності практично нескінченно, отже, як би не був великий їх перелік, він все одно не буде вичерпним, а значить, і заснована на такому неповному переліку оцінка конкурентоспроможності підприємства буде недосконалою.

Визначення конкурентоспроможності підприємства неможливе на базі одного методу. Тому треба чітко розуміти, що постійне проведення аналітичних досліджень, визначення переліку ключових факторів саме для конкретного підприємства, їх аналіз та урахування, в майбутній діяльності – є запорукою ефективної діяльності суб'єкта господарювання.

Висновки. Визначення конкурентоспроможності підприємства є одним з найголовніших інструментів, який використовується для ефективної та прибуткової діяльності фірми. Тому треба постійно та систематично аналізувати ринкову, економічну та технологічну ситуації у галузі, в країні та за її межами.

Список літератури: 1. С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась, Т. В. Омеляненко., А.В. Вакуленко Управління конкурентоспроможністю підприємства. 2. Клименко С.М. Управління конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник. 3. Е. А. Іванова Оцінка конкурентоспроможності підприємства. 4. Р. А. Фатхутдінов Стратегічна конкурентоспроможність. 5. Азоев Г. Л. Конкуренція: аналіз, стратегія та практика 6. Довбуш Р. А. Управління конкурентоспроможністю підприємств : підручник. 7. Кузьмін О. Є., Горбаль Н. І. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Підручник. 8. Р.А. Фатхутдінов Стратегічний менеджмент

Надійшла до редколегії 11. 10. 2012

УДК 681.83

Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств / Газіна Л. І., Брінь П. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 58(964). – С. 28–32. – Бібліогр.: 8 назв.

В работе были представлены и проанализированы основные проблемы оценки конкурентоспособности предприятий. Описанные методы, которые стали основой оценки конкурентного состояния предприятия, и определены основные показатели на которых опираются данные методы. На основе данных анализа сделанные выводы и предложения относительно усовершенствования этих методов.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентное преимущество, бенчмаркинг.

In the article was presented and analysed the basic problems of assessing of competitiveness of companies. It had described methods which became the basis of estimation of the competition state of companies and defined the main indexes which these methods are leaning on. On the basis of data analysis conclusions have been drawn and developed proposals on the improvement of the methods.

Keywords: competition, competitiveness, competitive advantage, benchmarking.

УДК 336.14

Г. В. ГРУШИЦЬКА, ст. викладач, ЧФ НТУ «ХПІ», Чернівці

БЮДЖЕТНЕ ФІНАНСУВАННЯ ДЕРЖАВНОЇ СТРАТЕГІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ

В статті розкрито основні механізми реалізації державної політики, що спрямовані на забезпечення соціально-економічного розвитку регіонів. Виявлено основні причини неефективності діючих механізмів розв'язання проблем регіонів.

Ключові слова: регіон, регіональні стратегії, бюджетні програми

Вступ. На даному етапі здійснення економічних реформ в Україні, актуальним є підвищення рівня децентралізації джерел фінансування регіонального розвитку. Чинна Концепція державної регіональної політики передбачає наближення національного законодавства до норм і стандартів Європейського Союзу, який уже кілька десятиліть досить ефективно здійснює Європейську регіональну політику, побудовану на моделі стійкого розвитку, яка передбачає широкі компетенції регіонів, забезпечені достатніми ресурсами [2]. Відповідно, основною метою діючої Державної стратегії регіонального розвитку є створення умов для підвищення конкурентоспроможності регіонів, забезпечення їх сталого розвитку на сучасній технологічній основі, високої продуктивності виробництва та зайнятості населення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Визначенню сутності конкурентоспроможності регіонів присвячена значна кількість сучасних публіка-

© Г. В. Грушицька, 2012

цій, зокрема вони входять до кола наукових інтересів таких дослідників, як Л. Л. Антонюк, Я.А. Жаліло, Р. Нельсон, М. Портер, О.С. Шнипко та ін. Проблематика бюджетного фінансування регіонального розвитку описується у працях таких зарубіжних вчених, як Р. Агранофф, Ш. Бланкарт, А. Вагнер, Р. Гнейст, Р. Майсгрейв, Ю. Немец, У. Оутс, Ч. Тібу, Л. Штейн, А. Шах та вітчизняних: О. Василика, В. Гейця, В. Кравченка, О. Кириленко, І. Луніної.

Метою дослідження є обґрунтування напрямків бюджетного впливу на реалізацію пріоритетів регіонального розвитку в Україні.

Виклад основного матеріалу. Нині об'єктами регіональної політики стають не лише “проблемні” регіони, а регіони як такі – оскільки, саме регіон є тим рівнем, на якому формується конкурентоспроможність країни, а завдання підтримання та посилення конкурентоспроможності стосується всіх без винятку регіонів. Згідно Державної стратегії регіонального розвитку до 2015 року виконання завдань та пріоритетні напрями регіонального розвитку фінансуватимуться за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, а також інших джерел. Державна фінансова підтримка регіонального розвитку розглядається як одночасне фінансування з державного та місцевого бюджетів. При цьому обсяг коштів з місцевих бюджетів не зменшуватиметься у разі фінансування визначених державою пріоритетів у регіональному розвитку. Щороку в державному бюджеті повинні визначатися обсяги цільових субвенцій на інвестиційні проекти регіонального розвитку, що розподілятимуться відповідно до встановленого Кабінетом Міністрів України порядку.

Частка участі місцевих бюджетів у реалізації Стратегії визначається з урахуванням рівня соціально-економічного розвитку кожного регіону. Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування разом з центральними органами виконавчої влади на договірних засадах беруть участь у співфінансуванні окремих пріоритетних напрямів Стратегії.

Основними інструментами реалізації завдань Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року є угоди щодо регіонального розвитку, програми подолання депресивності окремих територій та державні цільові програми регіональні стратегії розвитку та програми соціально-економічного та культурного розвитку [1]. Нині угоди щодо регіонального розвитку укладено лише з шістьма з 27 регіонів: Донецькою, Львівською, Волинською,

Вінницькою, Івано-Франківською та Херсонською областями (табл. 1). Варто зазначити, що чинні угоди спрямовані передусім на вирішення короткострокових і середньострокових локальних соціально-економічних проблем регіонів та мають в цілому недостатню орієнтованість на довгострокову перспективу [3, с. 10].

Таблиця. Обсяги фінансування укладених угод регіонального розвитку

Області, які підписали угоди регіонального розвитку з КМУ	Строк дії угоди	Джерела фінансування угоди			у % до загальної вартості угоди		
		державний бюджет	місцевий бюджет	інші джерела	державний бюджет	місцевий бюджет	інші джерела
1	2	3	4	5	6	7	8
Донецька	4 роки (2008-2011)	2900165	235983	374257	83	7	11
Львівська	5 років (2009-2013)	1842003	1339081	74809	57	41	2
Волинська	5 років (2010-2014)	1179968	296710	465128	61	15	24
Вінницька	6 років (2010-2015)	1624964	497641	728901	57	17	26
Івано-Франківська	5 років (2011-2015)	601516	237678	221440	57	22	21
Херсонська	3 роки (2011-2013)	173445	123805	816000	16	11	73

Досі не укладено угоди розвитку з регіонами, які найбільше потребують застосування ефективних механізмів та інструментів стимулювання соціально-економічного розвитку, мають відсталу інфраструктуру, несприятливе життєве середовище та в цілому демонструють ознаки депресивності. Пріоритетним є укладання угод з регіонами з високим та середнім рівнем розвитку, у тому числі через порівняно менший обсяг необхідного фінансування проектів в рамках угоди та можливість залучення місцевого капіталу. Спостерігається переважне спрямування укладених угод на вирішення проблем у сфері житлово-комунального господарства, інженерних мереж і локальної інфраструктури, а також серйозна увага до інфраструктурних проектів національного масштабу[3, с. 11].

Спостерігається різна структура джерел фінансування укладених угод. Різняться частка участі держави, а також пропорції інших двох джерел фінансування угод: частки фінансування з місцевих бюджетів та інших джерел фінансування проектів. Такі структурні пропорції пов'язані і з галузевим спрямуванням проектів, і з наявністю потужного приватного капіталу, що потенційно може залучатися до фінансування проектів у рамках угоди.

За умов укладання угоди щодо регіонального розвитку з Кабінетом Міністрів України передбачається спільне фінансування стратегічних сфер, зокрема житлово-комунальної, освіти, охорони здоров'я, сільського господарства, екологічної політики, малого підприємництва, інвестиційної діяльності, розбудови та модернізації інфраструктури. У цілому, попри значний потенціал угод щодо реалізації проектів на регіональному рівні, вони не стали основним інструментом політики розвитку регіонів, як це визначено Державною стратегією регіонального розвитку.

Стратегії розвитку регіонів можуть передбачати такі джерела фінансування заходів у відповідних сферах:

- малого підприємництва – у межах Комплексної програми розвитку та підтримки малого підприємництва регіону з регіонального бюджету;
- демографічного розвитку – у межах державних програм;
- ринку праці та зайнятості населення – кошти Фонду загальнообов'язкового соціального страхування України на випадок безробіття, кошти підприємств, інвестицій та інші джерела фінансування;
- структурних змін економіки – у межах коштів, передбачених на фінансування державних і регіональних програм розвитку в Державному бюджеті України, місцевих бюджетах, за рахунок власних ресурсів суб'єктів господарювання, залучених коштів та інших джерел фінансування;
- розвитку агропромислового комплексу – за рахунок власних коштів суб'єктів господарювання регіону, позичкових ресурсів, коштів державного та місцевих бюджетів, а також удосконалення фінансово-кредитного обслуговування шляхом інтеграції банківського, аграрного та промислового потенціалу;
- розвитку інвестиційних процесів – кошти підприємств та організацій регіону, зовнішніх та внутрішніх інвесторів, державного й місцевих бюджетів;
- інноваційної політики – з державного бюджету, ресурсів підприємств;
- розвитку транспортного комплексу – власні кошти підприємств, а також у межах державних та регіональних програм;
- розвитку торгівлі та побутового обслуговування – залучення інвестиційних коштів здійснюється за рахунок приватного капіталу;

- розширення міжнародного співробітництва – за власні кошти підприємств області, а також кошти місцевих бюджетів;
- освіти – з державного та місцевих бюджетів;
- охорони здоров'я – через удосконалення моделі багатоканального фінансування охорони здоров'я шляхом створення економічних умов діяльності фондів, системи бюджетно-страхової медицини; з державного та місцевих бюджетів;
- житлової політики – за рахунок державних і регіональних програм, залучення власних коштів забудовників;
- житлово-комунального господарства – у межах чинних державних і регіональних програм, а також проведення реформування структури управління житлово-комунальним господарством, запровадження альтернативних форм надання комунальних послуг на базі підприємств різних форм власності, запровадження в практику недержавних джерел інвестування;
- розвитку фінансової інфраструктури та фондового ринку – із власних коштів і ресурсів банківськими й небанківськими фінансовими установами, акціонерними товариствами;
- екологічної політики – заходи передбачені регіональними цільовими програмами – кошти державного та місцевих бюджетів, фондів охорони навколишнього середовища та кошти підприємств.

Важливим завданням є розвиток ринку фінансових послуг, формування мережі регіональних фондів підтримки підприємництва, запровадження ефективного кредитно-гарантійного механізму мікрокредитування суб'єктів малого підприємництва, залучення на прийнятних умовах іноземних кредитних ресурсів для фінансування малих підприємств, а також молодих підприємців-початківців [2].

Джерелами фінансування заходів з реалізації Стратегії за рахунок місцевого бюджету є доходи місцевих бюджетів, що не враховуються під час визначення міжбюджетних трансфертів. Обсяг фінансування заходів, спрямованих на виконання угод щодо регіонального розвитку та програм подолання стану депресивності територій, щороку передбачається у проектах державного та місцевих бюджетів за відповідними програмами. На фінансування усіх програм подолання депресивності територій протягом одного року в державному

бюджеті буде передбачатися сума не менше ніж 0,2 відсотка дохідної частини державного бюджету за відповідний період.

На сьогодні існує суперечність між необхідністю збереження фінансово потужного уряду і розширенням дохідної бази місцевих бюджетів. Українська модель бюджетних відносин характеризується надмірною централізацією фінансових ресурсів. Видатки місцевого самоврядування становлять лише 13 % по відношенню до ВВП, тоді як середній показник по ЄС становить 24 %. Доходи ж місцевих бюджетів взагалі становлять лише 7 % від ВВП. Таким чином, місцеві органи самоврядування мають удвічі більше зобов'язань, аніж ресурсів для їх виконання [4, с. 28]. Зниження значення державних інвестицій як чинника економічного пожвавлення. З метою вивільнення фінансових ресурсів на поточні потреби уряд суттєво зменшив капітальні видатки, обсяг яких в 2009 р. у Зведеному бюджеті України порівняно з попереднім бюджетним періодом зменшився вчетверо – на 30,8 млрд. грн. Як результат, частка капітальних видатків зменшилася до 4,3 % від загального обсягу видатків бюджету, що є критично низьким показником [4, с. 28].

Пріоритетним є формування фінансових джерел на основі державно-приватного партнерства. З кожним новим етапом розвитку регіональної політики дедалі більшої ваги та результативності набували ті напрями й ті окремі проекти, реалізація яких вимагала тісної співпраці з бізнесом. Тобто, сьогодні зрозуміло – ефективне впровадження заходів політики неможливе без діалогу регіональної влади з підприємницьким середовищем. Останнє знайшло втілення у концепції так званого державно-приватного партнерства (ДПП).

Висновки. Для вирішення зазначених проблем необхідно внести зміни до законодавства, що регулює діяльність місцевого самоврядування щодо розмежування повноважень між місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування і їх фінансово-економічного забезпечення.

Необхідними завданнями реформування бюджетного процесу є: удосконалення механізму сплати місцевих податків і зборів шляхом проведення податкової реформи; зміцнення місцевих бюджетів розвитку; підвищення рівня заінтересованості органів місцевого самоврядування у збільшенні обсягу надходжень до державного бюджету; запровадження програмно-цільового методу

формування та виконання місцевих бюджетів, а також практики середньострокового фінансового планування на місцевому та регіональному рівні; розширення доступу органів місцевого самоврядування на ринок внутрішніх та зовнішніх запозичень. Законодавче врегулювання механізму запозичення, що здійснюється органами місцевого самоврядування.

Для удосконалення відносин та закріплення за різними рівнями органів управління певних функцій та відповідних їм фінансальних інструментів, вирішення проблем місцевих бюджетів в Україні науковою базою може стати теорія фінансового федералізму. В Україні необхідно розробити власні критерії застосування фінансового федералізму, що враховували б як досвід інших країн, так і потреби України виходячи з її особливостей.

Список літератури: 1. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 р.: затверджена постановою КМУ від 21.07.2006 р. № 1001. 2. Концепція державної регіональної політики: Затверджена Указом Президента України від 25.05.2001 р. № 341/2001. 3. Стратегії розвитку регіонів: шляхи забезпечення дієвості. Збірник матеріалів «круглого столу» / за ред. С. О. Білої. – К.: НІСД, 2011. – 88 с. 4. Економіка України на шляху від депресії до зростання: джерела, важелі, інструменти. / Я. А. Жаліло, Д. С. Покришка, Я. В. Белінська [та ін.] – К.: НІСД, 2010. – 96 с. 5. Луніна І.О. Державні фінанси та реформування міжбюджетних відносин. – К.: Наукова думка, 2006. – 432 с.

Надійшла до редколегії 20. 10. 2012

УДК 336.14

Бюджетне фінансування державної стратегії регіонального розвитку / Грушицька Г. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 32–38. – Бібліогр.: 5 назв.

В статье раскрыты основные механизмы реализации государственной политики, которые направлены на обеспечение социально-экономического развития регионов. Выявлены основные причины неэффективности действующих механизмов решения проблем регионов.

Ключевые слова: регион, региональные стратегии, бюджетные программы

In article the basic mechanisms of realization of a state policy which are directed on maintenance of social and economic development of regions are opened. Principal causes of an inefficiency of operating mechanisms of the decision of problems of regions are revealed.

Keywords: region, state regulation, regional strategies, budget programs.

УДК 65.012.7

С. Б. ГУДКОВСЬКИЙ, ст. викладач, НТУ «ХПІ»,
Д. Я. ОСТАПЕНКО, студент, НТУ «ХПІ»

ПОДАТОК НА ДОХОДИ ФІЗИЧНИХ ОСІБ В УКРАЇНІ: СУПЕРЕЧКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Стаття присвячена проблемам оподаткування доходів фізичних осіб в Україні. Розглянуто сутність податку на доходи фізичних осіб, існуючі прогалини законодавчої бази. Надано пропозиції з удосконалення порядку розрахунку і сплати податку.

Ключові слова: податок, ставка податку, податкова пільга, загальний оподатковуваний дохід, незалежна професійна діяльність.

© С. Б. Гудковський, Д. Я. Остапенко, 2012

Вступ. Суттєва природа податку, що об'єднує економічні та правові його характеристики, зумовлює складну структуру податкових елементів та характер їх взаємодії. Кожен податок, який існує в певній державі повинен найкращим чином виконувати функції призначенні для задоволення потреб інституту держави і суспільства в цілому та створювати рівномірний податковий тиск за рахунок прямого визначення бази оподаткування. Результати процесу оподаткування дають можливість проаналізувати дієвість податкової системи держави та відображають реальний показник податкового навантаження на процеси діяльності СПД або доходи фізичних осіб.

Важливе значення при оподаткуванні доходів фізичних осіб, які працюють на підприємствах, займаються підприємницькою діяльністю або провадять незалежну професійну діяльність відіграє процес визначення бази оподаткування, до якої буде застосована відповідна ставка податку для нарахування та подальшої сплати податкового зобов'язання з податку податковими агентами та відповідальними особами.

Податок з доходів фізичних осіб в Україні має особливе значення для регіональних органів виконавчої влади, тому що понад 75 відсотків податкових надходжень, або 45 відсотків всіх доходів, які акумулюються в місцевих бюджетах становлять надходження від цього податку.

Прибутковий податок застосовується у всіх країнах світу. Вперше цей податок було введено в Великобританії в 1799 році як тимчасовий захід з метою фінансування військових потреб у війні проти Наполеона. В Україні майже до кінця 80-х років прибутковий податок із громадян стягувався за комбінованою шкалою, хоча офіційна ставка оподаткування визначалась як пропорційна (13 %), насправді існувала прогресивно-регресивна шкала оподаткування. Порядок оподаткування доходів фізичних осіб з 1 січня 2011 року регулюється IV розділом Податкового кодексу України (далі – ПКУ).

Структурні економічні перетворення в країні та процеси змін порядку оподаткування, зокрема, доходів фізичних осіб вирішують цілу низку проблемних питань в Україні щодо сталого забезпечення надходжень податку та зменшення податкового тиску на платників. Ці процеси, які відбуваються в державі надають суттєве полегшення в вирішенні питань оподаткування та спрощують порядок

застосування відповідних елементів податку для подальшого нарахування та сплати податкових зобов'язань. Але, зі зміною порядку оподаткування виникають нові питання та протиріччя в процесі оподаткування, зокрема, доходів фізичних осіб.

Аналіз основних досягнень і літератури. На думку багатьох науковців, які досліджують проблеми процесу справляння податку на доходи фізичних осіб, зміни в законодавстві обумовлюють в першу чергу фіскальну залежність з боку держави, а лише потім регулюючі властивості податку. Зокрема, за твердженням В.М. Суторміної, податок на доходи громадян виконує у фінансовій системі роль макроекономічного стабілізатора та мікроекономічного регулятора, що впливає на прибутковість господарювання та реальні доходи населення.

Теоретико-методологічні засади оподаткування доходів фізичних осіб розроблені в працях таких видатних вчених як А. Вагнер, Д. Кейнс, А. Лаффер, Д. Міль, Ф. Нітті, Д. Рікардо, А. Сміт, які відповідали фінансовим системам держав середньовіччя та відображали особливості їх державного устрою.

Більш пізні наукові розробки були зорієнтовані на відносно стабільні економічні системи розвинутих країн, характерними рисами яких є адаптованість до ринкового середовища, добре відпрацьована нормативно-правова база, високий рівень податкової культури. Тому, при високій науковій цінності, вони не відповідають реаліям оподаткування особистих доходів в пост-соціалістичних країнах.

Дослідженню проблем сучасної податкової системи в цілому, а також податкової політики в сфері оподаткування доходів фізичних осіб присвячені роботи вітчизняних вчених: О. Василика, В. Вишневецького, М. Дем'яненка, С. Каламбет, П. Лайка, В. Мартиненка, А. Поддєрьогіна, В. Синчака, А. Соколовської, Л. Шаблістої, І. Чугунова, С. Юрія та інших.

Мета дослідження, постановка задачі. В сучасних умовах, коли надходження від оподаткування доходів фізичних осіб стають визначальним джерелом формування доходів місцевих бюджетів, малодослідженими залишилися проблемні питання що стосуються процесу оподаткування як доходів громадян, так і доходу, що отримують фізичні особи – підприємці від провадження господарської діяльності, враховуючи нещодавні перетворення у ПКУ. Щодо механізму оподаткування доходів фізичної особи – підприємця (далі – ФОП), то

тут також існує ряд протиріч та невизначеностей, котрі вимагають їх подальшого вирішення.

Однією з особливостей оподаткування доходів ФОП (на загальній системі) є необхідність нарахування авансових платежів які розраховуються підприємцем самостійно, але не менш як 100 відсотків річної суми податку з оподатковуваного доходу за минулий рік, та сплачуються до бюджету в звітному періоді по 25 відсотків щокварталу (до 15 березня, до 15 травня, до 15 серпня і до 15 листопада). В наступному році за звітним податковим роком платником самостійно здійснюється остаточний розрахунок податку на доходи фізичних осіб, згідно з даними, зазначеними в річній податковій декларації, з урахуванням сплачених ним протягом року авансових платежів, на підставі документального підтвердження факту їх сплати. Але, у випадку зменшення суми отриманого доходу у поточному році за будь-який звітний квартал більше ніж на 20 відсотків у порівнянні з розрахованою сумою доходу у минулому році аналогічного періоду платник податку має право зменшити суму авансового платежу, що підлягає сплаті за податкові періоди поточного року, які не наступили, пропорційно зменшенню суми зазначеного доходу.

Проблема у тому, що зменшення суми отриманого доходу скоріш за все супроводжуватиметься зменшенням і обсягу витрат, пов'язаних з господарською діяльністю, а як наслідок розрахована база оподаткування – чистий оподатковуваний дохід – залишиться незмінною. Отже немає необхідності у зменшенні суми авансового платежу у звітних періодах поточного року, які не наступили, оскільки при проведенні остаточного розрахунку суми податкового зобов'язання в кінці звітного року, котру платнику необхідно буде сплатити до бюджету, результатом буде такий же обсяг податку, як і до заниження оподатковуваних доходів року (табл.).

Таблиця. Доходи отримані ФОП від здійснення підприємницької діяльності

Звітний період	2010 рік			2011 рік			2012 рік		
	Всього за рік		I кв	Всього за рік		I кв	Всього за рік		I кв
	План	Факт		План	Факт		План	Факт	
Доходи від господарської діяльності, тис грн.	–	190	60	190	160	47,5	160	–	40
Витрати пов'язані з господарською діяльністю, тис грн.	–	130	35	130	100	22,5	100	–	25
База оподаткування, тис грн.	–	60	25	60	60	25	60	–	15

За даними таблиці видно, що у I кварталі 2011 року спостерігається значне зменшення суми доходів платника податку, отриманих від провадження господарської діяльності ніж в аналогічному періоді 2010 року, відносний показник зменшення більше 20 відсотків: $(100\% - (47\,500,0 / 60\,000,0 \cdot 100\%)) = 20,8\%$

У такому випадку платник податку має право зменшити суму авансового платежу, що підлягає сплаті у наступний строк, пропорційно зменшенню суми зазначеного доходу. Але слід зазначити що зменшились також і витрати, пов'язані з господарською діяльністю, що як наслідок призвело до того, що розрахована база оподаткування – чистий оподатковуваний дохід – залишилася незмінною і становить 25 000,0 гривень. Отже немає необхідності у зменшенні суми авансового платежу у звітному році у період подальшої діяльності ФОП, оскільки при проведенні остаточного розрахунку суми податкового зобов'язання в кінці звітного року, котре платнику необхідно буде сплатити до бюджету, результатом буде такий же обсяг податку, як і в 2010 році, що підтверджує розрахунок, проведений за формулою (1).

$$\text{ПДФО} = (D_{\text{ГД}} - B_{\text{ГД}}) \cdot C_{\text{П}}, \quad (1)$$

де ПДФО – податок на доходи фізичних осіб, грн.;

$D_{\text{ГД}}$ – доходи отримані протягом календарного року від провадження господарської діяльності, грн.;

$B_{\text{ГД}}$ – документально підтверджені витрати, пов'язаними з господарською діяльністю, грн.;

$C_{\text{П}}$ – ставка податку, що використовується, %.

$$\text{ПДФО}_{2010} = (190\,000,0 - 130\,000,0) \cdot 15\% = 9\,000,0 \text{ гривень};$$

$$\text{ПДФО}_{2011} = (160\,000,0 - 100\,000,0) \cdot 15\% = 9\,000,0 \text{ гривень}.$$

У I кварталі 2012 року хоч і відбувається зменшення суми доходів, отриманих від провадження господарської діяльності, але відсоток відхилення не перевищує законодавчо встановлених 20 відсотків (доходи I кварталу 2011 року – 47 500,0 гривень, доходи I кварталу 2012 року – 40 000,0 гривень або 84,2 відсотка). Однак, якщо аналізувати базу оподаткування I кварталів 2011 та 2012 років, та проводити розрахунок суми відхилення податкового зобов'язання, можна зробити висновок, що у I кварталі звітного 2012 року платник сплатить

меншу ніж у 2011 році суму податку, за умови дотримання норм чинного законодавства:

$$\text{ПДФО}_{\text{I кв 2011}} = (47\,500,0 - 22\,500,0) \cdot 15\% = 3\,750,0 \text{ гривень};$$

$$\text{ПДФО}_{\text{I кв 2012}} = (40\,000,0 - 25\,000,0) \cdot 15\% = 2\,250,0 \text{ гривень}.$$

Висновки. З викладеного матеріалу можливо зробити висновок, що найправильнішим та найраціональнішим приводом для зменшення розміру авансових платежів з ПДФО протягом року, на нашу думку, слід вважати значне зменшення бази оподаткування у звітному кварталі поточного року в порівнянні з базою оподаткування за аналогічний квартал минулого року. В разі застосування запропонованого методу ФОП мав би цілком справедливий привід для зменшення суми авансових платежів у майбутніх періодах, а при проведенні остаточного розрахунку сума ПДФО, яка підлягала би до сплати або поверненню платнику, була б незначною.

Список літератури: 1. Андросова О.Ф., Шляхи удосконалення обліку та аудиту податку доходу з фізичних осіб / О.Ф. Андросова, Ю. Є. Аскерова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11. 2. Мулик Т.О., Фаюра Н.Д., та ін.. «Податкова система» навч. пос. – Вінниця, – 2008. 3. Швабій К., Вісник податкової служби України. – 2010. – №6 4. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>

Надійшла до редколегії 12.11.2012

УДК 65.012.7

Податок на доходи фізичних осіб в Україні: суперечки та перспективи / Гудковський С. Б., Остапенко Д. Я. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 38–43. – Бібліогр.: 4 назви.

Стаття посвящена проблемам налогообложения доходов физических лиц в Украине. Рассмотрена сущность налога на доходы физических лиц, существующие недочеты законодательной базы. Предоставлены предложения усовершенствования порядка расчета и уплаты налога.

Ключевые слова: налог, ставка налога, налоговая льгота, общий налогооблагаемый доход, независимая профессиональная деятельность.

This article is devoted to the problems of personal income taxation in Ukraine. The essence of the tax on personal income, existing gaps in legislation. The proposals to improve the calculation and payment of tax.

Keywords: tax, tax rate, tax relief, total taxable income, independent professional activity.

УДК 330.322:338.47

Т. В. ДАВИДОВА, здобувач УКРДАЗТ, старший викладач, МАУП, Харків **АНАЛІЗ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ЗАЛІЗНИЧНОГО** **ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ**

В роботі проаналізовано техніко-економічний стан та функціонування залізничного транспорту, як конкурентоспроможної галузі. Розглянуті перспективні напрямки інвестування залізничного транспорту. Визначені пріоритетні напрямки вкладання інвестиційних ресурсів для подальшого розвитку залізничної галузі.

© Т. В. Давидова, 2012

Ключові слова: інвестиції, залізничний транспорт, інвестиційні ресурси, залізнична галузь.

Вступ. Залізничний транспорт являється однією з провідних галузей економіки країни. Він не тільки задовольняє потреби користувачів у перевезеннях, а ще являється важливим фактором зростання економіки країни в цілому. Залізничний транспорт являється одним з конкурентоспроможних на ринку транспортних послуг, що обумовлено вдалим географічним розташуванням, та низкою переваг серед інших видів транспорту.

Аналіз останніх досліджень На сьогоднішній день питання щодо покращення стану інвестиційної діяльності залізничної галузі стає все більш актуальнішим. Теоретичні піходи та практичні рекомендації цього питання знайшли своє відображення у науковців та практиків таких як: Данько М. І., Дикань В. Л., Зубенко В. О., Калініченко Л. Л., Шевченко С. Ю.

Мета досліджень постає у визначенні пріоритетних напрямків вкладання інвестиційних ресурсів у залізничну галузь.

Результати досліджень. В транспортній системі України залізничний транспорт займає одне з провідних місць. Експлуатаційна мережа залізниць складає майже 22 тис. км. Територією України проходять 3 залізничних транспортні коридори – №№ 3, 5, 9. Через українські порти Ізмаїл і Рені здійснюється взаємодія з пан'європейським коридором №7, який проходить річкою Дунай. Сьогодні довжина національної мережі залізничних транзитних коридорів в Україні складає 3162 км. Це головним чином двоколіїні електрифіковані, обладнані автоблокуванням магістралі, що характеризуються високим рівнем використання технічних засобів. Окрім того розвиваються перевезення по МТК ТРАСЕКА (Європа – Кавказ – Азія).

На залізницях функціонують 1497 залізничних станцій, 55 локомотивних і 48 вагонних депо, 110 дистанцій шляху, 69 дистанцій сигналізації і зв'язку, 44 дистанцій енергопостачання.

За обсягами вантажних перевезень залізничний транспорт України займає четверте місце на Євразійському континенті, поступаючись лише залізницям Китаю, Росії та Індії. Вантажонапруженість українських залізниць (річний обсяг перевезень на 1 км) в 3-5 разів перевищує відповідний показник розвинених європейських країн.

Серед розвинутої транспортної системи до якої входять залізничний, автомобільний, морський, річковий, авіаційний та трубопровідний залізничний транс-

порт (табл.1) забезпечує 82% вантажних перевезень.І майже 50% пасажирських перевезень,(табл.2) здійснюваних всіма видами транспорту[4]

Таблиця 1. Відправлення (перевезення) за видами транспорту, тис.тонн[5]

роки	залізничний: відправлення	залізничний: перевезення	морський	річковий	автомобіль ний	авіаційний	трубопровід ний
2007	415910,7	514192,9	9123,9	15120,6	1255225,3	104,0	195990,7
2008	399679,7	498536,8	8228,2	11293,5	1266598,1	102,1	186797,0
2009	322221,8	391523,4	4652,0	5145,5	1068857,9	85,1	154594,6
2010	357969,1	432897,0	4067,8	6989,5	1168218,8	87,9	153436,6
1011	388715,6	469308,1	4145,6	5720,9	1252390,3	92,1	154971,2

Таблиця 2. Відправлення (перевезення) пасажирів за видами транспорту загального користування, тис. пас.[5]

	Залізничний	Морський	Річковий	Автомобільний (автобуси)	Авіаційний	Трамвайний	Тролейбусний	Метрополітен ний
2007	447093,7	7690,8	1851,6	4173033,7	4928,6	1026812,0	1620966,9	931511,9
2008	445465,7	7361,4	1551,8	4369125,5	6181,0	962702,5	1580384,2	958693,9
2009	425974,8	6222,5	1511,6	4014035,2	5131,2	787013,6	1283382,3	751988,3
2010	427240,6	6645,6	985,2	3726288,6	6106,5	713809,7	1203551,2	760551,2
1011	429784,9	7064,1	962,8	3611829,9	7504,8	797993,6	1346431,5	778253,4

Але, незважаючи на низку переваг, за останні роки у роботі залізничного транспорту є чимало невирішених проблем. Технічний стан залізничного транспорту перебуває в незадовільному стані через великий знос рухомого складу та основних фондів. Для подальшого вдалого розвитку залізнична галузь, як одна з конкурентоспроможних, потребує втілення перспективних державних програм, спрямованих на підвищення ефективності роботи. Але вирішення вищезазначених проблем потребує чималих інвестицій у галузь.

З боку держави було впроваджено Кабінетом Міністрів України від 20.10.2010 № 2174-р Розпорядження «Про схвалення транспортної стратегії України на період до 2020 року»[3], в якому зазначені заходи про оновлення рухомого складу транспорту, а саме:

- формування раціональної структури парку рухомого складу з урахуванням потужності, вантажопідйомності, пасажиромісткості, спеціалізації транспортних засобів;

- пріоритетного оновлення рухомого складу, призначеного для здійснення соціально значущих пасажирських перевезень (пільгових категорій громадян, мешканців сільської місцевості, осіб з обмеженими фізичними можливостями);

- упровадження транспортних засобів, сервісні, технічні та економічні показники експлуатації яких відповідають сучасним європейським вимогам до безпечності, екологічності та енергоефективності транспорту;[3]

За даними Управління взаємодії зі ЗМІ Укрзалізниці «пріоритетним напрямком інвестиційної діяльності залишається оновлення рухомого складу (придбання нового та модернізація наявного парку), на яке буде спрямовано 4 млрд. грн. (50,6% від загальної суми капітальних інвестицій). На придбання нового рухомого складу – 3,1 млрд. грн. За ці кошти залізниці придбають 20 електровозів, 170 пасажирських вагонів, 1860 вантажних вагонів, 6 електропоїздів, 5 рейкових автобусів, 2 автотриси та 23 одиниці колійного рухомого складу [6].

Розглядаючи пріоритні напрямки інвестування, Зубенко В. О. також визначає необхідність інвестування саме рухомого складу, так як його знос по парку Укрзалізниці перевищує 73% [2].

В свою чергу аналізуючи напрямки розвитку інвестиційних процесів на залізничному транспорті Шевченко С. Ю. визначає найбільш пріоритетні як:

- модернізація та оновлення парку пасажирських та вантажних вагонів, електро- і дизельпоїздів, електровозів, колійної техніки;

- впровадження швидкісного руху пасажирських поїздів, із застосуванням вагонів підвищеної комфортності;

- модернізацію ліній, які лімітують пропускну спроможність;

- посилення ремонтної бази рухомого складу, розвиток колійного господарства;

- створення і розвиток логістичних комплексів у найбільш вантажоспоживаючих регіонах України;

- продовження роботи з роботиелектрифікації залізниць, застосування автоматичної системи тягового електропостачання для забезпечення процесу енергозабезпечення тяги;

- оновлення засобів залізничної автоматики на базі створення мікропроцесорних та комп'ютерних систем;
- розвиток мережі цифрових систем передачі даних з подальшим прокладанням волоконно-оптичних ліній зв'язку на основних напрямках залізниць;
- розвиток телекомунікацій і впровадження сучасних інформаційних технологій [7].

Перелічені напрямки інвестиційних процесів охоплюють великий обсяг функціонування залізничного транспорту.

Також значності набуває інвестиційне забезпечення інноваційних проектів яку висвітлюють Данько М. І., Дикань В. Л., Калініченко Л. Л.: «Державна політика повинна бути спрямована на розробку програм щодо: залучення та використання інвестицій у інноваційній сфері, приймання участі в управлінні процесами й ризиками в інноваційній діяльності, підтримки інноваційного потенціалу провідних наукових і конструкторських центрів, а також забезпечення реалізації науково-технічної політики, що відповідає світовому рівню» [1].

Висновки. Залізничний транспорт являється великою інфраструктурною галуззю. Для того, щоб в подальшому залишатися конкурентноспроможною і провідною ланкою економіки країни залізничний транспорт вимагає суттєвих інвестицій. Таким чином проаналізувавши напрямки інвестиційної діяльності дуже складно визначити пріоритетніші, тому що без комплексних заходів неможливе відновлення виробничого потенціалу, економічного зростання галузі, впровадження інновацій.

Список літератури: 1. Данько М.І., Дикань В.Л., Калініченко Л.Л. Підвищення інвестиційно-інноваційного потенціалу промислових підприємств залізничного транспорту в умовах інтеграційних процесів. – Харків: УкрДАЗТ, 2010. – 167 с. 2. Зубенко В.О. Визначення пріоритетності інвестування рухомого складу // Вісник економіки транспорту і промисловості, 2010 №29, с.43-45. 3. Розпорядження «Про схвалення транспортної стратегії України на період до 2020 року»: [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2174-2010-%D1%80> 4. .Офіційний сайт Укрзалізниці [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://uz.gov.ua/about/general_information/. 5. Офіційний сайт Держкомстата України [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/6>. Офіційний сайт Управління взаємодії зі ЗМІ Укрзалізниці: [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://levukrtrans.9bb.ru/viewtopic.php?id=2127>. Офіційний сайт бібліотеки ім. Вернадського [Електронний ресурс]: Режим доступу: nbuv.gov.ua/2009_29/916shev

Надійшла до редколегії 09. 10. 2012

УДК 330.322:338.47

Аналіз інвестиційної привабливості залізничного транспорту України / Давидова Т. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 43–48. – Бібліогр.: 5 назв.

В статье проанализировано технико-экономическое состояние и функционирование железнодорожного транспорта как конкурентноспособной отрасли. Рассмотрены перспективные направления инвестирования железнодорожного транспорта. Выделены приоритетные направления вложения инвестиционных ресурсов для дальнейшего развития железнодорожной отрасли.

Ключевые слова: инвестиции, железнодорожный транспорт, инвестиционные ресурсы, железнодорожная отрасль.

The present study contains an analysis of technical and economic conditions and operation of rail transportation as a competitive branch. The perspective directions of investment in the rail transportation have been studied. The priority investment directions for the further development of the rail transport sector have been defined.

Keywords: investment, rail transportation, investment resources, rail transport sector.

УДК 338.4:37

О. М. ДМИТРЕНКО, аспірант, НТУ «ХПІ»

ОСВІТНІ ПОСЛУГИ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ І ЇХ РЕСУРСНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ

Проведена класифікація і структуризація видів освітніх послуг вищих навчальних закладів, визначені їх соціально-економічні категорії, ресурсне забезпечення та суспільне значення.

Ключові слова: освітня послуга, вищий навчальний заклад, ресурси.

Вступ. Вивчення соціально-економічної сутності освітніх послуг вищого навчального закладу (ВНЗ), як наголошує В.Александров, «вкрай необхідно для пізнання природи суспільних відносин в системі вищої освіти» [1] і пов'язане з важливим завданням управління її ресурсним забезпеченням при плануванні поточної та довгострокової основної, фінансової і маркетингової діяльності ВНЗ.

Аналіз основних досягнень і літератури. При дослідженні сутності освітньої послуги автори часто спираються на трактування поняття «послуга» Ф. Котлером, яке означає «захід або вигоду, які одна сторона в змозі запропонувати іншій і які в основному невідчутні і не приводять до заволодіння чим-небудь» [2]. Але при цьому спостерігається полісемія поняття «освітня послуга», переліки якої в основному відображені у працях вітчизняного вченого Н. Стеблюка [3] і російських дослідників В. Кожухаря [4] та О.Баталової [5]. Ця послуга різними авторами розглядається як процес навчання або сукупність освітньо-виховних процесів, специфічний товар, соціальне або економічне благо, вид або продукт діяльності, комплекс пов'язаних послуг ВНЗ, система знань і вмінь тощо. Такі дефініції підкреслюють багатогранність сутності освітніх послуг і пояснюються різними підходами до їх дослідження: економічним, економічно-соціологічним, маркетинговим, філософським тощо. Тому різноманітність освітніх послуг ВНЗ потребує класифікації і структуризації їх видів, вивчення їх соціально-економічних категорій, впливу на потенціал людської діяльності їх споживачів і суспільного значення.

Мета дослідження, постановка задач. Метою роботи є аналіз соціально-економічної сутності освітньої послуги ВНЗ та визначення її ресурсного забезпечення. Задачами роботи є класифікація видів освітніх послуг, визначення структури, сутності і суспільного соціально-економічного значення освітніх послуг ВНЗ.

Матеріали досліджень. Види освітніх послуг ВНЗ. Дослідження освітньої діяльності ВНЗ показує, що вона базується на процесі надання споживачам освітніх послуг. Насамперед, серед них виділяються за змістом освітньо-професійні та культурно-виховні послуги.

Перші є основними в структурі освітніх послуг ВНЗ і в залежності від мети споживача розподіляються на вищу освіту (в т.ч. і другу) за освітньо-кваліфікаційними рівнями (ОКР); післядипломну освіту; підготовку і атестацію наукових і науково-педагогічних кадрів; підготовку до вступу та до зовнішнього незалежного оцінювання; послуги консультування [6-8].

До структури вищої освіти входять ОКР «молодший спеціаліст», «бакалавр», «спеціаліст», «магістр». Післядипломна освіта включає перепідготовку, спеціалізацію, підвищення кваліфікації, стажування, а її формами можуть бути асистентура, інтернатура, лікарська резидентура, клінічна ординатура тощо. Основними формами підготовки науково-педагогічних працівників (НПП) вищої кваліфікації у ВНЗ є аспірантура (ад'юнктура) і докторантура, де створюються умови для безперервної освіти, здобуття відповідного наукового ступеня, в т.ч. прийому кандидатських іспитів. Основною ланкою в системі атестації кадрів вищої кваліфікації у ВНЗ є спеціалізовані вчені ради. Супутніми при цьому є послуги консультування: наукові, методичні, перекладацькі тощо.

До культурно-виховних послуг ВНЗ відносяться лекції та консультації з питань науки і техніки, культури і мистецтв, спорту і фізичної культури тощо; екскурсії; послуги курсів, гуртків, факультативів, мистецьких колективів, спортивних секцій, семінарів, практикумів а також наукова, культурна, духовна, фізична самоосвіта і підготовка громадян, допомогу у якій надають бібліотеки, видавництва, спортивні і оздоровчі комплекси, концертно-видовищні заходи ВНЗ тощо [8].

Споживачами кожного виду освітньої послуги є відповідно студенти, слухачі, курсанти, екстерни, асистенти-стажисти, інтерни, клінічні ординатори,

лікарі-резиденти, здобувачі, аспіранти (ад'юнкти), докторанти [6-7] та інші зацікавлені споживачі або їх соціальні групи, що формуються за спільними інтересами, уподобаннями, цілями тощо.

За формами надання освітні послуги є стаціонарними (денними та вечірніми), заочними, інтерактивними (дистанційними, в т.ч. E-learning), екстернатом, інтервальними (консультування), самоосвітою (з методичною і інформаційною підтримкою ВНЗ).

В залежності від тривалості надання послуги є довгостроковими (навчання для здобуття ОКР, аспірантура, докторантура); середньостроковими (підготовчі та інші курси, перепідготовка, підвищення кваліфікації, спеціалізація; стажування) та короткостроковими (цикли лекцій, тренінги, інструктажі, консультації, пробне тестування).

Відповідно до виду оплати (джерел фінансування) вони можуть бути умовно безплатні (за рахунок державного або місцевих бюджетів, позабюджетних коштів самого ВНЗ); платні (за кошти юридичних і фізичних осіб) і частково платні (з частковим відшкодуванням витрат).

За інституалізацією результату послуги поділяються на інституціолізовані професійні або культурно-виховні з видачею документів державного зразку або посвідчень суспільного визнання відповідно, а також на не інституціолізовані (без видачі документів).

У табл. наведена класифікація видів освітніх послуг за вказаними ознаками, які до того ж є параметричними при управлінні їх ресурсним забезпеченням при здійсненні оперативного, тактичного і стратегічного управління освітньою діяльністю ВНЗ.

Таблиця. Класифікація видів освітніх послуг ВНЗ

ОЗНАКА КЛАСИФІКАЦІЇ	ВИД ОСВІТНІХ ПОСЛУГ
Зміст	• освітньо-професійні; • культурно-виховні
Форми надання	• стаціонарні; • заочні; • інтерактивні; • екстернат; • інтервальні; • самоосвіта
Тривалість надання	• довгострокові; • середньострокові; • короткострокові
Вид оплати	• умовно безплатні; • платні; • частково платні
Інституалізація результату	• інституціолізовані професійні; • інституціолізовані культурно-виховні; • не інституціолізовані

Одними з основних принципів освіти в Україні є гнучкість і прогностичність системи освіти, її єдність і наступність, безперервність і різноманітність [6]. Реалізація державної політики у галузі вищої освіти забезпечується, в тому числі, і шляхом розширення можливостей для освіти

впродовж життя (концепція «Life Long Learning» – так звана «LLL»). Тому ВНЗ реалізує ці принципи у своїй освітній діяльності шляхом надання споживачам можливостей від підготовки до вступу у ВНЗ до підготовки кадрів вищої кваліфікації, причому ці процеси можуть бути безперервними. При цьому важливим є те, що споживач має можливість самостійно вибрати свою особисту «траєкторію» освіти. Структуру освітніх послуг ВНЗ та послідовність їх отримання (освітні «траєкторії») можна проілюструвати схемою (див. рис. 1). На ній звичайними стрілками показані варіанти освітніх «траєкторій», які споживач обирає особисто, а фігурними стрілками – його можливість окремо скористатись обраною послугою (за умови виконання відповідних нормативних, юридичних та фінансових умов) на будь-якому етапі його власної «траєкторії».

Сутність та категорії освітньої послуги. Навчально-виховний процес у ВНЗ визначається як система організаційних і дидактичних заходів, спрямованих на засвоєння відповідної освітньо-професійної програми певного ОКР та забезпечення патріотичного, морального, духовного, естетичного і фізичного розвитку особи [7]. Серед основних напрямів освітньої діяльності ВНЗ окреме місце займають культурно-освітня та методична робота [6]. Таким чином в процесі надання освітньої послуги ВНЗ забезпечує навчання і виховання споживачів, проводить культурно-просвітницьку роботу, надає можливості для самоосвіти і розвитку особистості.

Отже, аналізуючи сутність освітньої послуги ВНЗ, виділяємо в ній чотири взаємопов'язані процеси: навчальний (або *навчання*), виховний (*виховання*), культурно-освітній (*просвіта*) та самостійна робота споживача (СРС або *самоосвіта*) [6-7], які одночасно є і категоріями цієї послуги.

Основним у ВНЗ є навчальний процес (*навчання*) для здобуття ОКР від молодшого спеціаліста до магістра, післядипломної освіти, підготовки кадрів вищої кваліфікації. Він здійснюється у формах навчальних занять (лекцій; лабораторних, практичних, семінарських, індивідуальних занять; консультацій); СРС; практичної підготовки; контрольних заходів [7].

вання нових знань, умінь та легітимних прав на відповідні види діяльності. Тому освітню послугу дослідники розглядають як інвестиційний товар [10], що має свою ринкову ціну, яка по суті є грошовим еквівалентом наданих споживачеві благ. Отже, навчання можна розглядати як економічну категорію сутності освітньої послуги ВНЗ.

Важливою складовою освітньої послуги є виховна робота, яка спрямована на розвиток людської особистості, формування системи її ціннісних орієнтацій у всіх сферах життєдіяльності (соціальной, культурній, політичній, духовній тощо), усвідомлення та дотримання норм і правил соціальних відносин та загальнолюдської моралі, успішної соціалізації особистості, вміння досягати особистих та колективних цілей, тобто на *виховання* сучасної еліти суспільства [6]. Справедливо відмічають В.Долятовский та О.Мазур, що «особливості освітньої послуги проявляються у тому, що вона надається ... в комплексі із створенням духовних цінностей, перетворенням особистості того, що навчається» [11]. Таким чином процес виховання формує соціальний, культурний, адміністративний, політичний і символічний капітали людини [9, 12], які в сукупності якісно підвищують рівень її потенціалів соціальних відносин та самоуправління [9]. Тому виховання можна вважати соціальною категорією сутності освітньої послуги.

Основними учасниками навчально-виховного процесу із сторони ВНЗ є керівні та науково-педагогічні працівники, співробітники деканатів, кафедр і гуртожитків, вихователі, тренери, працівники бібліотек, інші спеціалісти. До них за рішенням ВНЗ можуть долучатись діячі науки, культури а також представники підприємств, установ, кооперативних та громадських організацій [6]. Максимальний ефект цієї роботи досягається із студентами і слухачами денної форми навчання.

Культурно-освітня робота (*просвіта*) у ВНЗ спрямована на задоволення інших освітніх, культурних, естетичних, духовних, фізичних потреб споживача, формування його культурних і духовних цінностей, фізичного здоров'я, тобто на збагачення його людського, соціального і культурного капіталів, а відповідно і розвитку його особистих потенціалів соціальних відносин, людського та самоуправління [9]. Цей процес організують і здійснюють педагоги, вихователі, керівники творчих колективів, тренери, бібліотекарі тощо. Він поширюється не

тільки на основних споживачів, але і на всіх співробітників університету та їх родини і відіграє важливу соціальну роль. Хоча просвіта має більш виражену культурну природу, вважаємо що її потрібно розглядати одночасно як культурну та соціальну категорії освітньої послуги, тому що загальна культура людини не має суспільної цінності без її успішної соціалізації, довіри до неї і визнання.

В основному дослідники при аналізі сутності освітньої послуги ВНЗ обмежуються тільки вищевказаними трьома її категоріями (наприклад, [10]). Але в сутності цієї послуги присутня ще одна важлива її категорія – *самоосвіта*. Реалізація концепції «LLL» вимагає формування нової стратегії університетів, орієнтованої на всебічне ресурсне забезпечення самоосвіти споживачів. Такі послуги все більше набувають ринкового попиту.

Самоосвіта проявляється як необхідна складова навчання, виховання або просвіти, і реалізується у вигляді СРС. Дійсно, у навчанні за окремими формами самоосвіта має переважне (заочна, дистанційна) або майже абсолютне (екстернат) значення. СРС є обов'язковою категорією навчального процесу у вищій школі, що відображається у нормативних документах (навчальних планах, програмах). Крім цього, освітнім законодавством передбачається самоосвіта громадян, для чого, у ВНЗ «створюються відкриті та народні університети, лекторії, бібліотеки, центри, клуби ...» [6].

Самоосвіта у вихованні (самовиховання) та просвіті приносить споживачеві важливі для нього соціальні та економічні результати. ВНЗ надає їй все необхідне ресурсне забезпечення: кадрове, навчально-методичне, інформаційне. Самоосвіта поєднує процеси навчання, виховання і просвіти у формі СРС, тому її можна розглядати одночасно як економічну, культурну та соціальну категорії сутності освітньої послуги. Цей процес формує відповідні потенціали людської діяльності споживача: людський, майновий, самоуправління, соціальних відносин [9].

Таким чином, соціально-економічну сутність освітніх послуг у ВНЗ і процес їх надання можна схематично представити на рис. 2.

Як видно, освітня послуга ВНЗ є сукупністю процесів навчання, виховання, просвіти та самоосвіти, спрямованих на розвиток особистих потенціалів її споживачів та людського потенціалу суспільства. З точки зору економічної сутності погодимося, що «освітні послуги – це специфічні економічні блага, що надаються особистості для задоволення її різноманітних освітніх потреб і які ста-

новлять взаємну зацікавленість суспільства і кожного індивіда зокрема в їх подальшому використанні в професійній діяльності» [3]. Тому, як відмічає Т. Єкшикеєв, «можна говорити про існування економічної, соціальної і культурної природи (сутності) освітньої послуги» [10].

Отже, можна стверджувати, що освітня послуга ВНЗ є економічною, культурно-просвітницькою і соціально значущою категорією суспільно важливої освітньо-виховної діяльності ВНЗ, яка спрямована на розвиток потенціалу людської діяльності її споживача та людського потенціалу суспільства і реалізується в результаті процесів навчання, виховання, просвіти та самоосвіти її споживачів.



Рис. 2 – Сутність освітніх послуг ВНЗ та процес їх надання

Суспільне значення освітніх послуг ВНЗ. Державною політикою в галузі освіти є визнання її пріоритетною сферою соціально-економічного, духовного і культурного розвитку суспільства [6]. Метою освіти визначені «всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, ... збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу...» [6]. Цим підкреслені багатогранність і суспільне значення освітньої послуги, як основи освіти, в т.ч. і вищої, оскільки під якістю вищої освіти повинно розуміти «сукупність якостей особи ..., що обумовлює здатність задовольняти як особисті духовні і матеріальні потреби, так і потреби суспільства» [6].

ВНЗ впливають на розвиток потенціалу людської діяльності споживачів, виконуючи власну місію з виховання еліти суспільства, і таким чином роблять вагомий внесок у розвиток людського потенціалу суспільства. Суспільство постійно змінює вимоги до рівня якості освітніх послуг ВНЗ та ресурсного забезпечення його освітнього потенціалу шляхом формування як законодавчих вимог, так і ринкового попиту. Таким чином ці процеси мають постійний взаємний вплив, проілюстрований схемою (див. рис.3).

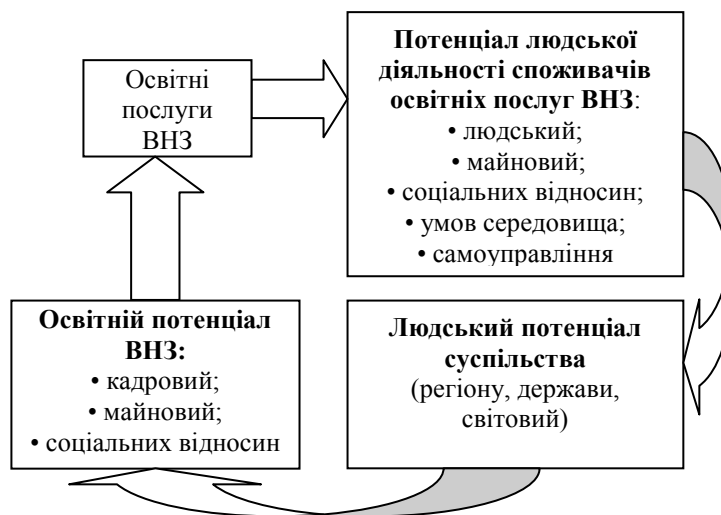


Рис. 3. – Суспільне соціально-економічне значення освітніх послуг ВНЗ

Наберемося сміливості стверджувати, що ці процеси є основою успішної діяльності визнаних університетів впродовж століть. Довгострокова ринкова успішність ВНЗ із надання освітніх послуг залежить від своєчасного оновлення і нарощування їх ресурсного забезпечення. Це завдання стосується не тільки оперативного рівня управлінської діяльності керівництва ВНЗ, а насамперед тактичних і стратегічних управлінських рішень.

Висновки. Проведена класифікація і структуризація видів освітніх послуг ВНЗ. Визначені їх соціально-економічні категорії. Досліджений вплив послуг на потенціал людської діяльності споживачів та їх суспільне значення. Визначене ресурсне забезпечення при плануванні поточної та довгострокової освітньої діяльності ВНЗ.

Список літератури: 1. *Александров В.* Освітня послуга / В.Александров// Економіка України. – 2007. – №3. – С.53-60. 2. *Котлер Ф.* Маркетинг менеджмент /Ф. Котлер, К.Л.Келлер. – Пер. с англ.- 12-е изд. – СПб.: Питер, 2011. – 816 с. 3. *Стеблюк Н.Ф.* Економічна природа освітніх послуг в системі вищої освіти України /Н.Ф.Стеблюк// [Електронний ресурс]: Режим доступу: http://www.rusnauka.com/15_DNI_2008/Economics/33530.doc.htm. 4. *Кожухар В.М.* К определению содержания образовательной услуги /В.М.Кожухар. – Маркетинг в России и за рубежом. – 2005.- №3. – С. 31-41. 5. *Баталова О. С.* Специфика образовательной услуги как основа маркетинговой политики вуза // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. заоч. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.). – Т. II. – Под общ. ред. Г. Д. Ахметовой. – М.: РИОР, 2011. – С. 7-12. 6. Закон України «Про освіту»

[Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?page=1&nreg=1060-12>. 7. Закон України «Про вищу освіту» [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2984-14>. 8. Постанова Кабінету Міністрів України від 27 серпня 2010 р. № 796 «Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися навчальними закладами, іншими установами та закладами системи освіти, що належать до державної і комунальної форми власності» [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=796-2010-%EF>. 9. Заруба В.Я. Системний аналіз впливу людського фактору на інноваційний розвиток економіки / В. Я. Заруба, Н. В. Кузьминчук // Механізм стратегічного управління інноваційним розвитком: монографія за ред. О.А. Біловодської. Суми: Університетська книга. – 2010. – 432 с. 10. Екишкеев Т.К. Развитие конкурентного потенциала вуза на рынке образовательных услуг / Т.К. Екишкеев // Проблемы современной экономики. – 2009. – № 2(30). – С. 375-378. 11. Стратегическое планирование деятельности вуза на рынке образовательных услуг. Монография. / Под ред. В.А. Долятовского, О.А.Мазура. – Ростов-на-Дону-Невинномысск: СКНЦ ВШ-РГЭУ «РИНХ»-НИЭУП. – 2005. – 235 с. 12. Радаев В. В. Понятие капитала, формы капиталов и их конвертация / В. В. Радаев // Экономическая социология: электронный журнал. – 2002. – Том 3. – №4. – С. 20-33. – Режим доступу: <http://ecsoc.hse.ru/pdf/ecsoc011.pdf>.

Надійшла до редколегії 20. 10. 2012

УДК 338.4:37

Освітні послуги вищого навчального закладу і їх ресурсне забезпечення / Дмитренко О. М. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2012. – № 56(962). – С. 48–57. – Бібліогр.: 12 назв.

Проведена классификация и структуризация видов образовательных услуг высших учебных заведений, определены их социально-экономические категории, ресурсное обеспечение и общественное значение.

Ключевые слова: образовательная услуга, высшее учебное заведение, ресурсы.

Classification and strukturization of types of educational services of higher educational establishment is conducted. Also their socio-economical categories, resource providing and social sense are certain.

Keywords: educational services, higher educational establishment, resources.

УДК 658

А. В. ДУДАР, викладач, ДонДУУ, Торезький коледж, Торез

СУЧАСНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

В статті виділені актуальні методи управління підприємством у кризових умовах, підходи до стратегічного планування, що дадуть можливість функціонувати підприємству в умовах кризи з найменшими втратами.

Ключові слова: підприємство, криза, антикризове управління, виробництво, економіка, розвиток.

Вступ. Досліджуючи управлінські технології та інструменти, які найбільш активно застосовуються сучасними компаніями, необхідно відзначити спрямування останніх на вирішення проблем, що формуються під впливом домінуючих протиріч функціонування підприємств, серед яких: суперечності між прагненням керівництва управляти розвитком підприємства на засадах завчасного передбачення та невизначеністю зовнішніх і внутрішніх умов господарювання; протиріччя між ретельністю і творчістю в діяльності співробітників, між прагненням до стійкості розвитку підприємства як системи і його мінливістю, між цілісністю

© А. В. Дудар, 2012

підприємства і свободою його підрозділів; між швидкістю змін зовнішнього середовища і швидкістю реакцій підприємства на такі зміни тощо [1, с. 78].

Аналіз останніх досліджень та літератури. Виявленню проблем функціонування та розвитку підприємств за різних умов присвячено праці багатьох зарубіжних та вітчизняних дослідників. Зокрема, пригадаємо лише окремі дослідження останніх років: в контексті життєвого циклу організації цією проблематикою опікувались Широкова Г. В. та Козирєва Т. П. [2]; методологічні засади управління розвитком підприємства у т. ч. в аспекті вирішення протиріч як джерела розвитку підприємства, розвинуті Раєвською О. В. [1]; можливості використання об'єктних моделей діагностики проблемних ситуацій та їхнього впливу на діяльність підприємства описані у дослідженнях М. Лепи, Р. Лепи, Пушкарь А. [4], Турлакової С. С. [3]. Методологічні аспекти стратегічного планування детально розглянуті в роботах К. С. Боумана, О. С. Віханського, К. А. Волкової, Л. Д. Гітельмана, В. С. Єфремова, А. Кузнєцової, Б. А. Райзберга, М. К. Старовойтова, А. А. Томпсона, Ф. Хедоурі та інших. Методики антикризового управління сформовані й проаналізовані в працях Г. Бірмана, Р. Брейлі, В. М. Іванова, В. В. Ковальова, В. М. Матвєєвої, Р. В. Уотермена, Е. А. Уткіна, Дж. Фіннерті, С. Шмідта та інших. Публікації останніх років з питань розвитку й удосконалення роботи підприємств відбивають системний підхід до розробки стратегії економічного розвитку, ресурсної бази, стан і розвиток зовнішнього й внутрішнього середовища підприємства, орієнтованого на власні можливості, а також антикризові методики. Але необхідно відзначити, що досить широкий спектр теоретичних і практичних розробок в області стратегічного й антикризового управління не дає відповідей на багато питань.

Мета досліджень, постановка проблеми. Головною метою даної статті є виділення актуальних методів управління підприємством у кризових умовах, підходів до стратегічного планування, що дасть можливість функціонувати підприємству в умовах кризи з найменшими втратами, а також узагальнення та характеристика підходів до виявлення проблемних ситуацій підприємства задля визначення основних передумов формування розвитку управління підприємством. Всі підприємства являють собою ринково специфічну систему, в якій товарно-грошові відносини діють як поза нею, так і в ній самій. Кожне підприємство одночасно виступає як продавець створених товарів (послуг) і як покупець необхідних виробничих ресурсів. Водночас кожна ланка-споживач виконує

контрольні функції щодо ланки-виробника (зворотний зв'язок), хоча загальний (підсумковий) контроль належить заключній ланці – споживачу кінцевої продукції. У зв'язку із цим управління підприємствами має сприяти адаптації всіх галузей і ланок до конкретних умов ринкового середовища. Ще важливіше своєчасно вловлювати і сприяти усуненню можливих диспропорцій. А це означає, що слід класти в основу управління внутрікомплексні регулятивні пропорції, сприяти усуненню монополізму промислових і сервісних підприємств. Адаптивність в підприємстві слід розуміти як обов'язковість окремих ланок підпорядковуватись іншим.

Відповідно до вимог нової економічної реальності методика стратегії розвитку підприємства має включати антикризові заходи.

Матеріали досліджень. Сформувані економічний механізм підприємства без визначення в ньому ролі управління і всієї системи менеджменту неможливо. Якщо виходити з того, що всі підприємства це не просто сума пов'язаних галузей, а ієрархічно складний організм, в якому домінує біоекономічна система, то стане зрозумілим, що управляти цією системою, як і організувати менеджментські служби в самій системі, можна за умови, коли будуть враховані особливості управлінських дій, які потребує система.

Поняття "антикризове управління підприємством" виникло порівняно нещодавно – це процес застосування форм, методів і процедур, спрямованих на соціально-економічне оздоровлення фінансово-господарської діяльності підприємця, підприємства, галузі, створення й розвиток умов для виходу з кризового стану економіки регіону або країни в цілому [6, с. 226]. Передусім виділимо основні принципи, на яких ґрунтується система антикризового управління – це рання діагностика кризових явищ у фінансовій діяльності підприємства, терміновість реагування на різні кризові явища, адекватність реагування підприємства на ступінь реальної загрози його фінансовому добробуту, а також повна реалізація внутрішнього потенціалу для виходу з кризи [6, с. 258].

Сьогодні варто згадати, що криза має дві сторони: першу – небезпечну й руйнівну, а другу – спрямовану на поліпшення й зміни, коли стають явними допущені помилки й постає неминуча необхідність їх виправлення. Від прийнятих у цей момент рішень і виконуваних дій залежить, чи виживе підприємство й з якими результатами воно вийде з економічного безладдя. Спроби перечекати

кризу, відклавши плани з розвитку підприємства й виправдовуючи бездіяльність несприятливими умовами – це прямий шлях до банкрутства. Емоційно прийняте рішення про закриття або замороження бізнесу в більшості випадків приведе до захоплення частки ринку конкурентами, що мають стратегічне бачення. Фінансова криза – найкращий час для розвитку підприємництва, захоплення або розширення частки ринку, звільненого його більше слабкими учасниками.

Результати досліджень. Слід зазначити, що стратегічна система управління може істотно впливати на ефективність діяльності підприємства лише тоді, коли її належним чином адаптовано до ринкових умов господарювання. Вдосконаленню управлінської практики посприяв прогрес в оргтехніці і те, що відбувається сьогодні в теорії і практиці управління, називається «тихою управлінською революцією» [5, с. 84]. Загальні проблеми керування, що мають на вітчизняних підприємствах, зв'язані з економічною реформою і переходом до ринкових виробничих відносин, а також із труднощами і макроекономічними помилками, зв'язаними з цим процесом. У цих умовах загальний напрямок підвищення уваги керівників і фахівців підприємств з організаційно-технічних задач на організаційно-економічні питання, з обліком як стратегічних задач, так і локальних проблем.

Безумовно, ніякі інформаційні технології не здатні вирішити весь комплекс різноманітних управлінських проблем. Проте, є багато областей, у яких вони є незамінним помічником менеджера. Наприклад, саме вони дозволяють вирішити проблему вірогідності, оперативності і регулярності управлінської інформації, що дає можливість керівникам вищої, середньої і нижньої ланок приймати більш ефективні рішення.

Висновки. Тільки на основі сучасних систем керування можуть бути вирішені задачі взаємозв'язку виробничих і фінансових аспектів керування підприємством, у результаті чого функції обліку, калькулювання собівартості і фінансового менеджменту будуть цілком відповідати своєму призначенню і сприяти досягненню високих фінансових результатів.

Список літератури: 1. Раєвська О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі. / Н.-д. центр індустр. пробл. розвитку НАН України, Харк. нац. екон. ун-т. – Х.: ІНЖЕК, 2006. – 493 с. 2. Широкова Г. В., Козырева Т. П. Сравнительный анализ проблем на разных стадиях жизненного цикла организации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия «Менеджмент», 2006, Вып. 4. – С. 54-82. 3. Турлакова С. С. Объектная модель выявления проблемных ситуаций в системе управления развитием предприятий // Економічний розвиток. – 2008. – № 1, С. 90-92. 4. Лена Н. Н., Лена Р. Н., Пушкарь А. И. Моделирование процессов управления развитием предприятий: Монография / НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти: Под ред. Н. Н. Лены. – Донецк: ООО «Юго-Восток, ЛТД», 2005. – 448 с. 5. Бойчик І. М. Економіка підприємства / Бойчик І. М.; – К.: Атака, 2004. – 84 с. 6. С. Г. Беляева, В. И. Кошкина :Теория и практика антикризисного управления– М.: ЮНИТИ, 2005.

УДК 658

Сучасне управління підприємством / Дудар А. В. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2012. – № 56(962). – С. 57–61. – Бібліогр.: 6 назв.

В статье выделены актуальные методы управления предприятием в кризисных условиях, подходы к стратегическому планированию, которые дадут возможность функционировать предприятию в условиях кризиса с наименьшими потерями.

Ключевые слова: предприятие, кризис, антикризисное управление, производство, экономика, развитие.

In article actual management methods by the enterprise in crisis conditions, approaches to strategic planning which will give the chance to function to the enterprise in the conditions of crisis with the least losses are allocated.

Keywords: the enterprise, crisis, anti-recessionary management, manufacture, economy, development.

УДК 339.562:346:338.24:339.9:339.16:631.1(477)

Л. М. ЗАКРЕВСЬКА, канд. екон. наук, доц., НУХТ, Київ

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНОЇ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Статтю присвячено проблемам розвитку вітчизняної агропродовольчої торгівлі. Автором досліджено тенденції агропродовольчого експорту України у 1996-2011 рр.; обґрунтовано доцільність проведення політики аграрного протекціонізму. Доведено, що активізація українського агропродовольчого експорту має відбуватися шляхом збільшення кількості високоякісної конкурентоспроможної продукції.

Ключові слова: агропродовольча торгівля, зовнішня торгівля, агропродовольчий експорт, аграрне виробництво.

Вступ. Світова фінансова криза негативно позначилась на розвитку вітчизняної агропродовольчої торгівлі. Входження України в СОТ та глобалізація світової економіки підсилюють необхідність регулювання експортно-імпортних процесів. Постійна ситуаційна нестабільність на світовому продовольчому ринку потребує розробки і використання механізмів адаптованих до кон'юктурних змін у зовнішньому світовому середовищі. Особливо потребують вдосконалення діючі механізми та інструменти державного регулювання експорту-імпорту сільськогосподарської продукції. Це обумовлено перш за все необхідністю забезпечення інтересів держави, конкретного виробника в системі зовнішньоекономічної діяльності України.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Розв'язанню цієї задачі присвячені наукові дослідження багатьох вчених в Україні та за кордоном, а саме: І. Р. Бондара, О. Д. Гудзинського, А. М. Гуменюк, Б. П. Дмитрука, Т. В. Драги, В. В. Зіновчука, О. Г. Івченко, А. М. Кандиби, С. М. Кваші, Н. В. Коваленка, Б. А. Кормич, Н. П. Литвиненко, Ю. В. Макогон, О. В. Мартинюк, Н. М. Міщенко, П. Т. Саблука, В. К. Савчука, В. М. Скупого, А. І. Яворського та інших науковців.

© Л. М. Закревська, 2012

Мета досліджень, постановка проблеми. Вченими недостатньо досліджено як в теоретико-методологічному так і у практичному плані особливості регулювання експортно-імпоротної діяльності АПК України в умовах глобалізації.

Тому метою даного дослідження є обґрунтування та розробка теоретичних положень та практичних рекомендацій для розвитку вітчизняної агропродовольчої торгівлі.

Матеріали досліджень. В Україні система державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності в АПК була започаткована в період отримання нею статусу незалежної держави. Ця система потім доповнювалась і змінювалась залежно від конкретного періоду свого розвитку.

У результаті бурхливої лібералізації зовнішньої торгівлі (у 1993-1995 рр.) вітчизняний ринок, не маючи системи захисту та економічної і адміністративної підтримки, виявився не захищеним від іноземної конкуренції, оскільки українські товаровиробники знаходились в різних умовах порівняно із західними, яким доступні сучасна техніка і технології та значна державна підтримка. Тобто, доступ на український ринок був вільним, тоді як до українських експортерів застосовувались різноманітні торговельні бар'єри, особливо в країнах Західної Європи (окрім сировинних товарів), що поряд з іншими факторами впливало на скорочення обсягів виробництва продукції сільського господарства, харчової промисловості.

Лише з 1996 р. у зовнішньоекономічній політиці України посилились протекціоністські тенденції і держава почала запроваджувати заходи з обмеження імпорتنих поставок продукції.

Сьогодні Україна веде експортні та імпорتنі операції щодо агропродовольства з 50 країнами світу. Позитивне сальдо агропродовольчої продукції сприяє покращенню ситуації зі станом платіжного балансу держави.

За останні десять років частка України в світовому експорті зернових, насіння соняшнику та соняшникової олії суттєво зросла. У структурі українського експорту переважає продукція рослинництва, найбільша частка якої припадає на зернові та соняшникову олію (табл. 1).

Розміри і форми державного регулювання експорту визначаються важливістю товару для економіки країни і для повноцінного забезпечення населення основними продуктами харчування, тому зовнішньоторговельна політика країн в агропродовольчій сфері більшою мірою, ніж в інших галузях, пов'язана з політикою регулювання внутрішнього ринку, а її зміст обумовлений не стільки за-

вданнями оптимізації зовнішньої торгівлі, скільки необхідністю підтримки доходів сільського населення, наповнення внутрішнього ринку на рівні продовольчої безпеки, розвитку сільських територій, а також захисту інтересів споживачів продовольства. Основу сучасної мотивації в проведенні політики аграрного протекціонізму складають не стільки економічні пріоритети, скільки внутрішньополітичні фактори: необхідність захисту інтересів споживачів та задоволення вимог населення щодо забезпечення ринку якісними продуктами. Тому, незважаючи на посилення вимог щодо лібералізації торгівлі в агропродовольчій сфері, на світових товарних ринках діють значні торговельні бар'єри протекціоністського характеру.

Таблиця 1. Агропродовольчий експорт України у 1996-2011 рр. [1]

Роки Товарні групи	1996	2000	2006	2007	2008	2009	2010	2011
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Агропродовольчий експорт, млн дол., у т.ч.:	3048,8	1377,4	4172,6	6287,0	10837,6	9514,9	9935,9	12804,1
I. Живі тварини; продукти тваринного походження, млн. дол.	593,6	366,3	396,5	747,2	796,3	596,0	771,3	936,6
II. Продукти рослинного походження, млн. дол.	867,6	367,9	1950,5	1726,5	5577,4	5034,9	3976,2	5532,0
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження, млн. дол.	185,6	240,1	971,4	1718,0	1945,7	1796,0	2617,3	3396,4
IV. Готові харчові продукти, млн. дол.	1402,0	403,1	1394,4	2056,2	2518,2	2088,0	2571,0	2939,0
Частка агропродовольчого експорту в загальних обсягах експорту, %	21,2	9,5	12,3	12,7	16,2	24,0	19,3	18,7

Аналіз зовнішньої торгівлі м'ясом свідчить, що Україна останнім часом більше ввозила м'яса, ніж вивозила, і як результат – перетворилась з нетто-експортера окремих видів м'яса на нетто-імпортера. Зменшення обсягів експорту і зростання імпорту м'яса в Україні пов'язано в першу чергу зі зменшенням обсягів виробництва на внутрішньому ринку м'яса та падінням його цінової конкурентоспроможності.

Зниження обсягів виробництва м'яса та низький платоспроможний попит населення призвели до зменшення обсягів споживання м'яса та м'ясопродуктів в Україні. У 2011 р. цей показник становив 51,1 кг на одну особу при медичній нормі здорового харчування 82 кг [2].

Недостатня пропозиція м'яса на українському ринку за рахунок внутрішнього виробництва викликає необхідність у його імпорті. Основними постачальниками м'яса в Україну залишаються країни ЄС, Бразилія, які традиційно утримують лідируючі позиції на світовому ринку та з року в рік нарошують обсяги власного виробництва (у 2011 р. більше половини імпорту м'яса надходило з країн Європи).

Розвинені країни, які є вагомими експортерами агропродовольчої продукції, зацікавлені в збереженні робочих місць для свого населення і просуванні своєї агропродовольчої продукції на український ринок. У сучасних умовах національні економіки стають більш відкритими, тому держави повинні враховувати в своїй політиці тісний взаємозв'язок процесів, які відбуваються як всередині економіки країни так і в зовнішньоекономічній діяльності.

Активізація українського агропродовольчого експорту має відбуватися не за рахунок деформації структури національного аграрного виробництва, а шляхом збільшення кількості високоякісної конкурентоспроможної продукції з високим рівнем переробки, тобто експортувати потрібно не агропродовольчу сировину, а продукцію зі значною часткою доданої вартості.

Суттєвим обмежуючим чинником для розвитку вітчизняного агропродовольчого експорту виступає низька якість продукції. Зокрема, в останні роки, згідно з офіційними матеріалами Держспоживстандарту України, бракується і знімається з реалізації більше 50% перевірених м'ясо- і риботоварів, плодоовочевої продукції; майже кожна друга тонна перевірених хлібобулочних, макаронних і кондитерських виробів, борошна та круп, цукру, масложирової продукції, чаю та кави, безалкогольних напоїв і мінеральних вод, яєць курячих; більше третини перевірених молочних продуктів, соків та соковмісних напоїв, продуктів дитячого харчування; близько 30% тютюнових виробів і алкогольних напоїв [3, с. 18].

Існує стійка тенденція щодо експортної орієнтації насіння соняшника (табл. 2), водночас відомо, що соняшник виснажує ґрунти і для відновлення їх родючості після збору врожаю потрібно до 7-8 років. Сьогодні ця норма не виконується, що у ближчій перспективі матиме негативні наслідки для сільського господарства.

Таблиця 2. Експорт соняшникового насіння з України [1]

Роки	Показники	
	тис. тон.	тис. дол. США
2006	229,5	58208,1
2007	370,2	130411,0
2008	97,1	32252,2
2009	727,7	195033,3
2010	409,7	188179,8
2011	406,0	247363,1

Світова економічна криза суттєво впливає на зовнішньоторговельну діяльність агропродовольчого комплексу, на здатність відстоювати національні інтереси. Її вплив проявляється у розбалансуванні зв'язків між партнерами по зовнішньоекономічній діяльності з різних країн, руйнуванні грошово-кредитних зв'язків тощо.

Висновки. Україна не в повному обсязі використовує свій експортний аграрний потенціал, що обумовлено недостатньою конкурентоспроможністю продукції на відміну від інших світових експортерів.

Аналіз досвіду економічно розвинених країн показує, що для успішної інтеграції України до світового агропродовольчого ринку та ефективного використання експортного потенціалу, зусилля держави мають бути направлені на підвищення ефективності аграрного виробництва та досягнення його сталого розвитку.

Список літератури: 1. Статистичний щорічник України за 2011 рік / Держ. ком. стат. України / [за ред. О. Г. Осауленко]. – К.: Консультант, 2011– 519 с. 2. Мінагропрод чекає збільшення експорту і скорочення імпорту м'яса в 2012 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://economics.unian.net/ukr/detail/122704>. 3. Пасхавер Б.Й., Шубравська О.В., Крисанов Д.Ф., Прокопенко К.О. Агропродовольче виробництво у 1990-2009 рр.: тенденції розвитку / Б.Й. Пасхавер, О.В. Шубравська, Д.Ф. Крисанов, К.О. Прокопенко // Економіка АПК. – 2010. – № 9. – С. 12-20.

Надійшла до редакції 10.10. 2012

УДК 339.562:346:338.24:339.9:339.16:631.1(477)

**Перспективи розвитку вітчизняної агропродовольчої торгівлі в умовах глобалізації / За-
кревська Л. М.** // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-
господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2012 . – № 56(962). – С. 61 – 66. – Біб-
ліогр.: 3 назви.

Стаття посвящена проблемам развития отечественной агропродовольственной торговли. Авто-
ром исследованы тенденции агропродовольственного экспорта Украины в 1996-2011 гг.; обоснована
целесообразность проведения политики аграрного протекционизма. Доказано, что активизация укра-
инского агропродовольственного экспорта должна происходить путем увеличения количества высоко-
качественной конкурентоспособной продукции.

Ключевые слова: агропродовольственная торговля, внешняя торговля, агропродовольствен-
ный экспорт, аграрное производство.

The article deals with problems of domestic agri-food trade. The author of the tendencies of the agri-
food exports from Ukraine in 1996-2011; the expediency of the policy of agricultural protectionism. Demon-

strated that activation of Ukrainian agro-food exports should take place by increasing the number of high quality competitive products.

Keywords: agri-food trade, foreign trade, agri-food exports, agricultural production.

УДК 330.341.1

О. С. ЗАХАРЧЕНКОВ, канд. екон. наук, доц., НТУ «ХПІ»

ІНСТРУМЕНТИ ПРОВЕДЕННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЇ САНАЦІЇ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті розглядаються й обґрунтовуються основні інструменти радикальних технологічних перетворень на проблемних промислових підприємствах.

Ключові слова: технологічна санація, модернізація, реінжиніринг, промислове підприємство, бенчмаркінг, логістичний реінжиніринг.

Вступ. Концептуальною основою інноваційного перетворення промислового виробництва є проведення технологічної санації виробничої бази підприємств.

Беручи до уваги велике розмаїття промислових виробництв, практичне вирішення такої проблеми вимагає розробки відповідних інваріантних методів здійснення необхідних заходів фінансово-економічного, організаційного та технічного характеру, що становлять основу технологічної санації. Методологічний аспект цього питання полягає у визначенні та розробці комплексу інтелектуально-технічних інструментів необхідних для реалізації та досягнення цілей інноваційного перетворення промислового виробництва. Ми не будемо зупинятись на висвітленні інструментів досягнення економічної ефективності, таких як організаційна реструктуризація, виробничо-економічний аналіз, технічна модернізація окремих ланок виробничо-технологічної бази підприємств, бенчмаркінг, використання інформаційних технологій для вирішення локальних завдань, зокрема, у системах управління і т.д., які добре досліджені та розглянуті в науково-економічній літературі [1] і за роки незалежності економік країн СНД стали досить тривіальними. По суті, це латання сьогохвилинних «дір», яке не вирішує питання кардинального комплексного перетворення виробництва на основі високотехнологічних інновацій для забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Проблема ця є набагато глибшою та ширшою.

Постановка задачі. Вирішення її для проблемних, щодо конкурентоспроможності на сучасному ринку, промислових підприємств лежить в площині, перш за все, реінжинірингових підходів. По суті, ідея реінжинірингу є прямим наслідком прийняття цільової програми динамічного планування, спрямованого

на глибоку технологічну санацію проблемного підприємства з метою створення на його основі гнучкої виробничо-економічної системи. Саме такий підхід в організації динамічного (адаптивного) планування процесу комплексної технологічної санації в рамках концепції реінжинірингу стає вже перманентним реструктуризаційним процесом, інструментом постійної перебудови виробничо-технологічної бази підприємства. Іншими словами, в якості основи проведення всебічної технологічної санації для радикального інноваційного перетворення промислових виробництв необхідно використання концепції технологічного та логістичного реінжинірингу виробничої бази та інфраструктури підприємства.

Результати дослідження. Нова парадигма економічного розвитку постіндустриальних країн, що ґрунтується на ідеї реінжинірингу, виникла на початку 90-х років минулого століття [2], проте потенціал концепції реінжинірингу як інструменту підвищення ефективності виробничих процесів набагато більше і ширше. За аналогією з реінжинірингом бізнес-процесів можна й потрібно поставити та досліджувати питання про можливість використання реінжинірингового підходу до вирішення проблеми інноваційного перетворення промислових виробництв на основі проведення технологічної санації виробничої бази підприємств, маючи на увазі такі інструменти, як технологічний та логістичний реінжиніринг. Якщо перефразувати визначення реінжинірингу бізнес-процесів, зроблене авторами роботи [2], то можна сформулювати поняття технологічного та логістичного реінжинірингу, як фундаментальне переосмислення й радикальне перепроєктування основних технологічних процесів виробничої бази підприємства та їх матеріально-технічного забезпечення для досягнення істотного покращення показників результативності (витрати та якість своєї продукції) на основі повної зміни структури й процедур виробничих процесів без зміни їхніх цілей.

У сучасній виробничій практиці вже можна побачити досить численні приклади [2] використання елементів реінжинірингу в процесах функціональної реструктуризації, що проявляються у значній і навіть повній зміні процедур основних технологій документообігу в бізнес-процесах без зміни цілей підприємства. Очевидно, що ідея реінжинірингу, як концептуальної основи та інструменту та основи технологічної санації підприємства до конкурентоспроможного рівня, вимагає більш глибокого осмислення та використання щодо інноваційно реформованих підприємств країни.

Видається очевидним, що основні технологічні процеси та процеси матеріально-технічного забезпечення виробництва можуть бути піддані реінжинірингу тільки на основі сучасних інформаційних технологій та новітніх науково-технічних рішень.

Доцільність і необхідність використання концепції реінжинірингового підходу при проведенні технологічної санації для інноваційного перетворення виробництва прямо впливає з розгляду структури тривалості виробничого циклу з випуску основної продукції підприємства, для якої характерна наявність 4-х часових складових:

$$D_u = \sum_i^m T_{n_i} + a(m-1) + \sum_j^l T_{n_j} + \Pi', \quad (1)$$

де T_{n_i} – технічно обґрунтоване, стосовно технічних характеристик, обладнання або апріорно прийняте, як найбільш ймовірний (для ручних операцій) час виконання i -операції або роботи;

m – кількість операцій або робіт;

l – кількість одиниць обладнання для виконання роботи;

a – середнє значення величини втрат робочого часу на міждіагностичне пролежування;

T_{n_j} – апаратний час, зумовлений технологічним процесом (наприклад, стендові випробування) або машинний час верстатної обробки, зумовлений режимом роботи устаткування;

Π' – втрати часу, викликані неефективною організацією виробничого процесу.

Цілком очевидно, що радикальна зміна структури тривалості виробничого циклу, фундаментальна зміна всіх її 4-х часових складових вимагає використання інтелектуально-технічного інструментарію, що ґрунтується на сучасних інформаційних технологіях, у формі технологічного та логістичного реінжинірингу. Більш того, сучасна методологія інноваційних перетворень виробничої бази підприємства заснована на вирішенні окремих завдань виробництва, його системи управління та традиційних підходах, вичерпала себе, оскільки кількість інформації в часі збільшується на порядок швидше, ніж можливості інформаційних технологій з її переробки. Інтелектуальний прорив у вирішенні цієї проблеми може також забезпечити нова методологія єдиного підходу до моделювання процесів і систем виробництва запропонована С.В. Луцьким [3]. Метод моделю-

вання С.В. Луцького дозволяє вирішувати безліч завдань, у тому числі задач по інноваційному перетворенню промислових виробництв на основі технологічного реінжинірингу, які раніше не вирішувались.

З логіки реалізації реінжинірингового інструментарію випливає, що нові технології можуть призвести до економічного ефекту при дотриманні наступних умов:

- обсяг попиту на продукцію підприємства повинен бути достатньо великим, інакше нові технологічні рішення й технології не будуть рентабельні;
- проведення серйозної й авторитетної попередньої експертизи щодо потенційної комерційної вартості нових технологій;
- більш високі вимоги до якості продукції, що гарантовано може забезпечити істотне підвищення попиту на продукцію підприємства.

Логістичний реінжиніринг вирішує завдання внутрішньої та зовнішньої логістики підприємств. До завдань внутрішньої логістики відносяться організаційні питання та функціонально-технологічні рішення, що дозволяють істотно зменшити четверту часову складову (IT) виразу (1). Вони тісно пов'язані і співвідносяться з рішеннями по технологічному реінжинірингу. Що стосується завдань зовнішньої логістики, то основою їх постановки й рішення є умови:

- відмова від посередників, тобто перехід на прямі поставки всіх видів енергії, матеріалів і комплектуючих виробів безпосередньо від контрагентів;
- істотне зменшення фінансових витрат на матеріально-технічне забезпечення виробництва за рахунок відмови від необґрунтованих запасів;
- реалізація принципу ЛТ (just in time), тобто постачання всіх видів сировини, матеріалів і комплектуючих виробів точно в строк;
- створення абсолютно іншої організаційної культури.

Слід зауважити, що використання реінжинірингового підходу, як основного інструменту при проведенні інноваційного перетворення промислового виробництва на основі технологічної санації, не виключає використання традиційних способів і методів підвищення ефективності виробничої діяльності підприємства. Основне питання тут полягає в забезпеченні гармонійного поєднання та взаємного доповнення всіх застосовуваних для реалізації інновацій інструментів.

Як приклад візьмемо бенчмаркінг.

Комплекс задач технологічної санації виробничої основи проблемного підприємства вимагає не тільки проведення класичних заходів (реструктуризація, фінансова санація, реконструкція тощо), а й використання нової філософії організації та функціонування виробництва в умовах жорсткої конкуренції, пошук результатів успішної практики на аналогічних підприємствах партнерах і в конкурентів.

Стратегічно орієнтована технологічна санація включає дослідження на попередньому етапі розробленості та ефективності використання традиційного інструментарію пошуку «вузьких» місць і «гарячих» точок, які можуть супроводжувати процес функціонування технологічно оновлюваного підприємства в умовах ринку із застосуванням принципів, методів, інструментарію та філософії бенчмаркінгу. Таке дослідження представляє собою систематичну діяльність, яка полягає в пошуку, виявленні та оцінці того, що інші роблять краще, вивчення, удосконалення, застосування їх методів роботи. У цьому контексті використання бенчмаркінгу є різноспрямованим. Наприклад, бенчмаркінг в логістиці дозволяє швидко і з малими витратами виявити проблемні ситуації в логістичних системах підприємства, у сферах близьких до постачальників і субпідрядників, виконанні замовлень і транспортування.

Бенчмаркінг може показати топ-менеджменту, де на підприємстві виникають проблеми з витратами та якістю. І нарешті, бенчмаркінг можна розглядати як спосіб оцінки стратегії та цілей технологічної санації виробництва в порівнянні з першокласними підприємствами, щоб забезпечити надовго стабільне положення на ринку.

Що стосується методичного забезпечення ефективного використання технологічного та логістичного реінжинірингу для інноваційного перетворення промислового виробництва, то формалізація самої процедури фундаментального переосмислення технологічної основи підприємства, апріорі, неможлива, оскільки фундаментальне переосмислення є результатом мозкового штурму (брейнстормінгу). Єдиною рекомендацією тут може бути критичне ставлення до формування груп висококваліфікованих експертів і фахівців, які залучаються для вирішення цього завдання.

У той же час, інформаційне забезпечення успішної роботи експертних груп вимагає попереднього проведення виробничо-економічного аналізу всіх організаційних і технологічних ланок. Формалізація процедури отримання реальної

об'єктивної картини стану виробництва та його технологічної бази цілком можлива. Аналіз інноваційних можливостей підприємства слід проводити на основі матеріалів попереднього всебічного технологічного аудиту, які дозволяють судити про ефективність виробничого механізму, кваліфікації персоналу, здатності колективу підприємства до перманентного освоєння нових продуктів і технологій.

Для проведення процедури брейнстормінгу щодо логістичного реінжинірингу важливе значення мають дані всебічного аудиту системи закупівель (постачання), тобто аудиту системи взаємовідносин з постачальниками, системи зберігання матеріальних цінностей, системи сертифікації матеріалів, що надходять на підприємство, упаковки і т.п.

Висновок. Прийняті на основі брейнстормінгу попередні рішення і рекомендації експертів повинні бути покладені в основу детально опрацьованого бізнес-плану з проведення технологічної санації конкретного виробництва, який, у свою чергу, повинен бути об'єктом не менш детального аналізу з боку топ-менеджменту підприємства, інвесторів і кредиторів.

Список літератури: 1. Соколенко В.А. Санационная оценка рыночной стоимости предприятий / Соколенко В.А. – Харьков: НТУ «ХПИ». – 2001. – 320 с. 2. Hammer M. Reengineering the Corporation / Hammer M., Champy J. – HarberBusiness, A division of HarperCollinsPublishers, 1995, – 330 p. 3. Луцкий С.В. Теоретические основы системно-информационного подхода к технологическим процессам и системам машиностроения / Луцкий С.В. – Х.: ХНАДУ. 2008. – 464 с. 4. Захарченков А.С. Санация и реинжиниринг производственно-технологической основы проблемных предприятий / Мехович С.А., Захарченков А.С. – Харьков: Выровец «Апостроф». – 2011. – 392 с

Надійшла до редколегії 19. 10. 2012

УДК 330.341.1

Інструменти проведення технологічної санації на промислових підприємствах / Захарченков О. С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 66–71. – Бібліогр.: 4 назви.

В статье рассматриваются и обосновываются основные инструменты радикальных технологических преобразований на проблемных промышленных предприятиях.

Ключевые слова: технологическая санация, модернизация, реинжиниринг, промышленное предприятие, бенчмаркинг, логистический реинжиниринг.

In the article the basic instruments of radical technological transformations are examined and grounded on problem industrial enterprises.

Keywords: technological санация, modernisation, реинжиниринг, industrial enterprise, бенчмаркинг.

УДК 65.012

Е. Е. ІБРАГІМОВ, канд. екон. наук, доц., Кримський факультет
Запорізького національного університету

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ У СИСТЕМІ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

У статті висвітлено проблеми оцінки (кількісної і якісної) людського капіталу у системі стратегічного планування підприємства на основі статистичних даних підприємств кондитерської галузі Донецької області. Отримані показники дозволили зробити висновки стосовно напрямків удосконалення управління персоналом як важливішою складовою інтелектуального забезпечення стратегічного планування діяльності підприємства.

Ключові слова: стратегічне планування, оцінка, людський капітал, персонал.

Постановка проблеми. Одним з ефективних механізмів, що допомагає забезпечити ухвалення управлінських рішень, направлених на успішну роботу підприємства, є стратегічне планування, яке є набором дій і рішень, що виробляються керівництвом компанії для досягнення корпоративних цілей. Стратегія є детальним всебічним комплексним планом, який повинен розроблятися з точки зору перспективи всього підприємства, а не конкретних індивідів (наприклад, засновників підприємства) [1]. Розробка стратегічного плану, остаточний варіант якого повинен обґрунтовуватися обширними дослідженнями і фактичними даними, є складною проблемою. Аби ефективно функціонувати в умовах жорсткої конкуренції, підприємство повинне постійно займатися збором і аналізом величезної кількості інформації про галузь, ринок, конкуренцію і інші чинники.

Сучасний темп збільшення знань є настільки високим, що стратегічне планування представляється єдиним способом формального прогнозування майбутніх проблем і можливостей, і, отже, дає основу для ухвалення відповідних управлінських рішень. Крім того, формальне планування сприяє зниженню ризиків при ухваленні відповідних рішень, у тому числі із-за помилкової або недостовірної інформації про можливості підприємства або про зовнішню ситуацію.

Метою статті є дослідження складу показників оцінки людського капіталу та алгоритмів їх розрахунку як основного фактору ефективності системи стратегічного планування діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Стратегічне планування – одна з функцій стратегічного управління, яка забезпечує створення і підтримку стратегічної відповідності цілей підприємства його потенційним можливостям і наявним ресурсам. Воно забезпечує основу для всіх управлінських рішень. Стратегічне планування потерпає від дефіциту знань, орієнтується на майбутнє.

Планування, оскільки воно служить для формулювання цілей, допомагає

також створити єдність загальної мети усередині організації. Стратегічне планування зазвичай включає чотири області управлінської діяльності [1]: розподіл ресурсів; адаптація до зовнішнього середовища; внутрішня координація; організаційне стратегічне передбачення. Розподіл ресурсів включає розподіл таких зазвичай обмежених організаційних ресурсів, як фонди, дефіцитні управлінські кадри і технологічний досвід. Адаптація до зовнішнього середовища охоплює всі дії стратегічного характеру, які покращують стосунки компанії з її оточенням. Компаніям необхідно адаптуватися до зовнішніх як сприятливих можливостей, так і небезпек, виявляти відповідні оптимальні варіанти дій і забезпечити ефективне пристосування стратегії до довколишніх умов, перш за все за допомогою розробки досконаліших виробничих систем, шляхом взаємодії з органами влади, створення сприятливого іміджу тощо. Внутрішня координація включає координацію стратегічної діяльності для відображення сильних і слабких сторін підприємства з метою досягнення ефективної інтеграції внутрішніх дій складових її організацій. Забезпечення ефективних внутрішніх операцій в організаціях, великих або малих, є невід'ємною частиною управлінської діяльності підприємства. Пошук організаційних стратегій є основною метою організаційного стратегічного передбачення. У його рамках вирішуються, окрім інших організаційних завдань, і завдання систематичного розвитку мислення менеджерів шляхом створення такої організації навчання, при якій вони можуть вчитися на раніше прийнятих стратегічних рішеннях. Здатність вчитися на досвіді дає можливість підприємству правильно скоректувати свій стратегічний напрям і підвищити професіоналізм менеджерів в області стратегічного управління. Вироблення стратегії розвитку підприємства забезпечує ефективний розподіл і використання всіх ресурсів: матеріальних, фінансових, трудових ресурсів, землі і технологій і на цій основі – стійке положення на ринку в конкурентному середовищі [2]. В зв'язку з цим, в першу чергу необхідний перехід від реактивної форми управління (ухвалення управлінських рішень як реакція на поточні проблеми) до управління на основі аналізу і прогнозів.

Сучасна наука виділяє три основних фактора, від яких залежить ефективність системи стратегічного планування діяльності підприємства:

- стратегія – розробка довгострокових планів, а також передбачення і формулювання своїх цілей допомагають вищому керівництву підприємства усвідомити в якому напрямі потрібно рухатися для їх досягнення;
- професійність – висока культура топ-менеджменту та його інтелект є основою успішної діяльності, за відсутності в керівництва необхідних знань і достатнього досвіду діяльність підприємств може бути неефективною;
- персонал – керівництво підприємства повинне добиватися від своїх співробітників достатньої кваліфікації для виконання посадових обов'язків з метою збільшення акціонерної вартості капіталу, отримання прибутку.

Ключ до підтримки прибутковості підприємства – це продуктивність робочої сили, людський капітал. Такі фактори як персонал і професійність виступають на перший план в умовах економіки, заснованої на знаннях.

Проблема управління людським капіталом у системі стратегічного планування пов'язана із специфікою цього активу. Людський капітал не відбивається у складі активів підприємства, оскільки він підприємству не належить.

Людські активи у системі стратегічного планування можна оцінити, створивши систему спеціальних показників [3], які враховують фактори персоналу і професійності. Необхідно виділити дві групи показників: фінансові і "людські" (табл. 1).

Таблиця 1. Алгоритми розрахунку показників ефективності людського капіталу (факторів персоналу і професійності)

№ з/с	Показники ефективності людського капіталу	Алгоритм розрахунку
1	2	3
Фінансові		
1	Прибуток від людського капіталу, т. грн.	(Прибуток/Еквівалент повної зайнятості)
2	Коефіцієнт окупності інвестицій у людський капітал	(Прибуток – (Усі операційні витрати-Витрати на робочу силу)/Витрати на робочу силу)
3	Додана вартість людського капіталу, т. грн.	(Прибуток – (Усі операційні витрати-Витрати на робочу силу)/Еквівалент повної зайнятості)
Продовження таблиці 1.		
1	2	3
Людські		
4	Показник плинності кадрів, %	(Кількість звільнених / Середньооблікова кількість співробітників)
5	Показник підвищення кваліфікації, %	(Кількість осіб, що підвищили кваліфікацію / Середньооблікова кількість співробітників)

Вихідними даними для виконання розрахунків за цими алгоритмами були дані з форм фінансової звітності (ф. № 1, ф. № 2) та звітності з праці (1-ПВ, 3-ПВ, 6-ПВ) за відповідні періоди (табл. 2).

Як свідчать дані таблиці 2 підприємства кондитерської галузі Донецької області неефективно використовують потенціал людського капіталу, хоча окремі підприємства за певні періоди мають позитивне значення прибутку. Інвестуючи кошти у розвиток персоналу жодне підприємство не отримало прибутку від цих дій. У зв'язку з цим розробка стратегії підприємства в таких умовах є дуже ризикованою процедурою, тому що більшість фінансових показників мають від'ємні значення. Однак, слід відмітити скорочення значення показника плинності кадрів, що говорить про можливе покращення умов праці і розвиток корпоративної культури. Показник підвищення кваліфікації за підприємствами не має стійкої тенденції, в різних періодах він збільшується або зменшується. За досліджуваний період, як свідчать статистичні дані і розраховані показники, ТОВ „Баренс Шоколад” припинило свою діяльність.

Таблиця 2. Система показників корпоративного людського капіталу (факторів персоналу і професійності) на прикладі підприємств кондитерської галузі Донецької області

Рік	Показники				
	Фінансові			Людські	
	Прибуток від людського капіталу, т. грн.	Коефіцієнт окупності інвестицій у людський капітал	Додана вартість людського капіталу, т. грн.	Показник плинності кадрів, %	Показник підвищення кваліфікації, %
1	2	3	4	5	6
ПрАТ «Донецький булочно-кондитерський комбінат»					
2008	5,87	-3,60	-86,20	40,14	1,74
2009	12,31	-3,25	-96,63	23,94	18,07
2010	7,44	-3,77	-127,99	4,02	1,61
ПАТ «Кондитерська фабрика «А.В.К.», м. Донецьк					
2008	11,15	1,07	39,17	97,10	63,18
2009	-4,80	-2,10	-51,77	16,46	0,00
2010	-1,15	-1,73	-56,14	4,76	25,95
ПАТ «Маріупольська кондитерська фабрика «Рошен»					
2008	-0,4	-1,10	-42,92	2,78	3,30
2009	0,91	-0,99	-59,72	5,28	10,56
2010	5,72	-0,96	-60,74	4,94	1,55
ПрАТ «А.В.К.»					
2008	-245,82	-54,28	-3058,18	11,97	0,35
2009	77,48	-104,43	-3620,60	11,39	10,95
2010	8,79	-90,79	-3673,52	3,04	4,17

Продовження таблиці 2.

ЗАТ «Баренс шоколад»					
2008	0,01	-11,92	-357,22	6,29	2,58
2009	0,00	-24,08	-233,10	83,46	1,50
2010	0,00	0,00	0,00	321,21	0,00
ТОВ «Дружківська харчосмакова фабрика»					
2008	9,49	-8,16	-147,14	199,11	1,79
2009	1,59	-8,53	-156,44	32,63	1,47
2010	3,16	-10,32	-250,28	6,18	0,00

Робочу силу треба диференціювати за рівнями, функціями, професійними групами або географічно. Це дозволить вчасно отримувати сигнали з різних сегментів. Для того, щоб збільшити ефективність людського капіталу необхідно впроваджувати у свою діяльність різноманітні заходи, спрямовані на підвищення мотивації, координацію та підтримку персоналу підприємства.

Висновки. Таким чином, основною метою управління людським капіталом у системі корпоративного стратегічного планування є попереджуваче забезпечення цього бізнес-процесу необхідними людськими ресурсами (відповідними кількісними і якісними показниками), а також приведення у відповідність з вимогами бізнес-процесу процедур пошуку, відбору, адаптації, навчання, мотивації персоналу з метою його ефективного використання, як у процесі стратегічного планування, так і у господарчій діяльності всього підприємства. Проведений аналіз показників людського капіталу підприємств кондитерської галузі Донецької області свідчить про великі резерви удосконалення інтелектуального забезпечення стратегічного планування за рахунок підвищення кваліфікації, зменшення плинності. Економічна ефективність функціонування досліджуваних підприємств може зростати за рахунок розвитку чинника персоналу і його професійності, що дозволить отримувати прибуток та окупати інвестиції у людський капітал.

Список літератури. 1. Бандурин А.В., Зинатулин Л.Ф.. Экономико-правовое регулирование деятельности корпораций в России. Внутренняя структура корпорации. – Режим доступа < http://business.polbu.ru/bandurin_corporations/ch32_iv.html >/ 2. Мінцберг Г. Зліт і падіння стратегічного планування / Пер. з англ. К. Сисоева. – К.: Видавництво Олексія Капусти, 2008. – 412 с. 3. Фитц-енц Як Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала / Як Фитц-енц; пер. с англ.: [Меньшикова М.С., Леонова Ю.П.]; под общ. ред. В.И. Ярных. – М.: Вершина, 2006. – 320 с.

Надійшла до редколегії 11. 10. 2012

УДК 65.012

Оцінка ефективності людського капіталу у системі стратегічного планування підприємств / Ібрагімов Е. Е. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 56(962). – С. 72–77. – Бібліогр.: 3 назви.

В статті освітлені проблеми оцінки (количественной и качественной) человеческого капитала в системе стратегического планирования предприятия на основе статистических данных предприятий кондитерской отрасли Донецкой области. Полученные показатели позволили сделать выводы относительно направлений совершенствования управления персоналом как важной составляющей интеллектуального обеспечения стратегического планирования деятельности предприятия.

Ключевые слова: стратегическое планирование, оценка, человеческий капитал, персонал.

The article highlights the issue of (quantitative and qualitative) of the human capital in the system of strategic planning company based on the statistics of the confectionery industry, Donetsk region. These indicators allow to draw conclusions about ways to improve human resource management as an important component of intelligent software for strategic planning of the company.

Keywords: strategic planning, assessment, human resources, personnel.

УДК 330.341.1

И. А. КАБАНЕЦ, ст. преподаватель, НТУ «ХПИ»

УПРАВЛЕНИЕ ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬЮ ТРУДА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В работе исследуются подходы к относительному измерению производительности труда и его управление в условиях инновационного развития предприятия.

Ключевые слова: производительность труда, управление, мера, инновации.

Вступление. Решение проблемы производительности труда для украинского общества означает наращивание темпов производства, оживление экономики, существенное улучшение инвестиционного климата и придание стабильности общественным отношениям. За время рыночных преобразований внимание к вопросам производительности труда в Украине заметно ослабло.

Между тем, без повышения производительности труда не решить основных экономических проблем. Обстоятельства требуют, чтобы вопросы производительности труда стали центральными, как в масштабе общества, так и на уровне предприятия

Особое значение темы исследования заключается в необходимости формирования эффективной системы управления производительностью труда в условиях инновационного развития предприятия, позволяющей более полно реализовать экономический потенциал предприятий.

Анализ последних исследований и литературы. Анализ стратегий предприятий показывает на приоритетность инновационного его развития. Внедрение инноваций не только видоизменяет организационно технические условия труда в его конкретной деятельности, но и создает предпосылки к повышению его производительности. Главный признак нововведения, это перевод научно-технических знаний в русло практического использования, что и предопределяет отдельную стратегию управления производительностью труда.

Вопросы производительности труда исследуются в экономических теориях А. Смита, Д. Риккардо, Маршала, К. Маркса, так же в работах отечественных экономистов: И. И. Беккера, Б. А. Буханевича, Е. И. Капустина, Д. Н. Карпухина,

© И. А. Кабанец, 2012

Л. А. Костина, Л. Э. Кунельского, Т. М. Малевой, И. А. Машинского, В. Й. Олигина-Нестерова, В. В. Рожковой, В. М. Серова, Г.Э.Слезингера, О. А. Турецкого и др.

Несмотря на значительную историю исследований производительности труда, данная проблема остается недостаточно разработанной. Требуют дальнейшего исследования взаимосвязи производительности труда с инновациями, и их влияние на прибавочную стоимость [1, 2].

Управления производительностью труда в условиях инновационного развития требует новых подходов к измерению производительного труда и его сбалансирование относительно целей предприятия и структурных его подразделений.

Цель исследований, постановка проблемы. Целью статьи является анализ подходов к управлению производительности труда, и особенностей его измерения в условиях инновационного развития предприятия.

Материалы исследований. Шумпетер, как основатель теории инноваций указывал, что производство, не может существовать без постоянных революционных изменений в технике и технологии производства, освоения новых рынков, реорганизации рыночных структур, а, следовательно, и производительного труда. Такие постоянные инновации, осуществляемые в производственном процессе, являются главным источником прибыли, не существующей в ситуации простого воспроизводства. Прибыль имеет место лишь тогда, когда экономика находится в постоянном движении, в процессе динамического развития [3].

По этому, в работе объектом исследования является процесс труда в условиях инновационного развития предприятия.

В научной литературе подчас экономическое понятие рабочего дня подменяют юридическое. В юридическом отношении рабочий день, – это время, в течение которого рабочие и служащие по закону должны выполнять возложенные на них обязанности [4].

Но когда подобное утверждают экономисты, считая, что рабочим днем является время, установленное государством для производства материальных и культурных благ, – это не вполне обоснованно [2]. Так, очевидно, что находиться на предприятии – это одно понятие, а трудиться, тем более производительно – совсем иное.

Необходимо учитывать, что в своем содержании время связано с физическими процессами. Например, общая теория относительности увязывает свойства времени с полями тяготения и геометрией пространства.

На основе силы гравитации происходит вращение земли вокруг солнца, что дает возможность, например с помощью маятника Фуко, определить периоды вращения земли в виде минуты, часа и т. д. [2].

Очевидно, что необходимый и прибавочный труд в рабочем дне не может одновременно измеряться в одном и том же масштабе времени, а, следовательно, возникает необходимость исследования производительности труда в относительном измерении.

Важность относительного измерения обусловлена также тем, что «само существование капитала основывается на производительности труда, но не на абсолютной, а относительной ее производительности», и что именно относительная производительность наемного труда «служит основой существования капитала» [5].

Необходимым условием относительного измерения является выбор исходной базы, или точка отсчета анализируемого движения.

Так, например, в общем определении понятия времени отмечают, что «время – это абстрактная, относительная величина, определяемая (измеряемая) длительность какого-либо движения материи соизмеряется с количеством повторяющихся, периодических колебаний движения материи, взятых за единицу времени» [6]. То есть, «время, как физическая величина – длительность движения, измеряемая длительностью другого движения (как правило, периодического), принятое за эталонное» [7].

При выборе базы относительного измерения производительности труда, необходимо исходить из того, что «как количественное бытие движения есть время, точно так же количественное бытие труда есть рабочее время» [8, 9].

Исходя из данных особенностей процесса труда, в работе предлагается для измерения производительного труда на предприятии ввести понятие базовой выработки (Q_6). Под базовой понимается фиксированное, условно-постоянное количество (масса) труда в рабочем дне, которое принимаются в качестве меры производительного труда, и одновременно, точкой отсчета его движения.

В реальном коллективном процессе труда, потенциально производительное время определяется динамикой использования интенсивных, и экстенсивных резервов труда.

В общем виде, при использовании интенсивных резервов труда, потенциально производительное время в коллективном процессе труда можно определить в следующем виде:

$$\Delta\Phi_{\text{ПР}}^{\text{П}} = \Phi_{\text{Э}} \times \frac{\Delta T_{\text{пл}}}{r \times Q_{\text{б}}} \text{ час}, \quad (1)$$

где $\Phi_{\text{Э}}$ – коллективный фонд рабочего времени, час.

$\Delta\Phi_{\text{ПР}}^{\text{П}}$ – потенциальное производительное время, при использовании интенсивных резервов труда, час.;

$\Delta T_{\text{пл}}$ – планируемое на предприятии снижение затрат труда за счет внедрения технологических и организационных инноваций н. час.;

$Q_{\text{б}}$ – базовая выработка, принимаемая в качестве меры производительного труда в рабочем дне, час.;

r – численность работающих на предприятии, чел.

Отношение планируемого снижения затрат труда к базовой выработки характеризует потенциально производительное время, достигаемое работниками за счет внедрения технологических и организационных инноваций на предприятии.

Результат использования экстенсивных резервов труда характеризоваться динамикой выработки. Поэтому потенциально производительное время, достигаемое работниками за счет экстенсивного использования резервов труда может быть определено следующим образом:

$$\Delta\Phi_{\text{ПР}}^{\text{Э}} = \Phi_{\text{Э}} \frac{(Q_{\text{пл}} - r \times Q_{\text{б}})}{Q_{\text{пл}}} = \Phi_{\text{Э}} \left(1 - \frac{r \times Q_{\text{б}}}{Q_{\text{пл}}} \right), \quad (2)$$

где $\Delta\Phi_{\text{ПР}}^{\text{Э}}$ – потенциальное производительное время за счет использования экстенсивных резервов труда на предприятии, час;

$Q_{\text{пл}}$ – планируемый объем производства на предприятии, н. час.

Совокупное потенциально производительное время определяется следующим образом:

$$\Delta\Phi_{\text{ПР}} = \Delta\Phi_{\text{ПР}}^{\text{И}} + \Delta\Phi_{\text{ПР}}^{\text{Э}} \quad (3)$$

Подставив в данное выражение его значение, соответственно, при планируемом снижении затрат труда на производство продукции и планируемом объеме производства, получим следующее значение, (час):

$$\Delta\Phi_{пп} = \left(\frac{\Delta T_{пл}}{r \times Q_{\phi}} - \frac{r \times Q_{\phi}}{Q_{пл}} \right) \quad (4)$$

Из данного выражения потенциально производительного времени видно, что ее значение зависит не только от использования интенсивных и экстенсивных резервов труда на предприятии, но и от абсолютного значения базовой выработки, принимаемой в качестве меры производительного труда.

Чем меньше базовая выработка, потенциально производительное время увеличивается, при одном и том же планируемом снижении затрат труда на производство продукции, и одновременно уменьшается при неизменном значении планового объема производства.

И наоборот, чем больше базовая выработка, потенциал производительного времени уменьшается, при одном и том же плановом снижении затрат труда на производство, и одновременно увеличивается, при постоянстве планового объема производства.

Следовательно, от абсолютной величины базовой выработки зависит объективность оценки производительного труда, и его движение под действием инноваций.

Оптимальное значение она принимают при условии, когда потенциально производительное время становится максимальным:

$$\Delta\Phi_{пп} \rightarrow \max \quad (5)$$

Определив первую производную:

$$\Delta\Phi_{пп} = \Phi_{\Phi} \left(\frac{\Delta T_{пл}}{r \times Q_{\phi}} - \frac{r}{Q_{пл}} \right) \quad (6)$$

и приравняв данное значение к нулю, определим оптимальное значение базовой выработки, относительно которой потенциально производительное время становится максимальным:

$$Q_M = \frac{\sqrt{Q_{пл} \times \Delta T_{пл}}}{r}, \text{ час./чел.} \quad (7)$$

где Q_M – мера производительного труда на предприятии час.

Степень снижения периода необходимого труда, относительно данной меры (α) равен:

$$\alpha = \frac{\Delta T_{nl}}{T \times Q_m} \times 100 = \frac{\Delta T_{nl}}{\sqrt{Q_{nl} \times T_{nl}}} \times 100 = \sqrt{\frac{\Delta T_{nl}}{Q_{nl}}} \times 100, \% \quad (8)$$

Степень увеличения периода прибавочного труда (β) равно:

$$\beta = \frac{T \times Q_m}{Q_{nn}} \times 100 = \frac{\sqrt{Q_{nl} \times \Delta T_{nl}}}{Q_m} \times 100 = \sqrt{\frac{\Delta T_{nl}}{Q_{nl}}} \times 100, \% \quad (9)$$

Результаты исследований. Предложенная мера производительного труда, обеспечивает соразмерность в движении необходимого и прибавочного труда, что свидетельствует о возможности использования ее для формирования объективной информации при управлении производительностью труда.

Выводы. Степень отклонения фактической производительности труда от данной меры может быть использована в качестве критерия его управления. Целью управления становится степень сбалансированности производительного труда по структурным подразделениям предприятия в условиях реализации инновационных проектов.

Список литературы: 1. Гаврилов Р.В. Производительность труда: показатели планирования и методы измерения – М.: Экономика, 1985. – 115 с. 2. Прудянский Г.А. Проблемы рабочего и вне рабочего времени. – М.: Наука, 1972. – 334 с. 3. Шумпетер Й. Теория экономического развития; Исследование предпринимательской прибыли, капитала, процента и цикла конъюнктуры. – М. Прогресс. 1982. – 456 с. 4. Законодательные акты о труде. – Киев, Политиздат, 1986. – 204 с. 5. Маркс К. Капитал Т. I. – М.: Политиздат, 1978. – 907 с. 6. Русак Д. С. Структура пространства вселенной: <http://sciteclibrary.ru/rus/catalog/pages/9686.html>. 7. Тулунов С. И. К физике времени. http://zhurnal.lib.ru/t/tulupow_s_i/fizikawremeni.shtml. 8. Маркс. К. Теория прибавочной стоимости. (4-й том «Капитала»). Ч. 1 – М., Политиздат, 1978. – 476 с. 9. Тикоцкий Л. И. Производительный труд и услуги. Вопросы теории – Вильнюс, 1973 – 180 с.

Надійшла до редколегії 19. 10. 2012

УДК 330.341.1

Управление производительностью труда в условиях инновационного развития предприятия / Кабанец И. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 56(962). – С. 77– 82. – Бібліогр.: 9 назв.

В роботі досліджено підходи до відносного виміру продуктивності праці і його управління в умовах інноваційного розвитку підприємства.

Ключові слова: продуктивність праці, управління, міра, інновації.

Going near the relative measuring of the labour productivity and his management is in-process investigated in the conditions of innovative development of enterprise.

Keywords: labour productivity, management, measure, innovations.

УДК 658. 012. 32:336. 71

Л. С. КРАВЧУК, канд. екон. наук, доц., Миколаївський національний аграрний університет,

О. С. ДЯЧЕНКО, магістрант, Миколаївський національний аграрний університет.

СТВОРЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ТА БАНКІВ НА ПРИНЦИПАХ СУЧАСНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ

У статті висвітлюються сучасні проблеми промислового виробництва в Україні та пропонуються шляхи їх розв'язання, зокрема, за допомогою застосування принципів сучасного менеджменту.

Ключові слова: фінансовий менеджмент, сучасний менеджмент, фінансове планування, завдання, принципи, шляхи його удосконалення.

Вступ. Глобалізація сучасної світової економіки створює відповідні умови для розвитку фінансового управління підприємствами. Проте в умовах зростання конкуренції як вітчизняних, так і іноземних підприємств за ринки збуту та ринки ресурсів повинні виникати нові факторів, методи, моделі, принципи в управлінні фінансовим розвитком підприємства. Тому, сучасний менеджмент, на наш погляд, повинен урахувати в своїх оновлених концепціях істотні зміни в ритмі життя, технічним забезпеченні людства. Це потребує принципових змін в організації всіх підсистем системи менеджменту, оновлення не тільки концепцій управління, але й формування підходів та принципів до адаптації їх сприйняття.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Основні питання формування менеджменту висвітлені в роботах відомих економістів: Богоявленська О. В., Ходаківський Є. І., Осовська Г. В., Осовський О. А., Drucker Peter та інші [1, 2, 3].

Мета досліджень. Аналітичне обґрунтування сучасних наукових проблем і практичних завдань, пов'язаних з пошуком нових шляхів і засобів ефективного управління на підприємствах та в банках, яка потребує всебічного і глибокого аналізу наявних теоретичних ідей і концепцій.

Постановка проблеми. Сучасна ситуація в нашій країні характеризується стрімкими змінами політичної, економічної, соціальної та культурної сфер людської діяльності. Упровадження ринкових відносин у практику господарювання вимагає принципової зміни методів управління на всіх рівнях управлінської ієрархії. Цим обумовлюється вивчення нових підходів і форм управління, зокрема менеджменту як особливого виду управління. Тому слід визначити найбільш ефективні та необхідні шляхи зміни та організації менеджменту в сучасних умо-

© Л. С. Кравчук, О. С. Дяченко, 2012

вах, за допомогою нових принципів адаптувавши їх до нового виконавця, до прискорення розвитку всіх складових економіки та суспільства в цілому [1].

Матеріали досліджень. Менеджмент має створювати умови для успішного функціонування організації. Сучасні американські теоретики визначають принципи сучасного менеджменту дещо по-іншому. Менеджмент на підприємстві для ефективного функціонування як вид управлінської діяльності повинен базуватися на наступних принципах:

1. Завданням менеджменту є також те, щоб підприємство і кожен його член розвивали як свої потреби, так і можливості їх задоволення. Підготовка і розвиток людей повинні здійснюватися на будь-якому рівні організації, вони не повинні зупинятися ні на хвилину.

2. Ні об'єм випуску продукції, ні базові виробничі лінії самі по собі не є адекватним виміром діяльності менеджменту і всього підприємства; в цьому відношенні підприємство схоже з людиною: оскільки їй необхідні різні засоби для оцінки здоров'я і діяльності, такі ж різні засоби необхідні і для підприємства [2].

Результати досліджень. Нові управлінські методи все більш помітну роль відводять узагальнюючим показникам ефективності виробництва. Останні враховують рівень використання всіх видів виробничих ресурсів і їх взаємозамінюваність. В цілому практикуються системи взаємопов'язаних часткових показників продуктивності, але ніяк не окремі показники. Так, на початку 80-х років минулого століття маленький завод "Тойота", що випускав двигуни, був оснащений американськими верстатами зразка 60-х років. У технічному відношенні він був безнадійно відсталим порівняно з сучасними підприємствами "Форд" або "Крайслер". Але у розрахунку на одного зайнятого цей завод виготовляв двигунів у 4,5 рази більше і якість двигунів "Тойота" була вищою у порівнянні з продукцією американських автогігантів. Таким чином, значне підвищення ефективності функціонування підприємств можливе лише безпосередньо управлінськими методами тобто менеджменту [3].

Існуюча ситуація економічної та законодавчої нестабільності суттєво зупиняє розвиток фінансового сектору України. Також великим потрясінням стало введення НБУ заборони на видачу кредитів в іноземній валюті восени 2011 року. Підписаний 19. 03. 2012 р. президентом України закон № 4452-VI «Про гарантування вкладів фізичних осіб» лише посилить хвилювання населення [4]. Якщо зараз Фонд гарантування вкладів фізичних осіб (ФГВФО) гарантує повернення

вкладів в розмірі до 150 тис. грн., то з дня вступу в дію (21. 09. 2012 р.) цього закону ФГВФО може встановлювати суму на свій розсуд.

За цих умов однією з найбільш актуальних задач для фінансових установ є підвищення власної фінансової стійкості, боротьба з масовим неповерненням кредитів, а також оптимізація двох основних показників їх роботи – ризику и доходності, через формування ефективної системи менеджменту.

Напружена макроекономічна ситуація суттєво відобразилась на фінансових результатах діяльності комерційних банків. За даними НБУ з 2010 і до кінця 2011 року на ринку спостерігається від'ємний показник діяльності банків. У 2010 році він досяг мінімального значення (-38450 млн. грн). Та хоча дані станом на 01. 02. 2012 свідчить про позитивну динаміку (652 млн. грн), вона все ще занадто незначна, щоб говорити про кардинальне покращення фінансового клімату в банківському секторі (рис).

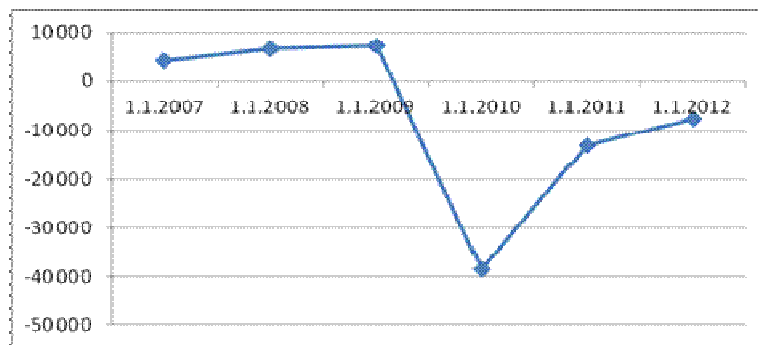


Рис. – Фінансовий результат діяльності банків (млн. грн.) [1]

Останнім часом спостерігався період замороження кредитування корпоративного сектору, який зараз закінчився для короткострокових кредитів. Хоч досвід помилок докризового періоду вимагає особливої ретельності в питаннях управління ризиками та застосування сучасного менеджмента. Банкам слід дотримуватися політики жорстких вимог під час кредитування особливо для компаній, які відносяться до категорії малих, середніх підприємств, а також до фізичних осіб.

Висновки. Важливим поштовхом створення ефективної організації підприємств та банків є використання мотиваційного механізму залучення працівників підприємств до участі в його управлінні, посилення стимулів до створення і впровадження раціоналізаторських пропозицій. При цьому потрібно постійно мотивувати цікавість до справи працівників, їхнє бажання, щоб персонал органі-

зації, під ефективним керівництвом, цілеспрямовано виконував існуючі задачі досягаючи творчо спільну ділову мету.

Список літератури: 1. *Осовська Г. В., Осовський О. А.* - навчальний посібник. – Менеджмент організацій ч. 1, 2011. – 840 с. 2. *Drucker Peter.* Management and the World's Work // The Craft of General Management, 2011. 3. *Богоявленская О. В., Ходаківський Є. І.* Економіка та менеджмент праці:- К.: Кондор, 2009. – 332 с. 4. Електронний ресурс. -Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/4452-17>

Надійшла до редколегії 19. 10. 2012

УДК 658. 012. 32:336. 71

Створення ефективної організації функціонування підприємств та банків на принципах сучасного менеджменту / Кравчук Л. С., Дяченко О. С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 83–86. – Бібліогр.: 4 назви.

В статті розкриваються сучасні проблеми промислового виробництва в Україні і пропонуються шляхи їх вирішення, зокрема, за допомогою застосування принципів сучасного менеджменту.

Ключевые слова: финансовый менеджмент, современный менеджмент, финансовое планирование, задание, принципы, пути усовершенствования.

In the article the modern problems of industrial production light up in Ukraine and the ways of their decision are offered, in particular, by application of principles of modern management.

Keywords: financial management, modern management, financial planning, task and principles, ways of his improvement.

УДК 338.22.01

Ю.В. КРАСНОЩОКОВА, аспірант, ХНЕУ, Харків

ПЕРЕДУМОВИ СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ ТА РИЗИКУ

У статті вивчається категоріальний апарат інноваційної складової стійкого економічного розвитку підприємства. Особлива увага приділяється визначенню сутності понять «інноваційна діяльність» та «інноваційний процес», що є базою для проведення подальших досліджень у обраній сфері.

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

Вступ. Об'єктивною необхідністю виживання суб'єктів господарювання в сучасних ринкових умовах постає їх спроможність адекватно реагувати на можливі зміни середовища. Інноваційно-орієнтована діяльність підприємства постає однією зі складових стійкого економічного розвитку підприємства. Адже визначає можливість формування як зовнішніх так і внутрішніх конкурентних переваг підприємства. Концентрація уваги на забезпеченні ефективності інноваційного процесу зумовлює, таким чином, необхідність забезпечення цілеспрямованого, зваженого, оптимального управління ним, ефективно нівелюючи негативний вплив на нього середовища.

Деталізація категоріального апарату інноваційної складової стійкого економічного розвитку підприємства дозволить розробити ґрунтовні рекомендації з ефективного управління діяльністю підприємства в умовах невизначеності та

ризик. Особливої уваги потребують висвітлення питань пов'язаних з визначенням змісту понять «інноваційна діяльність» та «інноваційний процес» з метою ґрунтовного прийняття управлінських рішень щодо забезпечення стійкого економічного розвитку системи.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Дослідженням сутності інновацій займалися такі відомі вчені-економісти як Й. Шумпетер, Г. Менш, К. Фрімен та Ш. Перец, Ф. Валента та ін. У роботах Р.А. Фатхутдинова, О. Б. Лисиної, Н. А. Сафронова, Г. Я. Гольдштейна та інших розглядаються питання управління діяльністю пов'язаної з інноваціями та її місця у загальній системі управління економічною системою. Разом із тим, у науковій літературі спостерігається плюралізм думок стосовно сутності понять «інноваційна діяльність» та «інноваційний процес», а також не у повному обсязі висвітлено їх роль у забезпеченні стійкого економічного розвитку системи.

Мета досліджень, постановка проблеми. Метою даного дослідження є визначення змісту понять «інноваційна діяльність» та «інноваційний процес» в аспекті прийняття ґрунтовних управлінських рішень щодо забезпечення стійкого економічного розвитку системи. Дослідження передбачає використання методів аналізу та синтезу, теоретичного узагальнення, а також здійснення морфологічного аналізу понять, що вивчаються.

Матеріали досліджень. Вихідним матеріалом для здійснення означеного дослідження постають наукові здобутки у даному проблемному полі вітчизняних (Лисина, Е.Б., Бутнік-Сіверський О. та ін.) зарубіжних вчених (Фатхутдинов Р.А., Сафронов Н.А., Гольдштейн Г.Я., Твисс Б. та ін.). Розробка категоріального апарату у тому числі потребує звернення до законодавчої бази (Закон України «Про інноваційну діяльність»), міжнародних актів (Керівництво Осло), довідкової літератури, тощо.

Результати дослідження. Базовою категорією, що лежить у основі понять «інноваційна діяльність» та «інноваційний процес» є категорія «інновація». Для коректного визначення понять, що вивчаються у даному дослідженні, необхідно чітко визначити, що слід розуміти під інноваціями у контексті стійкого економічного розвитку зокрема.

З точки зору забезпечення стійкого економічного розвитку підприємства виключне значення набувають інновації, метою яких є забезпечення довгостро-

кової конкурентоспроможності – стратегічні (довгострокові) інновації. Отримання того або іншого ефекту (що є метою для короткострокових/тактичних інновацій) є проміжним результатом, показником за допомогою якого можна виміряти поточну результативність інновації. Головна мета впровадження означених інновацій передбачає довгостроковий термін реалізації, і полягає, перш за все, у забезпеченні виживання системи за рахунок ініційованого інноваціями розвитку. За умови ефективності розвитку досягається стійкість системи.

Таким чином, автором було запропоновано розділяти інновації на тактичні (короткострокові) – метою яких є отримання ефекту у короткостроковому періоді, та стратегічні (довгострокові) інновації. При цьому під тактичними інноваціями пропонується розуміти використання нового технічного (технологічного) рішення поставленої задачі (подолання протиріччя між бажаним та фактичним станом), який найкращим чином задовольняє існуючі потреби та забезпечує отримання економічного, соціального, екологічного та будь-якого іншого виду ефекту. Під стратегічною інновацією автор розуміє ключовий елемент забезпечення стійкого економічного розвитку системи (підприємства), що являє собою безповоротні, закономірні, спрямовані та якісні зміни, які є результатом використання нового технічного (технологічного) рішення поставленої задачі (подолання протиріччя між бажаним та фактичним станом), який найкращим чином задовольняє існуючі та перспективні потреби.

Для ініціації процесу перетворення нових технічних (технологічних) рішень у інновації потрібна активізаційна дія певної сили. Джерелом цієї сили є суб'єкт, що здійснює управлінську діяльність або по – Й. А. Шумпетеру – новатор, підприємець. Учений стверджував, що підприємець є сполучною ланкою між винаходом і нововведенням.

У науковій літературі та нормативних документах існує декілька підходів щодо визначення сутності інноваційної діяльності, зокрема її розуміють як «діяльність», «процес», «систему» або «процедуру» (табл.).

Для того, щоб зробити обґрунтований висновок стосовно правомірності вжитку того або іншого визначення необхідно чітко визначити означені дефініції.

Таблиця. Результати узагальнення існуючих підходів до визначення сутності поняття «інноваційна діяльність»

процес	стратегічного маркетингу, НДДКР, організаційно-технологічної підготовки виробництва, виробництва та оформлення нововведень, їх впровадження (або перетворення в інновацію) і поширенню в інші сфери (дифузія),	[10]
	перетворення нововведення (інновації) у вигляді принципово нової або такої, що має у своїй основі нову комбінацію відомих елементів, наукову, науково-технічну розробку (в т.ч. винахід) у нововведення (інновацію) у формі реалізується на ринку продукту (пристрою, методу, послуги) з новими споживчими властивостями або сферами застосування.	[2]
діяльність	спрямована на використання і комерціалізацію результатів наукових досліджень та розробок і зумовлює випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг;	[3]
система	заходів щодо використання наукового, науково-технічного та інтелектуального потенціалу з метою отримання нового чи поліпшеного продукту або послуги, нового способу їх виробництва для задоволення, як індивідуального попиту, так і потреб суспільства в нововведеннях в цілому	[4]
	дії і взаємодії різних методів, факторів і органів управління, що займаються науковими дослідженнями, створенням нових видів продукції, удосконаленням обладнання і предметів праці, технологічних процесів і форм організації виробництва на основі новітніх досягнень науки, техніки; плануванням, фінансуваням та координацією НТП ; вдосконаленням економічних важелів і стимулів; розробкою системи заходів з регулювання комплексу взаємообумовлених заходів, спрямованих на прискорення інтенсивного розвитку НТП та підвищення його соціально-економічної ефективності	[5]
процедура	створення та впровадження нових товарів і послуг, розробку і впровадження нових промислових технологій, які будуть основою виробничої діяльності фірми в майбутньому, а комерційна реалізація новостворених виробів (послуг) забезпечить майбутні доходи і сформує конкурентну позицію компаній	[6]

У широкому сенсі, під «діяльністю» розуміється активна взаємодія з навколишньою дійсністю, у ході якої суб'єкт цілеспрямовано впливає на об'єкт і задовольняє у такий спосіб свої потреби [7]. Таким чином, при використанні категорії «діяльність» підкреслюється її уособлений характер, тобто імпульс надходить від певного суб'єкта. Ситуація знаходить свій розвиток завдяки здійсненню певного впливу на неї. У такий спосіб проявляється залежність від волі цього суб'єкта. Крім того, слід підкреслити, що здійснення впливу повинно мати цілеспрямований характер, у іншому випадку витрачені зусилля можуть бути марними. Враховуючи сучасні ринкові умови, яким властивий високий рівень невизначеності та ризику, а також зміст покладений в основу поняття «інновація», у якості означеної мети доцільно визначити забезпечення ефективного економічного розвитку та стійкості системи.

Якщо використовувати категорію «процес» («хід, розвиток якогось явища, послідовна зміна станів у розвитку чого-небудь» [8]) , мова йде про результат цього впливу, розвиток ситуації, якій було задано траєкторію руху. Акцентується увага на способі функціонування об'єкта, змінах у ньому.

Використання категорії «система» («сукупність взаємодіючих між собою відносно елементарних структур або процесів, об'єднаних у єдине ціле виконанням деякої спільної функції, незвідної до функції її компонентів» [9]) свідчить про наступне: для ефективного здійснення впливу необхідна розробка комплексу заходів, які у сукупності повинні становити інтегральну структуру.

При вживанні категорії «процедура» (встановлений спосіб здійснення діяльності або процесу) уточнюється спосіб здійснення дій.

Таким чином, з точки зору забезпечення життєздатності та конкурентоспроможності системи (підприємства) у довгостроковій перспективі інноваційну діяльність автором пропонується розглядати як цілеспрямоване систематичне використання суб'єктом (новатором) ресурсів, з метою здійснення спрямованих та якісних змін – отримання нового технічного (технологічного) рішення поставленої задачі (задоволення ринкової потреби), що забезпечить стійкий економічний розвиток системи.

Інноваційну діяльність можна розглядати як складову загального управління системою – підприємством, яке повинно здійснюватися, перш за все, згідно із загальними принципами управління.

Взаємопов'язаним з поняттям «інноваційна діяльність» є поняття «інноваційний процес». Вчений-економіст Б. Твісс стверджував, що інноваційний процес є єдиним у своєму роді процесом, який поєднує науку, техніку, економіку, підприємництво та управління у єдине ціле для одержання суттєвих ефектів і кращого задоволення суспільних потреб [10]. Англійський вчений Р. Крейтнер у якості сутності інноваційного процесу визначив систематичний розвиток і практичне відпрацювання нових ідей [11]. У цьому визначенні обґрунтовано підкреслено безперервний характер здійснення процесу. Схожої точки зору дотримується вчений-економіст В.П. Соловйов, який під інноваційним процесом розуміє процес перетворення ідей в нову (вдосконалену) продукцію, що користується попитом на ринку [12].

У запропонованому вченим О. Бутніком-Сіверським визначенні, зміст поняття конкретизується та визначається як послідовність дій, направлених на про-

дукування ідей імовірного нововведення, маркетинг інновацій, виробництво, продаж і поширення цього нововведення, оцінка ефективності інновацій [13]. Визначення інноваційного процесу, що були наведені, за своїм змістом є подібними до визначення поняття інноваційної діяльності. Однак ці поняття слід розрізняти. Якщо інноваційна діяльність являє собою цілеспрямований вплив суб'єкта (новатора), то інноваційний процес є «відгуком» цього впливу, його результатом: зміною станів об'єкта впливу (нового технічного або технологічного рішення), зміною його форми. У процесі здійснення інноваційної діяльності суб'єкт має можливість контролювати ситуацію, в свою чергу, інноваційний процес може сприяти подальшому самостійному розширенню інноваційних втілень у конкурентів у випадку недостатнього захисту досягнутих перетворень. Це підтверджує той факт, що у одному із міжнародних методологічних стандартів «Керівництво Осло» [14], прийнятому країнами Північної Європи за сприяння Фонду розвитку промисловості, та багатьох інших наукових джерелах у якості складової інноваційного процесу виділяється дифузія – подальше поширення знань у інші сфери суспільного життя не залежно від волі початкового ініціатора створення інновації. Якщо розглядати інноваційний процес з точки зору його ролі у забезпеченні життєздатності системи у довгостроковій перспективі, важливою рисою є перевага в ринковій боротьбі з конкурентами за рахунок пріоритетної пропозиції ринку товару (послуги) з новими властивостями, що дає можливість стійкого розвитку підприємства як системи.

Керуючись цією логікою, на думку автора, з позицій стійкого розвитку, під інноваційним процесом слід розуміти свідомо ініційовану послідовну зміну стану ресурсів, на шляху їх перетворення у нові технічні/технологічні рішення для подальшого цільового використання отриманих результатів, з метою забезпечення ефективного економічного розвитку системи та, як наслідок, її економічної стійкості.

Визнаючи той факт, що інноваційний процес є «ядром» стійкого економічного розвитку підприємства як системи, однією з головних задач, що постає перед підприємством, є обґрунтоване стратегічне планування інноваційної діяльності як складової частини загальної стратегії розвитку, забезпечення бажаного рівня ефективності інноваційної діяльності в умовах ризику та невизначеності, а

саме – забезпечення. Таким чином, напрямом подальших досліджень є розробка теоретико-методичної бази забезпечення інноваційного процесу на підприємстві.

Висновки. Підводячи підсумки, слід відзначити, що у статті набув подальшого розвитку категоріальний базис інноваційної складової стійкого економічного розвитку економічної системи; розкрито зміст та роль інноваційного процесу та інноваційної діяльності у забезпеченні стійкого економічного розвитку підприємства, що дозволило сформулювати рекомендації стосовно управління інноваційною складовою в умовах невизначеності та ризику.

Список літератури: 1. *Фатхутдинов Р.А.* Стратегический маркетинг. – М.: Бизнес-школа "Интел-Синтез", 2000. – 640 с. 2. *Лисина, Е.Б.* Вопросы правового регулирования инновационной деятельности в странах СНГ [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://iee.org.ua/files/alushta/42-lisina-voprosy_pravovogo.pdf. 3. Закон України «Про інноваційну діяльність» (№ 40-IV від 04.07.2002 р.) // Урядовий кур'єр. Орієнтир, 2002. – № 143. – С. 1–7. 4. *Сафронов Н.А.* Экономика предприятия: Учебник/ Под ред. проф. Н.А. Сафронова. – М.: «Юрист», 1998.-584 с. 5. Инновационный менеджмент: Учебно-методическое материалы. / Автор-сост. А.Н. Алексеев. 2-е издание, переработанное и дополненное. – М.: МИЭМП, 2008. – 48 с. 6. *Гольдштейн Г.Я.* Стратегический инновационный менеджмент. – Таганрог: ТРТУ, 2004. – 417 с. 7. Педагогический энциклопедический словарь / гл. ред. Б.М. Бим-Бад. – 3-е изд. – М.: Большая Рос. энциклопедия, 2009. – 528 с. 8. *Ожегов С.И.* Толковый словарь русского языка / С. Ожегова, Н.Ю. Шведова. – М.: ИТИ Технологии, 2006. – 944 с. 9. *Еремин А.Л.* Ноогенез и теория интеллекта/ А.Л. Еремин. – Краснодар: СовКуб, 2005. – 356 с. 10. Твисс Б. Управление научно-техническими нововведениями: Сокр.пер. с англ / Б. Твисс. – М.: Экономика, 1989. – 271 с. 11. *Kreitner R.* Management / R. Kreitner.– Boston Houghton Mifflin Company, 1989.– 173 p. 12. *Словьев В.П.* Инновационная деятельность как системный процесс в конкурентной экономике (Синергетические эффекты инноваций) / В.П. Словьев. – Киев: Феникс, 2006. – 560 с. 13. *Бутнік-Сіверський О.* Трансформація інтелектуальної власності в інноваційний продукт / О. Бутнік-Сіверський // «Інтелектуальний капітал», № 5, 2003. – С. 3-12. 14. Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data. 3rd edition. A Joint Publication of OECD and Eurostat. OECD/EC, 2005 (Руководство Осло. Рекомендации по сбору и анализу данных по инновациям. 3-е изд., совместная публикация ОЭСР и Евростата / Пер. на рус. яз. – М.: ГУ «Центр исследований и статистики науки», 2006. – 192 с.

Надійшла до редколегії 15. 10. 2012

УДК 338.22.01

Предпосылки устойчивого экономического развития предприятия в условиях неопределенности и риска / Краснощекова Ю. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 56(962). – С. 86–82. – Бібліогр.: 14 назв.

В статті изучається категоріальний апарат інноваційної складової стійкого економічного розвитку підприємства. Особливе увагу приділяється визначенню сутності понять «інноваційна діяльність» і «інноваційний процес», що представляє собою базу для здійснення подальших досліджень в обраній сфері.

Ключевые слова: устойчивое экономическое развитие, инновация, инновационная деятельность, инновационный процесс

The categorical apparatus of innovative component of enterprise sustainable economic development is researched in this article. Special attention is paid to defining the essence of the concepts of "innovation activity" and "innovation process", which forms the basis for further researches in chosen area.

Keywords: sustainable economic development, innovation, innovative activity, innovative process

УДК 658. 589:338. 439(045)

І. В. ЛЕВИЦЬКА, докт. екон. наук, доц., ВТЕІ КНТЕУ, Вінниця**РОЛЬ ІННОВАЦІЙ У ВИЗНАЧЕННІ ТЕМПІВ ВІТВОРЕННЯ
ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ**

В статті розглянуто й проаналізовано розвиток теоретичних поглядів провідних учених у теорії інновації. При цьому описано загальні моделі інноваційного розвитку, що дозволяють визначити вплив інновацій на економічний розвиток систем.

Ключові слова: інновації, основні засоби, моделі, економіка, інноваційний розвиток, економічний розвиток систем, технічний прогрес.

Постановка проблеми. У сучасних умовах стійкий довготерміновий розвиток економіки більшою мірою залежить не від обмежених ресурсних можливостей, а від інноваційної активності суспільства.

Кожен із дослідників залежно від об'єкта та предмета наукового дослідження та від постановленої мети створює свою точку зору на сутність і зміст інновацій та на їхнє місце і роль в економічній системі. Така різноманітність поглядів з'являється через багатогранність та складність даного економічного феномену.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Теоретичним засадам дослідження теорії інновацій, проблемам інноваційної діяльності та інноваційного розвитку присвячували свої роботи такі вчені: К. Маркс, Д. Рікардо, Ж. Б. Сей, Ван Гельдерен, А. Сміт, Й. Шумпетер, К. Фрімен, Д. Кларк, Л. Соете, С. Кузнець, Б. Санто, Б. Твіст, П. Друкер, Д. В. Соколов, А. Б. Титов, М. М. Шабанова, Г. М. Добров, А. А. Корінний, В. Б. Мусієнко, Й. М. Піннінгс, Е. Менсфілд, Е. Еймз, Е. Трін.

Мета дослідження. Провести ґрунтовний аналіз розвитку теоретичних поглядів стосовно теорії інновацій та їх моделей. Дослідити моделі інноваційного розвитку, що дозволяють визначити вплив інновацій на економічний розвиток систем.

Виклад основного матеріалу. Протягом тривалого періоду відбувалась еволюція у поглядах щодо визначення впливу інновацій на стан економіки, роль інновацій у формуванні пропозиції. Зупинимось коротко на основних етапах розвитку теорій інновації, характеристиках, перевагах та недоліках представлених в економічній літературі моделей інноваційного розвитку.

Теорія інновацій розглядає моделі, якими науковці намагаються описати вплив науково-технічного прогресу на стан та розвиток економіки, на продукти-

вність галузей промисловості і окремих підприємств. Розроблені моделі інноваційного розвитку дозволяють визначити вплив інновацій на економічний розвиток систем.

У неокласичних моделях пояснювали можливий розвиток та загальні тенденції зростання реальних змінних економіки та досягнення нею стійкого збалансованого зростання через накопичення капіталу та взаємозв'язок між двома основними факторами виробництва (працею і капіталом) та змінами продуктивності – технічним прогресом.

Можливість існування експоненціального росту на основі накопичення капіталу та змін продуктивності довели в своїх працях Рой Харрод та Євсій Домар [6]. У подальшому цю теорію розвинули та сформулювали основні положення Роберт Солоу та Тревор Сван. Запропонована теорія одержала назву економічної теорії довгострокового зростання. Попри позитив, який ця теорія несла, їй притаманні недоліки всієї сукупності неокласичних моделей. До недоліків неокласичних моделей варто віднести наступні положення, які у пізніших моделях інноваційного розвитку були усунені:

- технологічний прогрес розглядається з позиції постійного стійкого зростання;
- технічний прогрес не залежить від будь-якої діяльності суб'єктів економіки, переваг та параметрів державної політики;
- інвестиції та збереження не впливають на темпи приросту на стійкій траєкторії.

Модель розвитку Р. Солоу та Т. Свана у 1960-ті роки була доповнена динамічними оптимізаційними моделями Девіза Касса, Т'яллінга Купманса, Пітера Раймонда, що дало можливість сформувати більш повну модель, на якій будується теорія росту. Крім визначених чинників впливу на розвиток економіки нова модель враховує додаткові фактори впливу: поведінку споживача та вплив норми заощаджень. В рамки цієї моделі вкладається висунута Р. Барро гіпотеза умовної або відносної конвергенції, яка стала результатом пошуку відповіді на одне із головних питань теорії економічного зростання – зближення рівнів розвитку різних країн у довгостроковому періоді.

Намагання визначити та пояснити вплив науково-технічного прогресу на стійкий розвиток призвело до необхідності сформулювати відповіді на питання, на які не давала відповідь базова теорія та результати емпіричних досліджень.

Маючи однакове чинники впливу зовнішнього середовища, економіки окремих країн мають абсолютно різний стан економік. Намагання пояснити процеси, які відбуваються, викликаючи зростання економік одних країн та занепад інших, призвели до спроб пояснити цей феномен із використанням теорій інновацій.

Крім того, різні темпи науково-технічного прогресу у різних країнах, у різні проміжки часу також вимагали пояснень. Проведені емпіричні дослідження засвідчили ці відмінності, але не пояснювали природу явищ, що відбувались. Крім того неокласична теорія не давала відповіді на питання щодо екзогенного характеру, пояснення причин, джерел, характеру реалізації, шляхів розповсюдження технічних змін. За допомогою неокласичної теорії, яка визначала поведінку економік через взаємодію трьох чинників – праці, капіталу, інвестицій, – не можна було описати стрімкий ріст економік окремих країн [3].

Для відповіді на поставлені питання виникла необхідність у подальших наукових дослідженнях, що призвело до розширення кола детермінант, порівняно із описаними традиційною теорією економічного росту.

Саме це у середині 80-років 20 ст. стало причиною виникнення так званої «нової хвилі» теорій економічного росту. Варто зазначити, що це напрямок, який розвивається дуже інтенсивно і зараз.

Пол Ромер у 1989 р. розширив перелік чинників, які впливають на поведінку економіки країни. Він відзначив, що:

1. Середні темпи росту не залежать від доходу на душу населення.
2. Зростання міжнародної торгівлі позитивно корелює з рівнем доходу на душу населення.
3. Зростання чисельності населення негативно корелює з рівнем доходу на душу населення.
4. Кваліфіковані та некваліфіковані робітники мають тенденцію до міграції в більш багаті країни.
5. Зростання капіталу недостатньо для пояснення росту виробництва.

Але, на думку Ю. В. Шараєва, перелік цих факторів неповний та різномірний. Оскільки ці тенденції неможливо пояснити в межах базової неокласичної моделі та пояснити тільки процесами накопичення капіталу та рухом основних чинників виробництва, необхідно здійснити пошук додаткових чинників та дете-

рмінант, які на думку Ю. В. Шараєва, скриваються у залишковому члені виробничої функції [5].

Розширення кола чинників при визначенні їх дії та ступеня впливу на розвиток економік країн і окремих суб'єктів підприємницької діяльності не дало можливість відповісти на питання, що виникали. Певною відповіддю на питання, які не були розкриті в неокласичній моделі, є робота Вільяма Істерлі та Росса Левіна, що вийшла у 2000 р., в якій вони сформулювали стилізовані чинники і зробили наступні висновки:

- накопичення чинників не має вирішального значення для більшої частини перехресних відмінностей в рівнях економічного розвитку, натомість вирішального значення набуває загальна продуктивність чинників;

- дивергенція, а не конвергенція реальна на тривалих періодах часу;

- ріст не обов'язково стійкий у часі, оскільки існують найрізноманітніші типи поведінки економічного росту різних країн у різний період часу, натомість стійким і досить постійним є накопичення капіталу;

- всі чинники виробництва зростають рівномірно, здійснюючи взаємний вплив;

- національна політика впливає на довгострокове економічне зростання.

Саме дію цих чинників покладено в основу теоретичної моделі ендогенного зростання, яка побудована на пошуку та обґрунтуванні напрямів взаємодії детермінант економічного росту – поведінкових та інституційних, і від яких залежить стійке довгострокове зростання економіки .

80 роки 20 століття характеризуються новим сплеском цікавості до теорій економічного росту, що дозволило доповнити існуючі положення знаннями у суміжних площинах економічної теорії: теорія макроекономічної динаміки, мікроекономіки, теорії суміжних ринків, теорії суспільного сектору, використовуючи знання з зовнішньої ефективності, навчання в процесі діяльності, права власності, структури ринків тощо.

З'явився новий напрямок теорій росту – ендогенні теорії росту. Розробниками цих теорій стали Пол Ромер, Роберт Лукас, Сержіо Ребело. Наукові публікації цих авторів пов'язували постійне зростання із внутрішніми джерелами та поведінковими параметрами моделі. Ці моделі стали базою для розроблення моделей ендогенного росту. Хоча варто зазначити, що перші моделі ендогенного росту спирались на розробки 60-х років, які не знайшли підтримки у період їх

розроблення. Це моделі Єрроу та Узави, які були запропоновані іще у 1962 та 1965 роках, відповідно.

Цікавість являють моделі нової хвилі, які пов'язували політичні та соціальні складові з технологічними змінами. Саме в цей період з'явилися спроби створити моделі, в яких пов'язані:

- технологічні зміни та ріст населення (моделі Кремера, Хансена та Прескота, Галора та Вейла, Джонса);
- ріс та нерівномірний розподіл багатства (Саймон Кузнец, Ролан Бенабоу, Алесіна та Родрік, Агіон та Болтон, Франсіско Капеллі);
- моделі, які розглядають різні аспекти економічної політики та політичного устрою (зв'язок демократії та економічного росту, зв'язок росту та безробіття, циклів, ринкової структури, забруднення оточуючого середовища тощо).

За типами ресурсів зростання знань Боян Джованович у 1995 р. запропонував вихідні моделі ендогенного технічного прогресу класифікувати наступним чином: наукові дослідження та розробка – розвиток та виробництво власно технологій як продукту (виробництво інновацій – це продукт, який виробляється особливим сектором економіки, і має назву Research & Development); навчання; тренінг (перепідготовка) – діяльність, спрямована на розвиток власне людини; навчання на практиці.

Перераховані підходи свідчать про те, що й досі не існує остаточної точки зору на те, які із детермінант росту визначають довгострокове зростання, але зрозуміло, що серед цих детермінант росту значну роль відіграють детермінанти, які характеризують поведінку людей, суспільства та держави. Ю. В. Шараєв запропонував розширити представлену класифікацію [5]. Узагальнити запропонований ним підхід можна наступним чином за допомогою рисинку.

З позицій відтворення основних засобів особливу цікавість викликає модель, яка пов'язує зростання із оптимізацією споживання, в якій позитивний темп приросту досягається при дотриманні умови:

$$A > \delta + \rho \quad (1)$$

де A – віддача капіталу;

δ – норма амортизації;

ρ – суб'єктивна ставка дисконту.

Тобто позитивний темп приросту забезпечується у разі, коли віддача капіталу перевищує норму амортизації та суб'єктивну дисконтну ставку.

Такий підхід базується на визначенні функції корисності споживання за моделлю Рамсея-Касса-Купманса.

Набуття економікою конкурентних переваг можливе через забезпечення необхідних темпів науково-технічного прогресу. Визначну роль науково-технічного прогресу у забезпеченні стійкого економічного росту встановили основні та неокласичні моделі економічного росту Солоу-Свана, Рамсея-Касса-Купманса, Раймонда та інші, але ці моделі розглядали науково-технічний прогрес як екзогенний, зовнішній по відношенню до економіки, процес, який не залежить від змінних економіки, суб'єктивної поведінки людини та інститутів.

Сучасні теорії зосереджені на вирішенні цього питання. Моделі економічного росту із включенням людського капіталу демонструють принципову можливість існування ендегенного росту на основі розвитку людського капіталу, персоніфікованого індивідуального рівня знань, кваліфікації, здібностей. Але індивідуальний розвиток не вичерпує всього розвитку людства, можливе також і безпосереднє зростання рівня продуктивності техніки, машин та обладнання. Дослідження Холла та Джонса, Хендрікса та ін. підтверджують це положення

Можливість існування стійкого росту з постійним темпом приросту на основі ендегенного росту (впровадженого науково-технічного прогресу) відображена у моделі Пола Ромера. В цій моделі розглянуто вертикальний та горизонтальний типи технічного прогресу, визначено, що темп приросту залежить від поведінкових параметрів: суб'єктивної дисконтної ставки (ставка часової переваги корисності споживача), а також від параметрів державної політики. Технічний прогрес виражається у розширенні видів виробничих (проміжних) продуктів (горизонтальний тип технічного прогресу), кожний із яких ідентифікується зі спрощеною технологією. Джерелом покриття витрат на наукові розробки виступає монопольний прибуток виробника проміжного продукту, для отримання якого він здійснює фінансування наукових досліджень.

З позицій визначення темпів відтворювальних процесів модель Пола Ромера розглянемо більш детально.

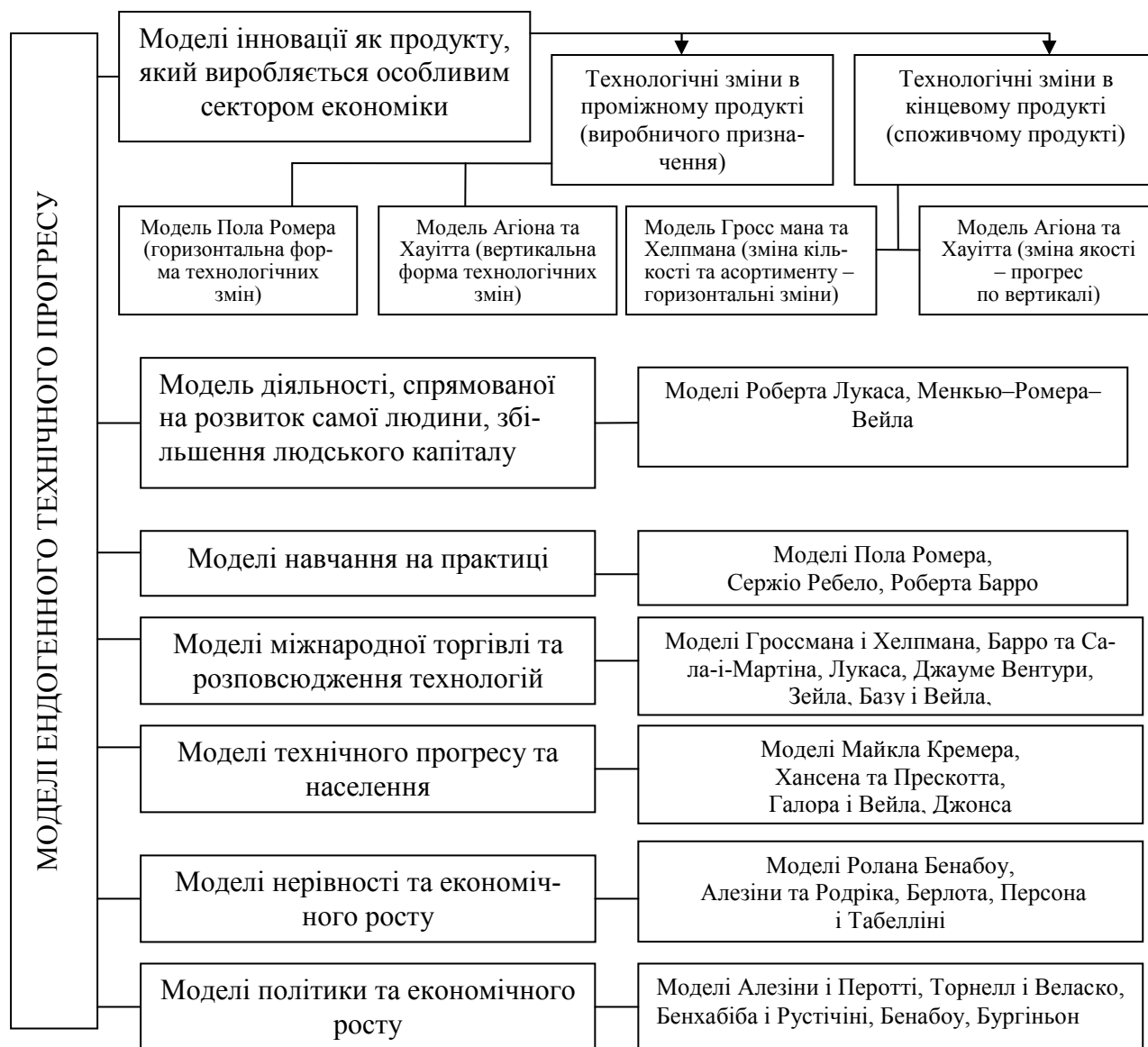


Рис. – Узагальнена автором класифікація моделей ендогенного технічного прогресу [2]

Модель зростання з вертикальними інноваціями має відмінний підхід, який побудований на твердженні, що нові відкриття сприяють старінню технологій або продуктів. Старіння або створювальне знищення мають позитивні наслідки, які побудовані на відторгненні відносин між поточними та майбутніми дослідженнями, що дає позитивний результат можливості циклічного зростання. Можна стверджує, що хоча поточні інновації мають позитив для майбутніх досліджень та розробок, вони негативно впливають на виробників. З огляду на це фірма, яка має успіх в інноваціях, може монополізувати проміжний сектор до виникнення нової інновації [2, с. 134]. Дослідження скорочують тривалість одержання монопольного прибутку та знижують вартість інновації.

Таким чином, можна зробити висновок, що для виробництва товарів промислового призначення можливі як горизонтальна форма науково-технічного прогресу, так і вертикальна – зростання різноманіття та покращення якості інноваційного продукту.

Зміни, які відбуваються у сфері виробництва товарів виробничого призначення, здійснюють вплив на виробництво споживчих товарів. В цьому разі можливі також горизонтальна та вертикальна форми впливу науково-технічного прогресу: урізноманітнення та покращення якості споживчих товарів. При цьому під дію науково-технічного прогресу підпадають як покращення процесу виробництва товарів, так і покращення їх споживчих властивостей, створення нових типів товарів, тобто все те, що розширює набір споживчих благ.

Розвитком та певною мірою поясненням цього підходу є запропонована модель Гроссмана та Хелпмана, яка побудована на введенні в стандартні моделі функцій корисності споживача і будується на припущенні, що споживач надає перевагу різноманітним товарам, що збільшує корисність споживання в наслідок дії правила «смаку до різноманіття». Але темп росту фізичного споживання при оптимізації рівня корисності нульовий, тобто все прирощення різноманіття досягається без збільшення фізичного обсягу споживання. Відбувається розроблення і пропозиція нових типів споживчих благ в межах існуючого фізичного капіталу, що пояснюється обмеженістю купівельної спроможності споживачів.

Такі зміни у попиті не вимагають прискорених темпів оновлення основних засобів, оскільки для підприємств харчової промисловості досягнути ефекту горизонтального науково-технічного прогресу можна на існуючому обладнанні шляхом зміни рецептури та впровадженні нових для підприємств продуктів із заданими властивостями. Саме таким чином відбувається розширення асортименту продукції, що пропонується споживачеві. Наприклад, для молочної промисловості характерний випуск продукції із різною масою жиру та різними наповнювачами, які викликають у споживачів відчуття різноманітності. Випуск ковбас одного типу (наприклад, варених, сиркопчених, сиров'ялених, сарделек, сосисок) за різними рецептурами з різними типами оболонки, різних форм тощо.

Зростання споживання можливе лише у тому разі, коли у споживача зростає можливість витрачання грошових коштів на визначену групу товарів або ж відбудеться зміна у структурі споживання.

Гроссман та Хелпман пропонують також модель вертикальної форми науково-технічного прогресу у сфері споживчих товарів, яка пов'язана із покращен-

ням якості кінцевих благ. Ця модель побудована на положеннях недосконалої конкуренції як необхідного ланцюга ендогенного росту. Мова йде про певну форму монопольного права на знову винайдені товари та технології, і через купівлю-продаж патентів весь монопольний прибуток надходить на фінансування науково-дослідного сектору, тому цей сектор повністю конкурентний.

Таким чином, виходячи із представлених моделей, для успішної реалізації інноваційних проектів підприємства можуть використати одну із двох альтернатив:

➤ Підприємства самостійно розробляють інноваційно-технічні передумови і реалізують на ринку одержані результати. Такий підхід пов'язаний зі значними фінансовими витратами, які зумовлюються науково-технічним прогресом, і супроводжується значними економічними та комерційними ризиками. Використання такого підходу збільшує ймовірність створення продукції високого технічного рівня і підвищеної складності. Такий підхід собі можуть дозволити лише фінансово стійкі великі підприємства, які мають розширений доступ до зовнішніх джерел фінансування та значні власні фінансові можливості. Цей підхід продемонстровано у моделях нової хвилі, які були зосереджені на поясненні походження технічного прогресу та детальній розробці виникнення та структури інновацій.

➤ Підприємства купують інновації, не займаючись самостійними науковими розробками. Такі моделі виокремлювали виробництво інновацій як особливий виробничий сектор, зосереджувались на деталях функціонування цього виробництва, особливостях та джерелах його фінансування тощо. Серед них найбільш відомі моделі Пола Ромера, Агіона та Хауїтта, Гроссмана та Хелпмана, які стали основою для базових теорій інновацій економічного росту. Пізніше саме ці моделі лягли в основу розвитку теорій інновацій.

Розвиток підприємства, його ефективність все більше залежить від споживача. В свою чергу споживач все більшою мірою орієнтований на економічну доцільність та ефективність продукції, яка пропонується виробником. Саме положення такого підходу відображає модель вертикальної форми науково-технічного прогресу у сфері споживчих товарів Гроссмана та Хелпмана.

Відтворення основних засобів підприємств напряду залежать від того, яку із моделей інноваційного розвитку вони можуть собі дозволити.

Так, якщо підприємство має обмежені фінансові ресурси, то вибір інноваційної стратегії буде побудований на придбанні інновацій, при відсутності власних розробок. Темпи оновлення основних засобів відповідають амортизаційній

політиці підприємства, а сам процес відтворення реалізується через горизонтальну модель інновацій.

Об'єднання підприємств або ж фінансово потужні підприємства можуть дозволити собі самостійну розробку інновацій, які потім, при бажанні, можуть продавати на ринку інновацій. В цьому разі розширюються можливості підприємств і вони орієнтовані на розширене відтворення при використанні моделі вертикальної форми науково-технічного прогресу П. Ромера, Гроссмана та Хелпмана.

Таблиця – Співвідношення типів відтворювальних процесів та їх характеристик та моделей інноваційного розвитку

Стратегічний напрям розвитку підприємства	Фінансові можливості підприємства	Темпи відтворювальних процесів	Тип відтворювальних процесів	Модель інноваційного розвитку	Тип інновацій
1	2	3	4	5	6
Вихід з ринку					
Поступове згортання діяльності	Критичний фінансовий стан	Уповільнення з орієнтацією на експлуатаційну фазу відтворювального циклу	Звужене відтворення	Не використовується	Не використовується
Утримання ринку:					
а) в межах існуючого товарного портфелю	Задовільний фінансовий стан	Відповідно до амортизаційної політики, орієнтованої на лінійні методи нарахування амортизації	Просте відтворення	Холла та Джонса	Продуктові інновації в рамках існуючого товарного портфелю
б) диверсифікація пропозиції	Хороший фінансовий стан	Відповідно до амортизаційної політики, орієнтованої на прискорені методи нарахування амортизації	Розширене відтворення	Рамсея-Касса-Купманса	Продуктові інновації, орієнтовані на існуючий ринковий сегмент
Розширення ринку					
а) в межах існуючого товарного асортименту	Хороший фінансовий стан	Інтенсифікація процесів відтворення	Розширене відтворення	П. Ромера (горизонтальний тип технічного прогресу)	Продуктові інновації
б) диверсифікація пропозиції	Хороший фінансовий стан	Інтенсифікація процесів відтворення	Розширене відтворення	П. Ромера, Гроссмана та Хелпмана (вертикальний тип технічного прогресу)	Процесові інновації

Висновок. Підводячи підсумок, можна стверджувати, що тип відтворювальних процесів на підприємствах визначається декількома параметрами: обраною стратегією, фінансовим станом підприємства, його амортизаційною політикою. В той же час реалізація відтворювального процесу може бути досягнута з

орієнтацією на одну із моделей інноваційного розвитку і відповідного типу інновацій.

Список літератури: 1. Адизес И. Управление жизненным циклом корпорации. – СПб: Питер. – 2010. – 384 с. 2. Шараев Ю. В. Теория экономического роста. М.:ГУ ВШЕ. – 2006. – 254 с. 3. Вишневский Р. Общая теория стоимости и экономического роста / Р. Вишневский [Материалы конференции] "Экономическая цивилизация: исторический триумф и эсхатологический кризис". – Москва, 1999. 4. Инвестиционное поведение российских предприятий. М., Институт экономики переходного периода, 2003. – с. 497. 5. Орлов П. А. Оцінка економічного ефекту прискореної амортизації на промислових підприємствах в умовах реформування державної амортизаційної політики / П. А. Орлов / Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2007. – № 606. – с. 369 – 374. 6. Харрод Р., Хансен Э. Т. 1. К теории экономической динамики Р. Харрод. Экономические циклы и национальный доход. в 2х томах Т. 2 (Классики Кейнсианства). 7. <http://ek-lit.narod.ru/neoksod2.htm>

Надійшла до редколегії 29. 10. 2012

УДК 658. 589:338. 439(045)

Роль інновацій у визначенні темпів вітворення основних засобів / Левицька І. В. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2012. – № 56(962). – С. 93–103. – Бібліогр.: 7 назв.

В статье рассмотрены и проанализированы развитие теоретических взглядов ведущих ученых в теории инновации. При этом описано общие модели инновационного развития, позволяющие определить влияние инноваций на экономическое развитие систем.

Ключевые слова: инновации, основные средства, модели, экономика, инновационное развитие, экономическое развитие систем, технический прогресс.

The article reviewed and analyzed the development of theoretical views of leading scientists in the theory of innovation. In this case, to describe the general model of innovation development, allowing to determine the effect on the economic development of innovation systems.

Keywords: innovation, plant and equipment, models, economy, innovation development, economic development, systems, and technical progress.

УДК 332.14 : 338.48

Ю. Ю. ЛЕОНТ'ЄВА, канд. екон. наук, Харків

ОБҐРУНТУВАННЯ ПОНЯТТЯ «ДЕСТИНАЦІЯ ДІЛОВОГО ТУРИЗМУ»

Розглянуто поняття «діловий туризм» та «дестинація». Обґрунтоване поняття «ділова туристична дестинація». Визначено, що «дестинація ділового туризму» – це певне місце: країна, регіон, місто, або готель, діловий центр, що має певну привабливість для ділових поїздок, включає ресурси категорій «атракція», «доступність», «комфорт», «посередники», є метою подорожі й доступна з погляду транспортних комунікацій.

Ключові слова: діловий туризм, дестинація, атракція, доступність, комфорт, посередники.

Вступ. В останні роки туризм перетворився на одну з найбільш дохідних і інтенсивно розвинутих галузей світового господарства. Про це свідчить той факт, що туризм дає кожне десяте робоче місце, на його частку доводиться близько 10% світового валового національного доходу, 7% капіталовкладень.

З позицій визначення темпів відтворювальних процесів модель Пола Ромера розглянемо більш детально.

© Ю. Ю. Леонт'єва, 2012

З кожним роком ділові, культурні та наукові зв'язки між регіонами і країнами стають все більш інтенсивними [15].

Діловий туризм як явище сформувався ще в XV столітті і отримав сильний імпульс до розвитку в епоху Відродження, коли почала бурхливо розвиватися економіка, з'явилися нові ремесла, розширилася торгівля між країнами. В кінці 1970-х – початку 1980-х рр. в світовому туристичному бізнесі почала використовуватися спеціальна термінологія, що стосується галузі бізнес-подорожей як високоприбуткового сегмента індустрії. На початку XXI століття ділової туризм міцно утвердився в багатьох країнах як найшвидше розвивається економічний сектор, що забезпечує приплив іноземної валюти і створення робочих місць, підвищення попиту на різні сектори індустрії туризму, розвиток галузей економіки, науки, освіти, культури та охорони здоров'я. Міжнародний діловий туризм відіграє важливу роль у підвищенні рейтингу відповідного міста і може допомогти позиціонувати його і навколишній регіон як центр якості в певному секторі економіки [15].

Займаючись питаннями ділового туризму неможливо не торкнутися поняття дестинації, тому що багато вчених займаються питанням підвищення привабливості їх для бізнес-подорожей.

Існує чимало робіт вітчизняних і іноземних авторів присвячених діловому туризму – це роботи А. Ю. Александрової, А. В. Бабкіна, М. І. Кабушкіна, В. А. Квартальнова, Г. А. Папіряна, Т. В. Петрової [1, 3, 6, 7, 14, 15]. Але тільки один автор непряме пов'язує поняття «діловий туризм» та «дестинація» [15].

Завданням даної роботи буде обґрунтування поняття «дестинація ділового туризму», тому що не дивлячись на значну роль ділового туризму, необхідно відзначити, що його розвитку не приділяється достатньої уваги.

Існує багато визначень поняття «діловий туризм»:

- туристичні поїздки з діловими цілями (бізнес-подорожі) [5];
- подорожі із службовими цілями без здобуття доходів по місцю відрядження [1];
- зустрічі і конференції, торгівельні виставки і ярмарки, а також інсентів-подорожі (заохочувальні), які визнані найбільш ефективними засобами для ведення бізнесу, виходу на нові ринки, а також для обміну думками і новими ідеями між колегами і клієнтами [14].

У відповідності з вищенаведеними визначеннями можна стверджувати, що діловий туризм – один з найперспективніших напрямів сучасного туризму.

Поняття «дестинація» введено в обіг порівняно нещодавно і є запозиченим з англійської мови (англ. *destination*). У закордонній літературі дане поняття широко застосовується в наукових і практичних цілях. У вітчизняній науці про туризм воно перебуває в стадії розробки, а його трактування вітчизняними й російськими вченими зустрічається зазвичай в дисертаційних роботах і монографіях. Дослідження критеріїв стабільності розвитку туризму, на думку Т.І. Ткаченко, на сьогоднішній день ускладнено у зв'язку з тим, що теоретико-методологічні основи поняття «дестинація», його розвиток недостатньо досліджені у вітчизняній практиці [18].

Поняття «дестинація» трактується різними авторами неоднозначно, проте можна виділити один, у рамках якого формуються істотні ознаки, що характеризують дестинацію – це територіальний аспект. Більшість авторів пов'язують дестинацію з певним місцем у просторі, зміна якого неможлива й у напрямку до якого переміщуються відвідувачі (В. Альтхоф, Є. Г. Аленова, В. С. Боголюбов, Н. П. Костяев, Н. Лейпер, Н. М. Лисенко, М. О. Морозов, С. С. Ніколаєв, П. Пірс, Ю. А. Рябуха, Т. О. Себекина, Т. І. Ткаченко) [2, 4, 8, 10, 12, 13, 16-21].

Є.А. Машкович, розглядаючи етимологію терміна «дестинація», стверджує, що він має яскраво виражений просторово-територіальний характер, тобто під дестинацією завжди розуміють певне місце, у напрямку до якого здійснюється переміщення [11]. Є.А. Машкович відзначає, що дестинацію можна розглядати в наступних аспектах: територіальному, економічному, соціальному, управлінському. Дане поняття може розглядатися з різних точок зору залежно від цілей дослідження [11].

Всесвітня туристична організація (*UNWTO*) дає наступне визначення: «Місцева туристична дестинація – це фізичний простір, у якому відвідувач проводить не менше однієї ночі. Вона включає такі турпродукти, як допоміжні послуги й визначні пам'ятки, а також туристичні ресурси, відвідування яких разом з дорогою «туди й назад» займає не більше одного дня. Вона має фізичні й адміністративні границі, що визначають форму її управління, а також імідж і репутацію, що визначають її конкурентоздатність на ринку. Місцеві дестинації включають різні зацікавлені сторони, у тому числі (у багатьох випадках) прий-

маюче співтовариство, і можуть частково збігатися й, тісно взаємодіючи, утворювати більші дестинації» [18].

Об'єднуючи поняття «діловий туризм» та «дестинація», пропонуємо визначати «дестинацію ділового туризму» як певне місце: країну, регіон, місто, або готель, діловий центр, що має певну привабливість для ділових поїздок, включає ресурси категорій «атракція», «доступність», «комфорт», «посередники», є метою подорожі й доступна з погляду транспортних комунікацій.

Об'єкти дестинації ділового туризму – категорії ресурсів, тобто сукупність ресурсів, які охарактеризовані як «чотири А»: атракції, доступність, комфорт, посередники [9]. Суб'єкти дестинації ділового туризму – туристи, що прибули з діловими цілями і споживають послуги, вироблені (надавані) об'єктом.

Підбиваючи підсумок, можна стверджувати, що в наш час неможливо ігнорувати важливість вивчення дестинації ділового туризму, бо саме зараз, завдяки світовій глобалізації, цей вид туризму стає дуже популярним серед керівників підприємств різних масштабів: від найменшого туристичного підприємства до підприємств світового рівня.

Список літератури: 1. *Александрова А.Ю.* Международный туризм / А.Ю. Александрова – М.: Аспект Пресс, 2004. – 463 с. 2. *Аленова Е.Г.* Особенности подготовки специалистов для туристских дестинаций России: факты и противоречия. [Электронный ресурс] / Е.Г. Аленова // Сервис в России и за рубежом. № 2 (7) 2008. – Режим доступа : <http://www.rguts.ru>. 3. *Бабкин А.В.* Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 252 с. 4. *Боголюбов В.С.* Экономика туризма / В.С. Боголюбов, В.П. Орловская – М.: Академия, 2005. – 192 с. 5. *Зорин И.В.* Туризм как вид деятельности / И.В.Зорин, Т.П.Каверина, В.А.Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2005. – 29 с. 6. *Кабушкин Н.И.* Менеджмент туризма: Учебник/ Н.И. Кабушкин. – 3-е изд., испр. – Мн.: Новое знание, 2002. – 409 с. 7. *Квартальнов В.А.* Туризм / В.А. Квартальнов – М.: Финансы и статистика, 2000. – 320 с. 8. *Костяев Н.П.* Основа концептуальной модели устойчивой конкурентоспособности российского туризма / Н.П. Костяев // Сб. трудов МТА № 3 (2008 г.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.travelglossary.ru/mta/mta.htm>. 9. *Купер К.* Экономика туризма: теория и практика. – Т.1 / К. Купер, Д. Флетчер, Д. Гильберт, С. Ванхилл, Е. Богданов – СПб.: Омега, 1998. – 200 с. 10. *Лысенко Н.Н.* Совершенствование потенциала оценки туристского комплекса: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / Тихоокеанский государственный университет. – Хабаровск: – 2008. – 30 с. 11. *Машкович Е.А.* Оценка понятия туристская дестинация в контексте современной туристики / Е.А. Машкович // Известия ИГЭА. – 2007. – № 6 (56). – С.89-92. 12. *Морозов М.А.* Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме / М.А. Морозов – Изд.: Академия, 2007. – 288 с. 13. *Николаев С.С.* Стратегия формирования единого туристского пространства: Автореф. дис. ... канд. экон. наук. / СПбГУЭФ. – СПб., 2000. – 20 с. 14. *Папирян Г.А.* Международные экономические отношения: маркетинг в туризме / Г.А. Папирян – М.: Финансы и статистика, 2001. – 206 с. 15. *Петрова Т.В.* Регулирование делового туризма на основе использования потенциала дестинации: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / С-Пб ГУ НУСФ. – С-Пб. – 2006. – 18 с. 16. *Рябуха А.Ю.* Управление развитием местных сообществ на основе использования туристского пространства: Автореф. дис. ... канд. экон. наук / Кубан. гос. ун-т. – Краснодар, 2006. – 24 с. 17. *Себекина Т.А.* Формирование комплекса продвижения туристских услуг дестинации (на примере Камчатки): Автореф. ... канд. экон. наук / ГОУ ВПО Моск. гос. ун-т сервиса. – М., 2006. – 23 с. 18. *Ткаченко Т.І.* Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу / Т.І. Ткаченко: Монографія. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537с. 19. *Althof W.* Incoming-Tourismus / W. Althof – Muenchen: Wien: Oldenbourg. 1996. 20. *Leiper, N.* 1990: Tourist attraction system. Annals of Tourism Research 17, p. 367 – 384. 21. *Pears D.* Tourism Development. L.: Longman, 1997. P. 16–18.

Надійшла до редколегії 11. 10. 2012

УДК 332.14 : 338.48

Обґрунтування поняття «дестинація ділового туризму» / Леонт'єва Ю. Ю. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 103–107. – Бібліогр.: 21 назва.

Рассмотрено понятие «деловой туризм» и «дестинация». Обоснованное понятие «деловая туристическая дестинация». Определенно, что «дестинация делового туризма» – это определенное место: страна, регион, город, или гостиницу, деловой центр, который имеет определенную привлекательность для деловых поездок, включает ресурсы категорий «аттракция», «доступность», «комфорт», «посредники», является целью путешествия и доступна с точки зрения транспортных коммуникаций.

Ключевые слова: деловой туризм, дестинация, аттракция, доступность, комфорт, посредники.

A concept «business tourism» is considered and «destination». Grounded concept «business tourist destination». Certainly, that «destination of business tourism» is a certain place: country, region, city, hotel, business center, that has a certain attractiveness for business trips, «attractions», «access», «amenities», «ancillary services» includes the resources of categories, is the purpose of trip and accessible from point of transport communications.

Keywords: business tourism, destinaciya, atrakciya, availability, comfort, mediators.

УДК 628.4.02:658.155.4

В. А. МИЩЕНКО, докт. экон. наук., проф., НТУ «ХПИ»,
Л. И. ПОДДУБНАЯ, докт. экон. наук., проф., ХНЭУ, Харьков,
Д. А. БОНДАРЕНКО, аспирант, НТУ «ХПИ».

КРИТЕРИИ УСПЕШНОСТИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Рассмотрен показатель прибыли в расчете на одного человека как наиболее эффективный показатель стабильности предприятия. Рост данного показателя позволяет минимизировать риски в условиях финансового кризиса и экономической нестабильности, уменьшить налоговое бремя и повысить запас финансовой прочности предприятия.

Ключевые слова: показатель прибыли, финансовая стабильность, прибыль.

Постановка проблемы. Эффективность управления малыми и средними предприятиями (далее – МСП) в первую очередь зависит от эффективности подготовки и принятия управленческих решений. Связано это с тем, что в управленческих решениях фиксируется вся совокупность отношений возникающих в процессе хозяйствования МСП. Полноценность всего цикла организационно-управленческой деятельности МСП от постановки целей до их фактической реализации, обеспечивается благодаря двум элементам управления – подготовка и принятие управленческих решений. Делая тем самым управленческие решения одним из важнейших элементов в организационно-управленческой деятельности МСП.

Для принятия эффективного решения руководителю необходима информация о состоянии предприятия благодаря которой можно делать выводы о эффективности функционирования подразделений, выявлять существующие проблемы и определять пути дальнейшего развития. Получить такую информацию

© В. А. Мищенко, Л. И. Поддубная, Д. А. Бондаренко, 2012

можно благодаря постоянному мониторингу деятельности предприятия. При этом весьма важным этапом в проведении такого мониторинга является выбор показателя на основании которого данный мониторинг будет проводиться.

Анализ исследований и публикаций. Особенности принятия управленческих решений посвящены работы Н. Г Чумаченко, Р. И. Заботима, А. Тихомирова, К. Агеева. Е. В. Ксенчука, М. К. Киянова [1, 2, 3] и других авторов. Вопросам диагностики эффективности деятельности предприятий посвящены работы Н. В. Бондарчука, З. М. Карпасова, Н. Н. Селезнева, А. Ф. ИONOва, В. А. Чалого-Прилуцкого [4, 5, 6] и других авторов. В основном авторы рассматривают показатели, которые имеют общий характер для всех видов предприятий. Мало внимания уделяется показателям, которые бы учитывали особенности МСП и такого важного «ресурсного фактора», как человеческие ресурсы предприятия. Поэтому данный вопрос требует дальнейшего изучения.

Цель статьи. Проанализировать исследования касающиеся диагностики функционирования МСП и определить показатель на основании которого можно осуществлять мониторинг эффективности работы подразделений предприятия.

Изложение основного материала. В современных условиях экономической нестабильности для МСП очень важно иметь запас прочности. Так как запас прибыли позволяет минимизировать риски, её рост является основной гарантией стабильности при осуществлении хозяйственной деятельности предприятий, обеспечивает эффективный возврат инвестиционного капитала, способствует увеличению благосостояния собственников и государства в целом. Но сам по себе показатель абсолютной прибыли даёт возможность осуществить лишь поверхностную оценку финансовой стабильности предприятия. Показатель же прибыли в расчете на одного работника (Пр./Чел.) позволяет дать более точную оценку. Рассмотрим это на условном примере. Два предприятия(А и Б) задекларировали одинаковый размер прибыли (10 000грн.) и начисляют одинаковую среднюю заработную плату своим работникам (2 000грн.), имея, –естественно, одинаковые налоговые ставки: налога на прибыль – 25%, НДС– 20%, подоходный налога с доходов физических лиц (уплачиваемый не предприятием, выступающим лишь как налоговый агент, а самими работниками) –15% , отчисления в страховые фонды на заработную плату 37%, но имеют разное количество работников: А – 20 человек, Б – 50 человек. Данные расчётов представлены в таблице.

Таблица. Условный расчет

Предприятие	Численность рабочих, чел	Средняя зарплата, грн.	Суммарные расходы по зарплате, грн. (гр.2*гр.3)	Прибыль, грн.	Добавленная стоимость, грн. (гр.4+гр.5)	Налог на начисления, грн. (гр.5*0,25+гр.6*0,20+гр.4*0,37)	Пр./Чел., грн. (гр.5/гр.2)	Соотношение налогов и прибыли, % (гр.7/гр.5*100%)	Соотношение добавленной стоимости, % (гр.7/гр.6*100%)
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
А	20	2000	40 000	10 000	50 000	27 300	500	273	54,6
Б	50	2000	100 000	10 000	110 000	61 500	200	615	55,9

Из расчета видно, что показатель Пр./Чел. позволяет дать более точную прогнозную оценку. Рост этого показателя снижает финансовые риски: уменьшается соотношение общей массы налогов и прибыли и даже соотношение общей массы налогов и добавленной стоимости – за счет того, что прибыль является менее налогооблагаемой, чем зарплата. Поэтому если прибыль в расчете на одного работника растёт (то ли за счет роста прибыли, то ли из-за уменьшения численности), то на ту же прибыль приходится меньше и затрат, и налогов.

Попутно видно, и то, насколько налоговая масса в обоих случаях превышает прибыль. Уплата таких налогов становится возможной лишь потому, что прибыль является источником лишь одного из них – налога на саму прибыль, дальше же уплачивается как бы снаружи.

Также, по нашему мнению, более насущным является высвобождение численности работников, нежели просто экономия по фонду заработной платы, – в том числе и за счет сокращения средней, поскольку спрос на квалифицированных работников опережает предложение, а в таких условиях снижать уровень оплаты труда губительно для предприятия, должен работать принцип «лучше взять двух хороших, чем трех плохих». Поэтому в первую очередь важно лучшее использование трудовых ресурсов, что и показывает показатель прибыли в расчете на человека.

А вот в показателе рентабельности продукции величина прибыли (числитель) уже учитывает экономию заработной платы, поэтому присутствие оплаты труда ещё и в знаменателе является излишним дублированием, в связи с чем

рентабельность в качестве основного критерия неприменима: она учитывает лишь финансовый фактор, вдобавок преувеличивает его значение. Показатель же прибыли в расчете на одного работника стимулирует и финансовую экономию, и высвобождение труда. Кроме того, следует учесть наличие уже относительно отлаженных экономических методов за расходованием фонда заработной платы, а вот высвобождение работников таким вниманием пока не пользуется.

Стимулирование роста квалификации одних и высвобождение других тем более важно, что квалификация работников может возрасть благодаря усилиям самого предприятия, где происходит совершенствование мастерства, повышение разрядов, служебный рост и т.п. Поэтому неправомерно относить заслуги предприятия (рост квалификации работников) в знаменатель, где отражается выросшая зарплата, да и стимулирующее воздействие показателя в этом случае падает.

Для повышения выгоды цехам и участкам высококвалифицированных работников необходим и дополнительный стимул деятельности подразделений, который может быть в виде фондов материального поощрения (ФМП) таких подразделений, расходуемых ими на премии и надбавки к заработной плате за профессиональный рост. Поэтому на предприятии необходимо создание фонда материального стимулирования и грамотной структуры его использования. При этом распределять средства между подразделениями следует, таким образом, чтобы темпы роста их производительности труда всегда обгоняли темпы заработной платы работников, что создаёт предпосылки для наращивания воспроизводства.

Основой цехового фондообразования могут стать различные показатели, наиболее точно отражающие эффективность работы того или иного цеха. При этом важно только, чтобы таких показателей было не больше двух, от силы трёх, иначе поощрение за каждый показатель будет незначительным, и распыление средств приведёт к снижению их стимулирующего воздействия.

Следует избегать и деления стимулирующих показателей на основные и дополнительные, при котором условием премирования является выполнение основного показателя, а выполнение дополнительного лишь увеличивает размер премии, но при выполнении основного показателя оно вообще ни имеет значения. С учетом того, что начисление премии является фактором, влияющим на структуру распределения ФМП, неудачный выбор механизма и показателей премирования цехов опять-таки снижает стимулирующую силу ФМП, его эффективности. Стимулирующие показатели цехов и условия образования цеховых

ФМП должны не регламентироваться сверху, а разрабатываться на самих предприятиях с учетом их специфики.

Можно наверняка назвать определенные показатели, без которых не обойтись при построении системы премирования того или иного подразделения. Так среди показателей планового отдела наверняка должен быть рост прибыли производственного отдела – выполнение поставок по договорам, среди показателей ОТиЗа – рост производительности труда, исчисляемой по прибыли, для главной бухгалтерии и финансового отдела необходимо учитывать рост прибыли, соотношение его темпов с темпами роста оплаты труда, для отдела главного механика – показатели, связанные с капитальным ремонтом, и т.д. Уже из этого перечня видно, что и во внутризаводском стимулировании решающая роль должна отводиться прибыли и связанными с ней показателями.

Формирование ФМП подразделений предприятия должно производиться по нормативам длительного действия, которые желательно сохранять стабильными в течении хотя бы пяти лет, хотя этого и не так просто добиться. В противном случае, однако, улучшение работы постоянно будет приводить к снижению нормативов, а следовательно, к снижению эффективности механизма фондообразования.

При индивидуальном распределении премий прежде всего важно отойти от сложившейся традиции «отталкиваться» от заработной платы, так как одной из функций премиальных выплат является как раз компенсирование недостатков, заложенных в механизме её начисления. При этом основой фондообразования для ведущих подразделений предприятия должна быть, как показано выше прибыль в расчёте на работника.

Вывод. Таким образом, показатель Пр.\Чел. можно использовать как индикатор эффективности функционирования МСП по нескольким причинам. Во-первых, получение прибыли является одной из основных целей большинства современных МСП, а благодаря данному показателю у них появляется возможность отслеживать, сколько этой самой прибыли приносит каждый её работник. Во-вторых, данный показатель содержит в себе «талантоёмкую» ценность МСП, так как позволяет оценивать вложения сделанные предприятием в развитие талантов своих работников, которые по сути и являются источником создания новых стоимостей. В-третьих, данный показатель позволяет более эффективно

планировать фонд оплаты труда и создавать своего рода ограничитель численности персонала, что позволяет предприятию быть более мобильным в кризисные периоды. И в-четвёртых рост показателя Пр.\Чел. способен стать критерием для стимулирования производительности определённых подразделений и работников при создании фондов материального поощрения на МСП.

Список литературы: 1. Чумаченко Н.Г. Теория управленческих решений. / Н.Г Чумаченко, Р.И. Заботима – Киев : Вища школа, – 1981. – 176 с; 2. Тихомиров А. Риск-менеджмент / А. Тихомиров, К. Агеев. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 126 с.; 3. Ксенчук Е. В. Технология успеха. / Е. В. Ксенчук, М. К. Киянова – М.: Дело, 1993. – 204 с.; 4. Бондарчук Н. В. Финансовый анализ для целей налогового консультирования / Н.В. Бондарчук, З.М. Карпасова – М.: Вершина, 2006. – 192 с. 5. Селезнева Н. Н. Финансовый анализ. Управление финансами. / Н. Н. Селезнева, А. Ф. Ионова – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003. – 639 с. 6. Чалый-Прилуцкий В.А. Рынок и риск. Методические материалы по анализу, оценке и управлению риском: пособие для бизнесменов. / В. А. Чалый-Прилуцкий – М.: НИУР, Центр СИНТЕК, 1994. – 292 с. 7. Самоокупаемость и самофинансирование в современном хозяйстве / Лукинов И./ Вопросы экономики., 1987г., №6 С.3-13. 8. Либерман Е.Г., Хайкин В.П. Считать рентабельность точнее и проще. ЭКО, – 1983г., С. 120-131. 9. Количественные методы оценки компетентности [Электронный ресурс] Материал Интернет портала для управленцев – Режим доступа: <http://www.management.com.ua/hrm/hrm023.html> 10. А. Нечушкина Новые показатели эффективности: Прибыль в расчете на сотрудник [Электронный ресурс] Материал Компании ПБК Менеджмент – Режим доступа: – <http://www.pbconsulting.ru/knowledge/papers/corporatefinpaper>. 11. С.Ф. Покропивный Экономика предприятия: Учебник / Под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. С.Ф. Покропивного. – Пер. с укр. 2-го перераб. и доп. изд. – К.: КНЭУ, 2003. – 608с.

Надійшла до редколегії 25. 10. 2012

Критерии успешности хозяйственной деятельности малых и средних предприятий в современных условиях / Мищенко В. А., Бондаренко Д. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 58(964). – С. 107–112. – Бібліогр.: 11 назв.

Розглянутий показник прибутку розраховуючи на одну людину, як найбільш ефективний показник стабільності підприємства. Ріст даного показника дозволяє мінімізувати ризики в умовах фінансової кризи й економічної нестабільності, зменшити оподатковуваний виторг і підвищити запас фінансової міцності підприємства.

Ключові слова: показник прибутку, фінансова стабільність, прибуток.

The index of income is considered calculating on one man, as most effective index of stability of enterprise. Growth of this index allows to minimize risks in the conditions of financial crisis and economic nestabil'nosti, to decrease a taxable profit yield and promote the margin of financial safety of enterprise.

Keywords: index arrived, financial stability, income.

УДК 338:658

В. А. МІЩЕНКО, докт. екон. наук, проф., НТУ „ХПІ”,

Т. В. ОМЕЛЯНЕНКО, аспірант, НТУ „ХПІ”,

І. А. ФЕДОРЕНКО, докт. екон. наук, проф., НТУ „ХПІ”.

ФАКТОРИ ВАРТОСТІ НА РОЗДРІБНОМУ РИНКУ ЕЛЕКТРОЕНЕРГІЇ

У статті представлені результати факторного аналізу для двох груп енергопостачальних підприємств України: з превалюванням державної та приватної форми власності.

Ключові слова: лібералізація ринку, реформи, вартість підприємства, фактори.

Постановка проблеми. Поступова приватизація обласних енергопостачальних підприємств і поглиблення процесів лібералізації на внутрішньому ринку електроенергії передбачає не тільки епізодичне визначення ринкової вартості підприємств, але й систематичне управління ростом їх ринкової вартості. Для цього необхідно знати ті групи показників фінансово-господарської діяльності, ті чинники, які в тій чи іншій ситуації здійснюють визначальний вплив на зростання вартості бізнесу. Для потреб прогнозування і управління вартістю компаній часто використовують регресійні моделі, до яких висуваються жорсткі вимоги щодо відсутності мультиколінеарності економічних показників-аргументів. Методи факторного аналізу дозволяють використовувати всю сукупність показників, а після виявлення основних факторів і їх інтерпретації здійснювати управлінський вплив не на окремі розрізнені показники, а лише на обмежене коло визначальних чинників.

Слід підкреслити, що під поняттям «фактор» у факторному аналізі розуміють латентну змінну, сконструйовану таким чином, щоб можна було пояснити кореляцію між набором змінних [1]. У факторному аналізі поняття «фактор», що широко використовується в економічній літературі [2; 3], називають чинником чи предиктором.

Робоча гіпотеза, яка прийнята за основу дослідження, полягає у припущенні, що у групах ОЕП з переважною часткою державних або приватних корпоративних прав суттєвий вплив на збільшення вартості компаній здійснюють різні групи факторів. Поглиблення ринкових реформ вимагає нових комплексних підходів до управління факторами вартості енергопостачального бізнесу.

Аналіз наукових публікацій. Методи оцінки вартості бізнесу для прийняття важливих стратегічних і тактичних рішень щодо приватизації, реструктуризації, визначенні інвестиційної привабливості компаній досить докладно висвітлені в працях вітчизняних і закордонних науковців [4–7]. Поряд з цим, недостатньо уваги приділяється обґрунтуванню факторів вартості як передумови організації вартісно орієнтованого управління мережею обласних енергопостачальних підприємств (далі – ОЕП).

Постановка задачі. Отже, мета дослідження – визначення факторів вартості для здійснення цілеспрямованого дієвого впливу на них і забезпечення вартісно орієнтованого управління. Слід зазначити, що категорія «вартість компанії»

є досить широкою і використовується для розв'язання широкого кола економічних задач. У даному дослідженні розглядається управлінський аспект збільшення вартості компанії.

Виклад основного матеріалу. Сегмент роздрібного ринку електроенергії представлений підприємствами, що працюють за регульованими державою тарифами та підпорядковуються оптовому постачальнику ДП «Енергоринок». Ці крупні ОЕП мають монопольне право щодо електропостачання у своїх регіонах і на сьогоднішній день займають лівову частку роздрібного ринку електроенергії. На вітчизняному ринку електроенергії функціонують також дрібні підприємства, незалежні постачальники, які реалізують електроенергію за гнучкими тарифами, викупуваючи права на використання регіональних мереж електропередач у встановленому Законом порядку.

Першим етапом ринкових реформ у галузі стала приватизація окремих обласних енергопостачальних компаній, частка державних акцій у статутному капіталі яких не перевищує 25 %. Дві групи обласних енергопостачальних підприємств – з переважно державними та приватними корпоративними правами – зберігають монопольне положення з енергопостачання у територіальних межах регіону, вони здійснюють господарську діяльність за єдиними правилами. За державою зберігаються права тарифного, пільгового, ліцензійного регулювання, тобто лібералізація ринку електроенергії ще далека від свого завершення. Разом з тим, за рівних умов функціонування результати господарської діяльності ОЕП зазначених груп відрізняються. Враховуючи курс реформ на подальшу лібералізацію енергопостачальної галузі, постає проблема використання методів вартісно орієнтованого управління ОЕП як передумови впровадження ринкових реформ і забезпечення конкурентоспроможності компаній. Поряд з цим, не можна оминути важливість досліджень у цьому напрямку для неприватизованих ОЕП: зростання вартості ОЕП є прямим економічним інтересом власника – держави, на тлі майбутньої приватизації цих підприємств.

Ми беремо за основу дослідження положення про те, що підвищення вартості компанії є пріоритетним серед інших груп чинників економічного благополуччя [8].

Модель факторного аналізу представлена наступним чином. Нехай задана система змінних $X_1, X_2, \dots, X_n$. Значення змінних або ознак $X_1, X_2, \dots, X_n$ відомі для

кожного з N об'єктів. Представимо вихідну інформацію у вигляді матриці $X = x_{ji}$ розмірності $(n \times N)$. Кожен рядок складається зі значень одного показника для кожного з N об'єктів дослідження. Припускається, що кожен елемент цієї матриці x_{ji} є результатом впливу деякого числа m гіпотетичних загальних факторів й одного характерного фактора:

$$x_{ji} = a_{j1}f_{1i} + a_{j2}f_{2i} + \dots + a_{jr}f_{ri} + \dots + a_{jm}f_{mi} + d_jv_{ji}, \quad (1)$$

де a_{jr} – ваговий коефіцієнт j -ї змінної на r -му загальному факторі або навантаження j -ї змінної на r -му загальному факторі; f_{ri} – значення r -ого загального фактора на i -му об'єкті дослідження; d_j – навантаження або ваговий коефіцієнт j -ї змінної на j -му характерному факторі; v_{ji} – значення j -го характерного фактора на i -му об'єкті дослідження; $j = 1, \dots, n; i = 1, \dots, N; r = 1, \dots, m; m < n$.

Оскільки масив даних $X = x_{ji}$ представляє величини різної розмірності, то для переходу до безрозмірних величин нормуються елементи масиву:

$$y_{ji} = (x_{ji} - \bar{X}_j) / S_j, \quad (2)$$

де $\bar{X}_j$ – вибіркове середнє j -ї змінної (ознаки); S_j – вибіркова дисперсія j -ї змінної.

Після цих перетворень отримаємо:

$$y_{ji} = a_{j1}f_{1i} + a_{j2}f_{2i} + \dots + a_{jr}f_{ri} + \dots + a_{jm}f_{mi} + d_jv_{ji}, \quad (3)$$

де a_{jm} – невідомі коефіцієнти, що називаються факторними навантаженнями;

d_jv_{ji} – залишок, або остаточний специфічний фактор.

Факторний аналіз застосовано до вибірки фінансових показників восьми підприємств з переважною часткою приватних корпоративних прав і дванадцяти ОЕП з домінуванням державних корпоративних прав на масиві вихідних даних квартальної фінансової звітності за період з 1-ого кв. 2007 р. по 4-ий кв. 2010 р. включно. Дані оброблено за допомогою програмного пакету Statistica 8.0.

З використанням показників ліквідності, ділової активності, фінансової стійкості і рентабельності проведено факторний аналіз для групи підприємств з переважанням приватної форми власності.

Для пересвідчення у правильності прийняття рішення про кількість факторів застосовано також критерій Кеттеля (рис.).

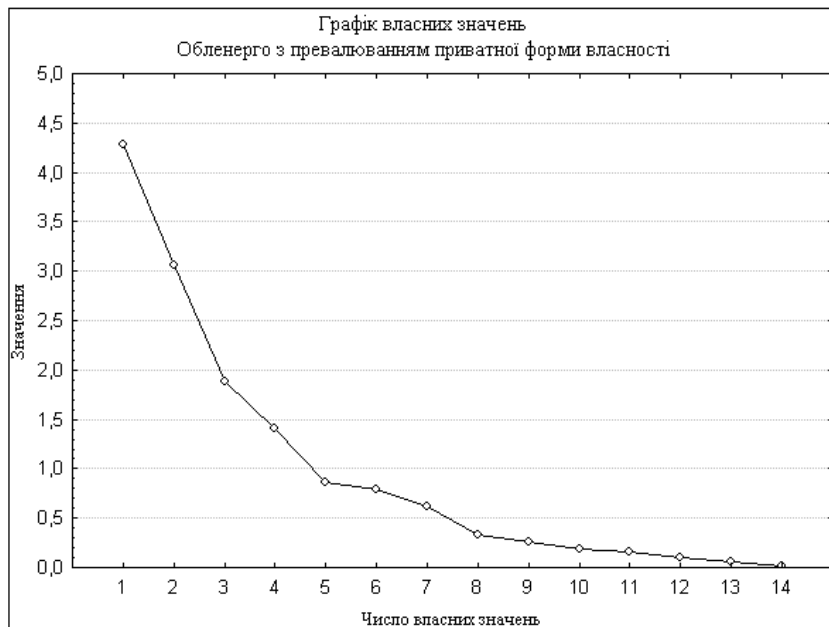


Рис. – Графік власних значень (кам'янистого осипу) за критерієм Кеттеля (обленерго з домінуванням приватних корпоративних прав)

Застосувавши обертання факторів (метод варімакс), отримано наступні результати (табл. 1).

Таблиця 1. Факторні навантаження після обертання факторів (обленерго з домінуванням приватних корпоративних прав)

Назва показника	Формула розрахунку	Факторні навантаження (варімакс вихідних)			
		Фактор 1	Фактор 2	Фактор 3	Фактор 4
1	2	3	4	5	6
Коефіцієнт поточної ліквідності	Оборотні активи/Поточні зобов'язання	0,94	0,11	0,14	0,18
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	(Оборотні активи-запаси)/Поточні зобов'язання	0,94	0,04	0,17	0,07
Коефіцієнт співвідношення власних та позикових коштів	Загальна сума заборгованості/Власний капітал	-0,10	0,03	-0,33	-0,81
Коефіцієнт заборгованості	Загальна сума заборгованості/Активи	-0,30	-0,02	-0,19	-0,85
Коефіцієнт оборотності запасів	Собівартість/Запаси	-0,05	-0,87	0,04	-0,03

Продовження таблиці 1

1	2	3	4	5	6
Період обороту запасів	90 (квартал)/Коефіцієнт оборотності запасів	0,23	0,87	-0,06	-0,01
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	Чистий дохід/Дебіторська заборгованість	-0,15	-0,19	-0,24	0,47
Період обороту дебіторської заборгованості	90 (квартал)/Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	-0,02	0,73	0,04	-0,44
Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	Собівартість/Кредиторська заборгованість	0,55	-0,45	0,07	0,15
Період обороту кредиторської заборгованості	90 (квартал)/Коефіцієнт оборотності кредиторської заборгованості	-0,40	0,46	0,20	-0,39
Коефіцієнт оборотності активів	Чистий дохід/Активи	0,13	-0,80	0,32	-0,10
Коефіцієнт чистої рентабельності	Чистий прибуток/Чистий дохід	0,16	0,31	0,85	0,24
Коефіцієнт рентабельності активів	Чистий прибуток/Активи	0,17	-0,25	0,90	0,14
Коефіцієнт рентабельності акціонерного капіталу	Чистий прибуток/акціонерний капітал	0,07	-0,30	0,84	0,03
	Власне значення	4,29	3,06	1,89	1,41
	Відсоток від загальної дисперсії	30,63	21,86	13,49	10,08
	Кумулятивне власне значення	4,29	7,35	9,24	10,65
	Кумулятивна дисперсія, %	30,63	52,49	65,99	76,06

Після застосування процедури обертання факторів по групі приватизованих обленерго, на перший фактор найбільше навантаження здійснюють показники, що характеризують ліквідність (коефіцієнт швидкої та миттєвої ліквідності). В той же час, на другий фактор найбільше навантаження здійснює коефіцієнт оборотності запасів. Фактор № 3 характеризується навантаженнями, що здійснюють показники рентабельності, фактор № 4 – показники фінансової стійкості.

В результаті розрахунків за групою обленерго з домінуванням державних корпоративних прав отримано п'ять факторів. Кількість відібраних факторів перевірено за критерієм Кайзера, ними пояснюється 75,24 % кумулятивної дисперсії сукупного показника економічної ефективності підприємства, а також кількість відібраних факторів перевірено за графічним критерієм Кеттеля.

Так, найбільше навантаження на перший фактор здійснюють показники терміну обороту дебіторської та кредиторської заборгованості: 0,87 та 0,82 відповідно. На другий – коефіцієнти миттєвої та швидкої ліквідності (0,99 та 0,98 відповідно), на третій – коефіцієнт заборгованості (0,94). Поряд з цим, суттєве навантаження припадає на четвертий фактор – коефіцієнт обороту та період обороту запасів, та на п'ятий фактор – коефіцієнт рентабельності акціонерного капіталу (0,91) та коефіцієнт чистої рентабельності (0,86).

Отже, на підставі виконаного аналізу слід зробити висновок, що фактором вартості ОЕП з превалюванням державної форми власності перш за все є період погашення дебіторської та кредиторської заборгованості, з домінуванням приватних корпоративних прав – ліквідність. Окрім того, на підставі факторного аналізу можна зробити висновок, що група показників рентабельності для обленерго з домінуванням приватних корпоративних прав відіграють більшу роль, ніж для державних, оскільки вони вносять суттєве навантаження на фактор № 3 для обленерго з домінуванням приватних корпоративних прав: 13,49 % від загальної дисперсії (табл. 1), в той час як аналогічний показник на обленерго з домінуванням державних корпоративних прав дорівнює лише 7,81 %. Таким чином, припускаємо, що вартість приватизованих ОЕП значною мірою визначається факторами ліквідності та рентабельності, в той час як для підприємств з державними корпоративними правами – тривалістю періоду погашення заборгованості.

В табл. 2 демонструється середнє значення фінансово-економічних показників, що внесли найбільший вклад у факторні навантаження для груп підприємств з домінуванням приватних і державних корпоративних прав. За результатами факторного аналізу приватизовані ОЕП мають значно вищі показники рентабельності та більш наближені до встановленої строками розрахунків показники періоди обороту розрахунків зі споживачами.

Таблиця 2. Середнє значення фінансово-економічних показників для груп ОЕП з переважно державними і приватними корпоративними правами (за період з 1-ого кв. 2007 по 4-й кв. 2010 рр.).

Назва показника	Середнє значення показника за період дослідження на підприємствах з домінуванням	
	державних корпоративних прав	приватних корпоративних прав
Коефіцієнт поточної ліквідності	1,54	0,89
Коефіцієнт миттєвої ліквідності	1,38	0,69
Період обороту дебіторської заборгованості	42,25	9,23
Період обороту кредиторської заборгованості	57,7	10,23
Коефіцієнт чистої рентабельності	0,02	0,05
Коефіцієнт рентабельності активів	0,02	0,11
Коефіцієнт рентабельності акціонерного капіталу	0,37	1,37

Висновки. Аналіз особливостей функціонування вітчизняного роздрібного ринку електроенергії на сучасному етапі реформ, направлених на лібералізацію ринкових взаємовідносин між суб'єктами енергоринку, надав змогу визначитись з факторами вартості бізнесу.

Так, застосування методів факторного аналізу до груп ОЕП з різною питою вагою державних корпоративних прав, показало, що ключовими факторами вартості приватизованих ОЕП є рентабельність та ліквідність, неприватизованих – тривалість періоду розрахунків з контрагентами. Передусім, мова йде про надмірну вартість активів цих підприємств, внаслідок циклічного понаднормового рівня дебіторської заборгованості, яка знижує інвестиційну привабливість і перешкоджає поглибленню процесів приватизації в галузі.

Щодо приватизованих ОЕП, то ця група підприємств підвищує вартість бізнесу з використанням чинників збільшення прибутковості, зниження собівартості постачання електроенергії і втрат в мережах. Забезпечуючи належний рівень ліквідності, вони потенційно мають більш вільний доступ до позикового капіталу для подальшого розвитку і вдосконалення фінансово-господарської діяльності, що створює додаткові конкурентні переваги на ринку. Заздалегідь підкреслимо, що виявлені фактори не є статичними, і з часом пріоритети впливу на ключові фактори вартості можуть змінюватися залежно від стану середовища бізнесу.

Загалом виявлені фактори вартості для обох груп ОЕП мають розглядатись на управлінському рівні як орієнтири підвищення вартості бізнесу.

Незалежно від термінів завершення приватизації ОЕП з превалюванням державної частки власності в статутному капіталі, питання подолання збитковості і збільшення вартості цієї групи підприємств не втрачає актуальності, оскільки енергетична галузь є стратегічно важливою в економіці держави, а енергетичні мережі – єдиною системою, то ж від підвищення ефективності роботи окремого ОЕП потенційно виграє широке коло суб'єктів: від споживачів, які у перспективі матимуть якісну послугу з енергопостачання за конкурентними тарифами, до виробників електроенергії, а також держави.

Перспективи подальших досліджень полягають в імплементації ключових факторів вартості в систему управління групами підприємств роздрібного ринку електроенергії залежно від результатів сценарного аналізу середовища бізнесу на перспективу.

Список джерел інформації: 1. Малхотра Н. Маркетинговые исследования. Практическое руководство. – М.: Издательский дом «Вильямс, 2002. – 960 с. 2. Наливайко И.А., Иевлева Н.В. Факторы, влияющие на стоимость бизнеса / И.А. Наливайко, Н.В. Иевлева // Материалы. IV Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Научный потенциал студенчества в XXI веке». – Том третий. Экономика. г. Ставрополь: СевКавГТУ, 2010. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://science.ncstu.ru/conf/past/2010/sc-potential/theses/economics/150.pdf/> 3. Азрилиян А. Н., Калашикова Е. В. и др. Большой экономический словарь. – М.: ОМЕГА-Л. – 2004 г., – 1376 с. 4. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов; Пер. с англ. – 3-е изд. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2006. – 1341 с. 5. Міжнародні стандарти оцінки: принципи, стандарти та правила / За ред. О. Драпиковського, І. Іванової; переклад з англ. М. Возна. – К.: УКРелс, 1999. – 118 с. 6. Т. Коупленд, Т. Колер, Дж. Мурин. Стоимость компаний. Оценка и управление. – М.: Олимп-бизнес, 2008. – 576 с. 7. Коробков Д. В. Інвестиційна привабливість підприємств енергетичної галузі: дис. канд. екон. наук: 08.02.02 / Національний технічний ун-т „Харківський політехнічний ін-т”. – Х., 2006. – 25 с. 8. Екименко А. Н. Факторы роста стоимости компании / А. Н. Екименко // Государственное управление. Электронный вестник. Выпуск № 14. – Март, 2008. – Режим доступа: <http://ejournal.spa.msu.ru/images/File/2008/14/Ekimenko.pdf>

Надійшла до редколегії 25. 10. 2012

УДК 338:658

Фактори вартості на роздрібному ринку електроенергії / Міщенко В. А., Омеляненко Т. В., Федоренко І. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 56(962). – С. 112–120. – Бібліогр.: 8 назв.

В статье представлены результаты факторного анализа для двух групп энергопоставляющих предприятий Украины: с доминированием государственной и частной формы собственности.

Ключевые слова: либерализация рынка, реформы, стоимость предприятия, факторы.

The paper considers the results of factor analysis for two groups of Ukrainian enterprises in the energy distributing sector: with dominating private shareholders and government shares.

Key words: market liberalization, reforms, enterprise value, factors.

УДК 339

М. А. МУДРА, аспірантка Тернопільського національного університету
ім. І. Пулюя

ЗНАЧЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ В УПРАВЛІННІ ЛАНЦЮГАМИ ПОСТАВОК ПРОДУКЦІЇ

В статті розкрито та проаналізовано значення інформації та інформаційних технологій в управлінні ланцюгами поставок продукції. Проаналізовано значення Інтернету, як чинника економії витрат та часу і використання його як засобу швидкого обміну інформацією у ланцюгах поставок продукції.

Ключові слова: ланцюги поставок, інформаційні технології, інтернет.

Вступ. В сучасних умовах господарювання важливим чинником успіху підприємств є швидкий обмін інформацією, а також її швидкий збір та обробка для прийняття ефективних управлінських рішень.

Для швидкого отримання замовлення чи передачі даних про необхідну продукцію всюди повинна бути циркуляція інформації. Значення інформації у ланцюгах поставок продукції полягає у її використанні від моменту складання замовлення до надходження товару і подальшої співпраці з партнерами по бізнесу та з усіма ланками ланцюга поставок.

Аналіз останніх досліджень. Вивченням значення інформації у ланцюгах поставок займалися такі провідні науковці, як Кальчук Т. С., Ярещенко Н. В., Гончар М. Ф., Чухрай А. І., Козловський В. В., Яворська І. О., науковці відзначали, що ефективний обмін інформацією між суб'єктами ринку сприяє підвищенню прибутковості підприємств.

Погоджуючись із думкою авторів зазначимо, що використання інформаційних технологій у діяльності підприємств є надзвичайно важливим і потребує постійного дослідження адже із розвитком науки і техніки з'являються нові інструменти передачі даних і інформації загалом.

Цілі статті. Основною метою статті є розкриття суті інформаційних технологій та їх значення у діяльності підприємств. Розкрити сутність інтернет-маркетингу, як засобу управління ланцюгами поставок продукції.

В сучасних умовах господарювання для розробки комплексної програми управління господарсько-виробничою діяльністю підприємств доцільним є використання нових інформаційних технологій, які забезпечують економію часу та ресурсів для досягнення поставлених цілей.

© М. А. Мудра, 2012

Основою сучасного розвитку управління ланцюгами поставок є підвищення значення інформації. Використання інформації у ланцюгах поставок спрямоване на забезпечення швидкого і правильного обміну інформацією між партнерами про реальний і прогнозований попит з боку клієнтів, про зміну запасів, про транспортно-складські потужності. Метою такого обміну є заміна фізичних запасів інформацією про них. За допомогою інформаційно-технологічного інструментарію управління ланцюгами поставок сьогодні можна виконати більшість функцій, що ставляться до рішення задач по управлінню всім ланцюгом поставок.

Саме тому І. В. Заєць зазначає, що інформація-це головний елемент будь-якої із функцій управління. Володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією надає ринкові переваги та знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень. При наявності повної інформації стає можливим прийняття раціональних управлінських рішень.

Що стосується сутності інформаційної технології, то в її основі лежить комплекс методів і процедур за допомогою яких можна виконати функції збору, передавання, обробки, зберігання та доведення до користувача інформації в організаційно-управлінських системах з використанням обраного комплексу технічних засобів.

Саме розвиток інформаційних технологій, в основі яких вагоме місце належить Інтернету, поява і бурхливе зростання електронної комерції стали основою для появи нового напрямку в системі управління ланцюгами поставок – Інтернет-маркетингу [2, с. 35]. При цьому головним завданням Інтернет-маркетингу є допомога у пошуку бажаних партнерів, і надання коштів для організації з ними потрібного виду комунікацій із необхідною інтенсивністю. При чому як показують результати досліджень, використання Інтернет-маркетингу в управлінні ланцюгами поставок може забезпечити підприємству зниження витрат та економію часу і ресурсів.

При цьому висока ефективність комунікативних властивостей Інтернет-маркетингу забезпечує можливість скорочення часу на пошук партнерів, прийняття рішень, здійснення угод, розміщення пропозицій на розробку нової продукції, і т. п. І головним є те, що інформацією, яка розміщена в Інтернеті можна користуватися цілодобово, що є дуже важливим фактором. Крім того, його комунікативні характеристики володіють високою гнучкістю, що дозволяє легко змі-

нювати інформацію, і, тим самим, підтримувати її актуальність без тимчасової затримки і витрат на розповсюдження [5, с. 23].

Перераховані переваги Інтернет-маркетингу також дозволять значного скоротити транзакційні витрати, пов'язані з налагодженням і підтримкою взаємодії між підприємством і його постачальниками. При цьому вартість комунікацій, значно зменшується, а функціональність цих комунікацій значно зростає.

В основі Інтернет-маркетингу лежить методологія організації маркетингу через те, що Інтернет володіє унікальними комунікативними характеристиками, це дає змогу підвищити можливості маркетингу у налагодженні взаємозв'язку підприємств і його партнерів. Крім того мережа Інтернет включає в себе можливість укладання угод, здійснення покупок і проведення платежів, надаючи йому риси глобального електронного ринку.

Висновок. Отже, використання інформації та сучасних інформаційних технологій у діяльності підприємств забезпечує прийняття ефективних управлінських рішень, знижує витрати, економить ресурси та час на обмін інформаційними даними між усіма учасниками ланцюга поставок.

Список літератури. 1. Ситник В. Ф. Основи інформаційних систем: [навч. посібник]. – Вид. 2-ге перероб. і доп. / В. Ф. Ситник, Т. А. Писаревська, Н. В. Єрьоміна, О. С. Краєва; За ред. В. Ф. Ситника. – К.: КНЕУ, 2001 – 420с. 2. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії : [підручник]. 2-ге., вид. перероб. і доп. / Є. В. Крикавський. – Львів: Національний університет “Львівська політехніка (інформаційно-видавничий центр “ІНТЕЛЕКТ+”Інституту післядипломної освіти)” ”Інтелект-Захід”, 2006. – 453с. 3. Нападовська Л. С. Управлінський облік як інформаційна система ефективного управління підприємством / Л. С. Нападовська // Вісник Тернопільської академії народного господарства. Випуск 4. – 2004. – С. 137-147. 4. Заєць І. В. Роль інформації в системі управління підприємством / І. В. Заєць // Вісник ЖДТУ, 2010. – №2. – С. 97-98.

Надійшла до редколегії 10. 10. 2012

УДК 339

Значення інформації в управлінні ланцюгами поставок продукції / Мудра М. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 121 – 123. – Бібліогр.: 4 назви.

В статье раскрыты и проанализированы значение информации и информационных технологий в управлении цепями поставок продукции. Проанализировано значение Интернета как фактора экономии затрат и времени и использования его как средства быстрого обмена информацией в цепях поставок продукции.

Ключевые слова: цепи поставок, информационные технологии, интернет.

The paper reveals and analyzes the value of information and information technology in supply chain management solutions. Analyzed the importance of the Internet as a factor of cost savings and time and use it as a means of rapid exchange of information in the supply chain of products.

Keywords: supply chain, information technology and the Internet.

УДК 631.1:005.21

Н. В. МУРТАЗИНА, асп., НУБіП України, Київ

ПІДХОДИ ЩОДО ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЛЕКСНОЇ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ БАГАТОГАЛУЗЕВИХ ПІДПРИЄМСТВ АПК

У статті розглянуто основні важелі, методи і підходи до процесу управління стратегічним розвитком організації, який розглядається через його стадії і базується на системно-комплексному підході з урахуванням факторів прямого та непрямого впливу, факторів організації і комунікації у загальній системі управлінського процесу.

Ключові слова: система управління, стратегічний розвиток, системно-комплексний підхід

Постановка проблеми. Реформування аграрного сектора економіки України обумовлює створення таких організаційно-економічних форм господарювання та систем управління, які б цілком враховували сьогоdnішній динамізм ринкових відносин. Як показує досвід, вітчизняні сільськогосподарські підприємства важко адаптуються до радикально нових для них умов ринкової економіки, тому для виходу з соціально-економічної кризи і залучення інвестицій ними використовуються різні організаційні форми співпраці. Для завоювання конкурентних позицій та забезпечення стійкого фінансового положення сільськогосподарським підприємствам необхідно разом з радикальними структурними перетвореннями проводити стратегічні внутрішньоорганізаційні зміни в системі економічних відносин і менеджменту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-прикладні розробки з питань управління соціально-економічним розвитком організацій, вивчення проблем становлення стратегічної орієнтації менеджменту багатогалузевих підприємств знайшли своє відображення у роботах багатьох зарубіжних і вітчизняних вчених: І. Ансоффа, М. Армстронга, О. С. Віханського, В. П. Галушкі, О. Д. Гудзинського, Й. С. Завадського, А. А. Зайнчковського, С. Н. Кваші, Г. Г. Кірейцева, М. І. Маліка, Б. З. Мільнера, Г. Мінцберга, П. Т. Саблука, В. К. Савчука, Р. А. Фатхутдінова, І. Храмовой та інших вчених.

Однак, рішення проблем організації системи управління стратегічним розвитком агропромислових формувань в сучасних умовах ринкової економіки вимагає більш глибокого вивчення. Слід також зауважити, що в економічній літературі мало уваги приділено системі організаційно-економічних заходів, що забезпечують формування та реалізацію комплексної стратегії розвитку вітчизняних багатогалузевих підприємств АПК через проведення структурних удоскона

© Н. В. Муртазіна, 2012

лень, постановку обліково-аналітичного механізму забезпечення прийняття управлінських рішень, розробку науково-прикладних рекомендацій щодо розвитку організаційної культури.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в системно-комплексному вивченні проблем організації системи управління стратегічним розвитком сільськогосподарських підприємств в рамках механізмів управління.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розвиток організаційної системи вимагає адекватного розвитку та зміни системи управління, її елементів. Відомо, що існує залежність системи управління від етапів життєвого циклу організації і еволюція систем внутрішньофірмового управління відповідає зростаючому рівню нестабільності та невизначеності зовнішнього середовища. Тому необхідно синтезувати основні типи управлінських систем, що дозволить сформувати систему управління стратегічним розвитком організаційної системи, яка найбільш повно б відповідала умовам невизначеності зовнішнього середовища.

Основними якостями і функціями, якими повинна володіти сформована система управління, що сприяє стратегічному розвитку організації, є:

- вміння використовувати зміни зовнішнього і внутрішнього середовища для вигоди організації та як фактор нових можливостей у конкурентній боротьбі;
- вміння направити організаційну систему через обґрунтування цілей розвитку і шляхів їх досягнення;
- координація ресурсів та узгодження суперечливих інтересів всіх учасників бізнес-процесів;
- здатність стимулювати і активізувати рушійні сили розвитку.

На нашу думку, система управління стратегічним розвитком підприємства являє собою одночасно і мету і засіб. Звідси випливає, що остаточним критерієм сформованої дієвої системи управління стратегічним розвитком в умовах ринкової економіки є здатність організації створювати і реалізовувати повноцінну стратегію бізнесу і здійснювати управління організацією за принципами стратегічного управління. Причому слід сказати, що одним із кінцевих продуктів стратегічного управління є:

1. потенціал організації, який забезпечує досягнення цілей організації в майбутньому;

2. внутрішня структура й організаційні зміни, що забезпечують чутливість організації до змін у зовнішньому середовищі.

Отже, управління повинне бути стратегічно орієнтованим.

При формуванні системи управління стратегічним розвитком важливо враховувати можливі бар'єри, які виникають в процесі впровадження та реалізації організаційних нововведень. Також необхідно враховувати рівень зацікавленості керівництва в проведенні змін, виникнення можливих протиріч між сформованою системою стимулювання та новими вимогами до організації роботи.

Вважаємо, що управління стратегічним розвитком організації – це система заходів, що забезпечують збалансований розвиток усіх елементів організаційної системи відповідно до вимог зовнішнього і внутрішнього оточення, а також створення умов для їх ефективної взаємодії в процесі досягнення встановлених стратегічних цілей.

Управління стратегічним розвитком будь-яких організаційних формувань вимагає системно-комплексного підходу, тобто «кожен об'єкт повинен розглядатися як деяка складна система і як елемент системи більш складною» [4, с. 39], а також слід враховувати технічні, ринкові, наукові, економічні, організаційні, психологічні та інші аспекти організації як системи. З урахуванням принципів, на які спирається системний підхід менеджменту, визначених у наукових працях Завадського Й. С. [2], на кожному етапі процесу управління стратегічним розвитком необхідно враховувати взаємозв'язок всіх елементів усередині організації і взаємозв'язок елементів із зовнішнім середовищем і системами більш високого рівня.

Найважливішим важелем організаційного механізму управління розвитком є структура організації. Як основний елемент системи управління – організаційна структура фірми спрямована на встановлення чітких взаємозв'язків між окремими її підрозділами, розподіл між ними прав і відповідальності. Також структура повинна сприяти постійному пошуку можливостей подальшого розвитку організації на основі впровадження нововведень.

Організаційна структура підприємства вибудовується з урахуванням безлічі факторів і умов: розмір, спеціалізація, характер об'єднання (концерн, фінансова група та інших).

Структура управління – це система розподілу праці і встановлення службових зв'язків між структурними підрозділами і працівникам апарату управління

щодо прийняття і реалізації управлінського рішення [5]. Структура управління організацією включає в себе всі цілі, розподілені між різними ланками, зв'язки між якими забезпечують координацію їх виконання. До основних типів структур управління АПК, що по-різному поєднують лінійні і функціональні зв'язки управління, відносять: лінійно-функціональну (різновиди даного типу структури: територіальна, галузева (цехова і комбінована), дивізійну, матричну і бригадну).

Необхідність у структурних змінах виникає при істотних змінах зовнішнього середовища, зміні цілей і в процесі коректування стратегії підприємства (що найчастіше є наслідком вимог зовнішнього середовища), при досягненні певного моменту розвитку організації – коли структура стримує її ріст і впровадження нововведень, а, отже – гальмує розвиток організації.

Іншими не найважливішими важелями організаційного механізму управління стратегічним розвитком організації, що вимагають особливої уваги і вдосконалення, є система регламентування функцій, повноважень і відповідальності, норм і нормативів, управлінських рішень, організації жорсткого оперативного контролю, добору кадрів.

Становлення повноцінного приватного власника в АПК України вимагає докорінного перегляду організаційних методів впливу на організацію та переходу від адміністративно-командного управління до економічного, тому необхідно зміщення балансу від жорстких методів організаційного впливу до більш гнучких. Це збільшує самостійність підрозділів і сприяє розвитку ініціативи і творчості.

До рушійних сил економічного механізму управління розвитком на рівні організації необхідно віднести: постановку чіткої облікової політики, механізм ціноутворення й оплати праці.

Облікова політика включає три взаємопов'язані частини: фінансовий облік, податковий облік і управлінський облік. Фінансовий облік визначається українським законодавством і регулюється державою [3], також він задовольняє інформаційні потреби акціонерів, інвесторів, кредитних установ. Податковий облік регламентований органами державної податкової служби та українського законодавства [1]. Розвиток управлінського обліку та його основних блоків – бюджетування, обліку витрат і калькулювання собівартості продукції – пов'язаний з ускладненням підприємств, диверсифікацією продукції, необхідністю зберігати

комерційну таємницю щодо витрат в умовах конкуренції. Останній вид обліку цілком призначений для внутрішнього користування менеджерами і є базою для обґрунтування стратегічних, тактичних і оперативних управлінських рішень.

На сьогодні в Україні підприємства АПК повинні самі прогнозувати параметри зовнішнього середовища, постачальників, ринки збуту, а тому управлінський облік стратегічного характеру повинен включати в себе звітність по показниках, що характеризують ринки збуту, конкурентів, рентабельність постачальників. Такі параметри використовуються як база для формування і реалізації стратегій. Формування ефективного економічного механізму на різних рівнях управління в агропромислових формуваннях повинно припускати забезпечення оптимального поєднання ступеня централізованості планування і розподілу ресурсів нагорі і певною мірою оперативно-виробничій, фінансовій самостійності і відповідальності щодо результатів економічної діяльності безпосередньо підрозділів.

Аналіз механізму ціноутворення та дослідження застосовуваної системи трансфертних цін між центрами відповідальності в рамках процесу управління стратегічного розвитку необхідний для оцінки результативності та ефективності роботи підрозділів у технологічному ланцюгу. Такий аналіз зможе допомогти виявити проблемні центри витрат, визначити способи вирішення даних проблем через використання принципів внутрішньосистемного підприємництва.

Аналіз оплати праці та матеріального стимулювання керівників і персоналу як основи матеріальної мотивації процесів розвитку повинен позначити зв'язок між здійснюваною політикою мотивації і реальними результатами діяльності того чи іншого підрозділу (центру відповідальності).

Найважливіше значення у процесах управління стратегічним розвитком організації відіграє соціально-психологічний механізм, як комплекс засобів впливу на соціальну підсистему організації на рівні груп та індивідів. Тому доцільним є за діяння таких важелів соціально-психологічного механізму управління: особистість (індивідуум), група, організаційна культура та психологічний клімат організації, нематеріальна мотивація.

Стратегічний розвиток організації пов'язаний із виробленням і впровадженням ґрунтовних організаційних змін, і тому виникає потреба підвищувати ефективність віддачі співробітників, забезпечувати їх прихильність і залученість, прагнення до навчання, а дані процеси вимагають зміни старих установок і цінностей як у керуючої системи, так і у керованої.

Як видно, всі механізми управління, що сприяють стратегічному розвитку організації, тісно взаємопов'язані й вимагають комплексного задіяння: будь-яке управлінське рішення щодо удосконалення організаційної системи в стратегічних цілях має бути економічно обґрунтованим і підкріплюватися економічною та соціальною зацікавленістю, а соціальні та економічні заходи розробляються і реалізуються системою управління за допомогою організаційного механізму.

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки.

Процес організаційного розвитку підтримується періодичним внесенням будь-яких змін в організацію: її систему управління, соціальні та технічні складові, тобто і її стратегії, виробничі процеси, структуру і культуру. Але тут слід враховувати, що ефективному управлінню процесами розвитку агропромисловими формуваннями сприяє деякий здоровий консерватизм в обранні шляхів і методів розвитку: гонка за швидкоплинними результатами (збільшення обсягу виробництва, продажів) без стратегічного бачення можливого наслідку розвитку може призвести до провалів і екологічних проблем масштабного характеру.

При розробці або застосуванні різних нововведень, що сприяють розвитку підприємств АПК, слід враховувати природні, організаційні, техніко-технологічні, соціально-економічні та інші закономірності сільськогосподарського виробництва. Керівник повинен знати, що проведення стратегічних змін в цілях розвитку, будь то зміна методів управління, децентралізація, великі зміни в способі виконання робіт чи базові культурні зміни в нормах, цінностях, може бути успішним тільки при системному підході та залученні всіх елементів організації.

Список літератури: 1. Бухгалтерський облік на сільськогосподарських підприємствах: підручник. – 2-ге вид., перероб. і допов. / М. Ф. Огійчук, В. Я. Плаксієнко, Л. Г. Панченко та ін.; За ред. проф. М. Ф. Огійчука. – К.: Вища освіта, 2003. – 800 с. 2. Завадський Й. С. Менеджмент: підруч. для студ. економ. спец. ВНЗ. В 3-х т.: Т. 1 / Й. С. Завадський; Європейський ун-т. – 3-вид., доп. – К.: Вид-во Європейського ун-ту. – 2002. – 542 с. 3. Кірейцев Г. Г. Методологічні аспекти розвитку бухгалтерського обліку / Г. Г. Кірейцев // Бухгалтерія в сільському господарстві. – 2000. – № 8. – С. 2–7. 4. Платонов Д. И. Менеджмент / Д. И. Платонов. – М.: «Издательство ПРИОР», 2000. – 192 с. 5. Управление агропромышленным комплексом: учебное пособие для студ. и пред. вузов, науч. работников, руководителей и спец. АПК / В. В. Кузнецов, Л. Е. Звягинцев, В. М. Шерешков [и др.]; Под. ред. В. В. Кузнецова. – М.: ИКЦ «МарТ», 2003. – 416 с.

Надійшла до редколегії 9. 10. 2012

УДК 631. 1:005. 21

Підходи щодо формування та реалізації комплексної стратегії розвитку вітчизняних багатогалузевих підприємств АПК / Муртазіна Н. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні

проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 124–130. – Бібліогр.: 5 назв.

В статье рассмотрены основные рычаги, методы и подходы к процессу управления стратегическим развитием организации, которое рассматривается через его стадии и базируется на системно-комплексном подходе с учетом факторов прямого и косвенного воздействия, факторов организации и коммуникации в общей системе управленческого процесса.

Ключевые слова: система управления, стратегическое развитие, системно-комплексный подход.

In article discusses the basic levers, methods and approaches to the management of strategic development of the organization, which is seen through its stages and is based on systematic and comprehensive approach taking into account the factors of direct and indirect influence factors of organization and communication in the overall system management process.

Keywords: system management, strategic development, systematic and comprehensive approach.

УДК 330.3

О. Н. НАЩЁКИНА, канд. физ.-мат. наук, доц., НТУ «ХПІ»,
О. Т. БЕЛЯКОВА, студентка, НТУ «ХПІ».

ИНОСТРАННЫЕ ИНВЕСТИЦИИ В УКРАИНЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье рассмотрены основные проблемы и перспективы привлечения иностранных инвестиций в Украину. Проанализированы статистические данные, которые отражают динамику иностранных инвестиций. Обнаружены основные проблемы, которые препятствуют увеличению иностранных инвестиций. Обоснована значимость иностранных инвестиций, как фактора социально-экономического развития страны.

Ключевые слова: иностранные инвестиции, инвестиционный климат, инвестиционная привлекательность, инвесторы.

Актуальность темы: Развитие современной экономики трудно представить без эффективной инвестиционной деятельности. Привлечение инвестиций, в том числе иностранных, обеспечивает научно-технологический прогресс, экономический рост, создание дополнительных и сохранение существующих рабочих мест, активизацию предпринимательской деятельности и т.п. В то же время анализ статистических данных показывает, что инвестиционная привлекательность Украины достаточно низка [1]. Для повышения инвестиционной привлекательности национальной экономики необходимо создание благоприятного инвестиционного климата. Сказанное выше обуславливает актуальность данной темы в современных условиях и необходимость ее детального исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Инвестиционная деятельность является объектом исследований многих ученых. Значение и роль инвестиций изучались в работах таких отечественных и зарубежных ученых, как: В. Геец, М. Денисенко, Я. Жалило, А. Музыченко, А. Пересада, Н. Татаренко, В. Федоренко, Л. Дж. Гитман, В. Шарпа и многих других. Несмотря на основательное и всестороннее освещение проблем инвестиционной деятельности в имеющейся литературе, данная проблематика по-прежнему остается актуальной.

© О. Н. Нащёкина, О. Т. Белякова, 2012

Поскольку экономика в целом и ее составляющие динамично развиваются, существует объективная необходимость постоянного проведения исследований инвестиционной деятельности и отслеживания тенденций в сфере инвестирования в национальную экономику, в частности инвестирования за счет средств иностранных инвесторов.

Цели данного исследования состоят в определении места и роли иностранных инвестиций в развитии национальной экономики; выявлении барьеров, которые препятствуют притоку иностранного капитала в Украину; определении основных направлений улучшения инвестиционного климата в Украине.

Изложение основного материала. Как указывалось выше, развитие экономики страны напрямую связано с её инвестиционной привлекательностью. Для Украины повышение инвестиционной привлекательности является стратегически важной задачей и основой для решения социально-экономических проблем, стоящих перед украинским обществом.

В соответствии с Законом Украины "О режиме иностранного инвестирования", иностранная инвестиционная деятельность рассматривается как последовательная, целенаправленная деятельность, заключающаяся в капитализации объектов собственности, в формировании и использовании инвестиционных ресурсов, регулировании процессов инвестирования и международного движения инвестиций и инвестиционных товаров, создании соответствующего инвестиционного климата и имеет целью получение прибыли или определенного социального эффекта [3].

Нужно отметить, что Украина обладает огромным потенциалом для привлечения инвестиций. Богатые природные ресурсы и благоприятные природные условия Украины значительно этому способствуют. Перспективными отраслями для инвестирования могли бы стать сельскохозяйственный, туристический и энергетический секторы [4].

Рассмотрим представленную в таблице динамику иностранных инвестиций в национальную экономику, за 2006-2011 гг.

Таблица – Совокупный объём иностранных инвестиций в Украину [2].

Рассматриваемый период	Млн. дол.
01.01.2006	16 890,0
01.01.2007	21 607,3
01.01.2008	29 542,7
01.01.2009	35 616,4
01.01.2010	40 053,0
01.01.2011	44 708

Объемы привлеченных инвестиций в Украину существенно выросли за рассматриваемый период, об этом свидетельствуют данные Госкомстата Украины. По данным официальной статистики наиболее привлекательными для иностранных инвесторов в 2011 году были г. Киев и Киевская область, Днепропетровская, Запорожская, Донецкая, Одесская, Львовская и Харьковская области и Автономная Республика Крым – в эти регионы вложено около 80% иностранных инвестиций [2]. В связи с этим стоит задача повышения инвестиционной привлекательности для иностранных инвесторов и других регионов.

В первом полугодии 2012 года в экономику Украины иностранными инвесторами вложено \$3224,2 млн. прямых инвестиций по сравнению с \$2788,2 млн. за аналогичный период прошлого года [5]. Инвестиции в Украину поступили из 128 стран мира. В десятку наибольших стран-инвесторов, на которые приходится более 82% общего объема иностранных инвестиций, входят: Кипр – \$14521,5 млн, Германия – \$7403,9 млн, Нидерланды – \$4949,3 млн, Российская Федерация – \$3652,5 млн, Австрия – \$3249,6 млн, Франция – \$2505,2 млн, Великобритания – \$2393,1 млн, Виргинские Британские о-ва – \$1749,7 млн, Швеция – \$1566,1 млн, и Швейцария – \$1071,5,3 млн.

На предприятиях промышленности сосредоточено \$16460,9 млн (31,4% общего объема прямых инвестиций в Украину), в т. ч. в перерабатывающей отрасли – \$13694 млн, добывающей – \$1398,8 млн. Среди отраслей перерабатывающей промышленности в металлургическое производство и производство готовых металлических изделий внесено \$6114,9 млн. прямых инвестиций, в производство пищевых продуктов, напитков и табачных изделий – \$2896,1 млн, химическую и нефтехимическую промышленность – \$1269,8 млн, машиностроение – \$1129,3 млн, производство другой неметаллической минеральной продукции – \$993,1 млн. В финансовых учреждениях аккумулировано \$16337,9 млн (31,2% общего объема) прямых инвестиций [5].

Основными причинами препятствующими привлечению иностранных инвестиций стали: низкий уровень доверия к властям, интенсивное вмешательство органов государственной власти в сектор частного бизнеса, теневая экономика, отсутствие четкой стратегии экономического развития страны, нестабильность в области налогообложения, нестабильность политической ситуации в стране, коррупция. Хотя в течение последних нескольких лет наблюдается улучшение ситуации в секторе иностранного инвестирования в экономику Украины, но объе-

мы привлеченных инвестиций пока, не соответствуют тому уровню, в котором нуждается национальная экономика.

Для того чтобы заинтересовать иностранных инвесторов в целесообразности вложений капитала в экономику Украины, необходимо провести ряд социально-экономических реформ и улучшить инвестиционный климат страны. Под понятием "инвестиционный климат" понимают степень благоприятности ситуации, складывающейся в той или иной стране (регионе, отрасли), для вероятного поступления инвестиций в эту страну (регион, отрасль) [6]. Основные направления улучшения инвестиционного климата включают:

- создание гибкой налоговой политики (например, это могут быть налоговые льготы для иностранных инвесторов, уменьшение таможенных сборов на импорт некоторых видов товаров);
- стабилизация банковской системы;
- стабилизация политической ситуации в стране;
- совершенствование правовой базы;
- совершенствование законодательства по борьбе с коррупцией;
- сокращение количества различных разрешительных документов и согласований в сфере предпринимательства.

Решение этих социально-экономических проблем, которые являются барьером для инвесторов, позволит Украине значительно улучшить инвестиционный климат и тем самым ускорить темпы экономического роста, повысить деловую активность страны и улучшить благосостояние населения.

Привлечение иностранных инвестиций в национальную экономику позволит Украине выйти на новый уровень развития, а именно: привлечь новейшие технологии, способствующие повышению конкурентоспособности национального производства на мировых рынках, обеспечить высокий уровень качества продукции, снизить уровень безработицы путём создания дополнительных рабочих мест.

Выводы. Иностранные инвестиции играют важную роль в экономическом развитии общества. Несмотря на позитивную динамику прямых иностранных инвестиций, Украина не использует свой потенциал полностью, поэтому необходимо создать благоприятный инвестиционный климат, способствующий притоку инвестиций. Для этого требуется принятие ряда мер, в частности, совер-

шенствование законодательной базы, создание системы гарантий стабильности и др. Реализация этих мер позволит Украине привлечь внимание иностранных инвесторов к отечественной экономике.

Список литературы: 1. Украинский независимый центр политических исследований [Офиц. сайт]. URL: <http://www.ucps.org/ua> (дата обращения: 10.10.2012). 2. Государственная служба статистики Украины [Офиц. сайт]. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата обращения: 20.10.2012). 3. Закон Украины “Про режим иностранного инвестирования” – Верховная Рада Украины [Офиц. сайт]. URL: <http://www.rada.gov.ua> (дата обращения: 10.10.2012). 4. Гайдуцкий А. П. Мотивационные факторы международных инвестиционных процессов // Финансы Украины.–2004. – №12. – С. 50–57. 5. Европейская бизнес-ассоциация [Офиц. сайт]. URL: <http://www.eba.com.ua/> (дата обращения: 20.10.2012). 6. Пересада А. А. Управление инвестиционным процессом. – К.: Финансы и статистика, 2002. – 471 с. 7. Борщ Л. М. Инвестирование: теория и практика. – К.: Знание, 2005. – 470 с. 8. Пехник А. В. Иностранные инвестиции в экономику Украины. – К.: 2007. – 335 с.

Надійшла до редколегії 12.11.2012

УДК 330.3

Иностранные инвестиции в Украине: проблемы и перспективы / Нащѣкина О. Н., Белякова О. Т. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 130–134. – Бібліогр.: 8 назв.

У статті розглянуті основні проблеми та перспективи залучення іноземних інвестицій в Україну. Проаналізовано статистичні дані, які відбивають динаміку іноземних інвестицій. Виявлено основні проблеми, що перешкоджають збільшенню іноземних інвестицій. Обґрунтовано значущість іноземних інвестицій, як фактора соціально-економічного розвитку країни.

Ключові слова: іноземні інвестиції, інвестиційний клімат, інвестиційна привабливість, інвестори.

In the articles the considered basic problems and prospects of bringing in of foreign investments are to Ukraine. Statistical information which reflect the dynamics of foreign investments is analysed. Found out basic problems which hinder the increase of foreign investments. Grounded meaningfulness of foreign investments, as a factor of socio-economic development of country.

Keywords: foreign investments, investment climate, investment attractiveness, investors.

УДК 005. 52 : [005. 336 : 339. 17]

А. С. ПАНЧУК, канд. екон. наук., доц., ДонНУЕТ ім. М. Туган-Барановського, Донецьк

АНАЛІЗ РОЗВИНЕНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ СТРАТЕГІЧНОГО МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розроблено методику аналізу розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю підприємств, досліджено потенціал торговельних підприємств у розрізі його складових: функціональний блок, маркетинговий блок та ресурсний блок та запропоновано модель оцінки розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю підприємств.

Ключові слова: комерційна діяльність; стратегічне маркетингове управління; потенціал стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю.

Вступ. Під час організації стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю перед сучасними підприємствами гостро постає проблема визначення стану внутрішнього потенціалу комерційної діяльності. Відтак роз-

© А. С. Панчук, 2012

роблення методики визначення та оцінки потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю підприємств зумовлює актуальність даної статті.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Проблемам стратегічного аналізу підприємств присвячені роботи таких вчених як: Л. В. Балабанова, Ф. Котлер, Е. Ф. Мак-Куеррі, Ж. . -Ж. Ламбен, З. Є. Шершньова та інші. Однак в сучасній вітчизняній та зарубіжній літературі питання аналізу розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю є недостатньо висвітленими.

Мета дослідження, постановка проблеми. Метою статті є розробка методики оцінки потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю підприємств.

Матеріали дослідження. Теоретико-методологічною і інформаційною основою дослідження є спеціальна монографічна, методична, довідкова література, наукові розробки вітчизняних та закордонних вчених зі стратегічного управління, стратегічного маркетингу та менеджменту, економіки, економічного і фінансового аналізу, законодавчі і нормативні акти України, дані Держкомстату України, матеріали періодичних видань.

Для проведення досліджень торговельні підприємства було згруповано в умовні чотири групи в залежності від обсягів продажу та формату підприємств:

– I група – підприємства з обсягом річного доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, послуг) понад 200 млн. грн.: ТОВ "Фудсервіс", ТОВ "Моноліт", ТОВ "Фірма "Лія", ТОВ "Фірма "Кортес".

– II група – підприємства з обсягом річного доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, послуг) від 20 до 200 млн. грн.: ТОВ "Ефект" ПФ "БУМ", ПП "Бель", ВТК "Шахтар", ПП "Гарант ЛТД".

– III група – підприємства з обсягом річного доходу (виручки) від реалізації продукції (товарів, послуг) до 20 млн. грн.: ТОВ "Кароліна", ЗАТ "Юг-торг", ПП "Кольрабі", ПП "Зевс".

– IV група – підприємства формату "торговельний центр": ТОВ ТБ "Амстор", ТОВ "Обжора", ТОВ "Омега", ТОВ "МЕТРО кеш енд кері Україна".

Результати дослідження. В процесі дослідження було проведено аналіз розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною

діяльністю підприємств у розрізі його складових: функціональний блок, маркетинговий блок та ресурсний блок.

При дослідженні функціонального блоку потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю було проаналізовано стратегічне маркетингове планування комерційної діяльності (за такими показниками, як здійснення маркетингових досліджень, здійснення стратегічного аналізу комерційної діяльності, розробка стратегічних маркетингових цілей у сфері управління комерційною діяльністю, використання інструментів стратегічного маркетингового планування комерційної діяльності, розробка маркетингових стратегій управління комерційною діяльністю), стратегічну маркетингову організацію комерційної діяльності (за такими показниками: доцільність організаційної структури, проведення стратегічних змін, розвиненість корпоративної культури підприємства) і стратегічний маркетинговий контроль комерційної діяльності (за показниками: здійснення оцінки ефективності стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю, розробка та реалізація коригувальних дій, аналіз комерційних ризиків та розробка заходів щодо їх нівелювання).

Розрахунок середніх показників по групах підприємств показав, що в середньому I, II та III групи мають середній рівень розвиненості функціонального блоку потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю (2,15 бали, 1,99 бали та 1,85 бали відповідно), а IV група – високий рівень його розвиненості (2,62 бали).

Результати аналізу свідчать про те, що усі підприємства I та III групи мають середній рівень розвиненості функціонального блоку. Серед підприємств II групи ТОВ "Ефект" ПФ "БУМ" має високий рівень розвиненості функціонального блоку (2,46 бали), а інші підприємства даної групи – середній. У IV групі високий рівень розвиненості функціонального блоку мають ТОВ ТБ "Амстор" (2,95 бали), ТОВ "Обжора" (2,46 бали) і ТОВ "МЕТРО кеш енд кері Україна" (3,00 бали), а ТОВ "Омега" – середній рівень розвиненості (2,06 бали).

Маркетинговий блок потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю включає маркетингову товарну політику (оцінювалась за такими показниками, як оптимальність асортименту товарів, управління життєвим циклом товарів, ефективність упаковки, якість і конкурентоспроможність товарів, товарні марки, ефективність позиціонування товарів), маркетингову цінову політику (оцінювалась за такими показниками: фактори, що впливають на

цінову політику, цілі ціноутворення, методи ціноутворення, адекватність маркетингових цінових стратегій, гнучкість цінової політики, коригування цін), маркетингову збутову політику (оцінювалась за показниками: використання прогресивних методів збуту, ефективність збутової діяльності, використання засобів мерчендайзингу, оптимальність каналів розподілу), маркетингову комунікаційну політику (оцінювалась за показниками: ефективність рекламної діяльності, використання засобів СТИЗ, використання паблік рілейшнз, використання пабліситі, використання прямого маркетингу, використання директ-мейл, використання спонсорингу, використання брендингу), маркетингову кадрову політику (оцінювалась за такими показниками, як компетентність персоналу, підготовка персоналу у сфері стратегічного менеджменту, маркетингова підготовка персоналу, система підвищення кваліфікації, досвід роботи персоналу), маркетингову логістику (оцінювалась за такими показниками: доцільність договірної політики, управління товарними запасами, ефективність системи постачання товарів, організація транспортних перевезень товарів).

Проведений аналіз свідчить про те, що в середньому для I і IV груп характерний високий рівень розвиненості маркетингового блоку потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю (2,40 бали і 2,55 бали відповідно), а для II і III груп – середній рівень (2,23 бали і 2,07 бали відповідно).

Результати аналізу маркетингового блоку показали, що в I групі високий рівень розвиненості даного блоку мають ТОВ "Фудсервіс" (2,51 бали), ТОВ "Фірма "Лія" (2,48 бали) і ТОВ "Фірма "Кортес" (2,48 бали), а ТОВ "Моноліт" – середній (2,11 бали). При цьому у ТОВ "Фудсервіс" і ТОВ "Фірма "Лія" найкраще розвинута маркетингова логістика (по 3,00 бали), маркетингова збутова політика (по 2,74 бали) і маркетингова товарна політика (по 2,70 бали), а найгірше – маркетингова комунікаційна політика (по 1,86 бали). У ТОВ "Фірма "Кортес" найкраще розвинутий потенціал маркетингової логістики (3,00 бали) і маркетингової збутової політики (2,74 бали), а найгірше – маркетингової комунікаційної політики (1,86 бали). У ТОВ "Моноліт" найвищий рівень розвиненості маркетингової логістики (2,79 бали), а найнижчий – маркетингової комунікаційної політики (1,70 бали).

В II групі високий рівень розвиненості маркетингового блоку має ТОВ "Ефект" ПФ "БУМ" (2,63 бали), а інші підприємства – середній рівень. У ТОВ

"Ефект" ПФ "БУМ" найкраще розвинута маркетингова логістика (3,00 бали), маркетингова збутова політика (2,81 бали) і маркетингова товарна політика (2,75 бали), а найгірше – маркетингова цінова політика (2,33 бали). У ПП "Бель" і ВТК "Шахтар" найвищий рівень розвиненості має маркетингова логістика (по 2,79 бали), а найнижчий – маркетингова комунікаційна політика (по 1,70 бали). У ПП "Гарант ЛТД" найкраще розвинута маркетингова кадрова політика (2,02 бали), а найгірше – маркетингова комунікаційна політика (1,70 бали).

III група характеризується тим, що всі підприємства даної групи мають середній рівень розвиненості маркетингового блоку потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю. ТОВ "Кароліна" і ПП "Зевс" мають найвищий рівень розвиненості маркетингової збутової політики (2,33 бали і 2,74 бали відповідно), а найгірший – маркетингової комунікаційної політики (по 1,70 бали). У ЗАТ "Юг-торг" найкраще розвинута маркетингова логістика (2,79 бали), а найгірше – маркетингова комунікаційна політика (1,70 бали). У ПП "Кольрабі" найкраще розвинута маркетингова кадрова політика (2,02 бали), а найгірше – маркетингова комунікаційна політика (1,70 бали).

У IV групі високий рівень розвиненості маркетингового блоку мають ТОВ ТБ "Амстор" (2,74 бали), ТОВ "Обжора" (2,41 бали) і ТОВ "МЕТРО кеш енд кері Україна" (2,77 бали), а ТОВ "Омега" – середній (2,31 бали). У ТОВ ТБ "Амстор" найкраще розвинуті маркетингова збутова політика (3,00 бали) і маркетингова логістика (3,00 бали), а найгірше – маркетингова комунікаційна політика (2,46 бали). У ТОВ "Обжора" найвищий рівень розвиненості має маркетингова логістика (2,73 бали), а найнижчий – маркетингова комунікаційна політика (2,14 бали) і маркетингова товарна політика (2,15 бали). У ТОВ "Омега" сильними сторонами є розвиненість маркетингової логістики (2,73 бали) і маркетингової товарної політики (2,57 бали), а слабкою стороною – недостатня розвиненість маркетингової комунікаційної політики (1,84 бали). У ТОВ "Метро" найкраще розвинута маркетингова збутова політика (3,00 бали) і маркетингова логістика (3,00 бали), а найгірше – маркетингова цінова політика (2,51 бали).

Дослідження ресурсного блоку потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю проводилось у розрізі інформаційних ресурсів (за такими показниками: забезпеченість інформацією щодо стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю, якість інформації, забезпеченість інформаційними технологіями, організація автоматизованих робочих

мість, швидкість обробки та передачі інформації, надійність збереження інформації), матеріальних ресурсів (за такими показниками, як використання основних фондів підприємства, ефективність використання торговельної площі, ефективність використання складських приміщень, оновлення устаткування), фінансових ресурсів (за показниками: фінансова стійкість, ліквідність активів, ефективність використання обігових коштів, забезпеченість власними обіговими коштами, рентабельність комерційної діяльності), трудових ресурсів (за такими показниками: плинність кадрів, рівень освіти персоналу, оптимальність вікової структури персоналу) і часових ресурсів (за такими показниками, як планування робочого часу, врахування фактору часу у здійсненні стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю, швидкість і своєчасність прийняття управлінських рішень).

Результати дослідження свідчать про те, що в цілому високий рівень розвиненості ресурсного блоку потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю має лише IV група (2,55 бали), а інші групи підприємств – середній рівень (I група – 2,28 бали; II група – 2,13 бали; III група – 2,03 бали).

Високий рівень розвиненості ресурсного блоку мають ТОВ "Ефект" ПФ "БУМ" (2,51 бали), ТОВ ТБ "Амстор" (2,62 бали), ТОВ "Омега" (2,72 бали), ТОВ "МЕТРО кеш енд кері Україна" (2,72 бали). Інформаційні ресурси найкраще розвинуті у ТОВ "Омега" (2,60 бали), ТОВ "МЕТРО кеш енд кері Україна" (2,60 бали), ТОВ "Ефект" ПФ "БУМ" (2,47 бали), ТОВ ТБ "Амстор" (2,47 бали), а найгірше – у ВТК "Шахтар" і ЗАТ "Юг-торг" (по 1,66 бали). Матеріальні ресурси найкраще використовуються в ТОВ "МЕТРО кеш енд кері Україна" (2,76 бали), ТОВ "Ефект" ПФ "БУМ" (2,76 бали), ТОВ ТБ "Амстор" (2,52 бали), ТОВ "Омега" (3,00 бали), а інші підприємства мають середній рівень розвиненості цих ресурсів. Найвищий рівень розвиненості фінансових ресурсів мають ТОВ "Фірма "Лія" (2,61 бали), ТОВ "Фірма "Кортес" (2,39 бали), ТОВ "Фудсервіс" (2,39 бали), а інші підприємства мають середній рівень розвиненості цих ресурсів. Трудові ресурси найкраще розвинуті у ТОВ ТБ "Амстор" (3,00 бали), ТОВ "Омега" (3,00 бали), ТОВ "МЕТРО кеш енд кері Україна" (3,00 бали), ТОВ "Ефект" ПФ "БУМ" (2,63 бали), ТОВ "Обжора" (2,63 бали), а в інших підприємствах – середньо. Найвищий рівень розвиненості часових ресурсів мають ТОВ ТБ "Амстор"

(3,00 бали), ТОВ "Омега" (3,00 бали), ТОВ "МЕТРО кеш енд кері Україна" (3,00 бали), ТОВ "Ефект" ПФ "БУМ" (2,70 бали), а інші підприємства мають середній рівень.

В цілому дослідження потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю показало, що високий рівень його розвиненості мають ТОВ "МЕТРО кеш енд кері Україна" (2,83 бали), ТОВ ТБ "Амстор" (2,76 бали), ТОВ "Ефект" ПФ "БУМ" (2,53 бали), ТОВ "Фудсервіс" (2,35 бали), ТОВ "Омега" (2,35 бали), ТОВ "Фірма "Лія" (2,34 бали), ТОВ "Фірма "Кортес" (2,34 бали), ТОВ "Обжора" (2,34 бали), а інші підприємства – середній рівень.

Узагальнення результатів аналізу розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю здійснено з використанням розробленої методики, яка подана у таблиці.

Таблиця. Рекомендована модель оцінки розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю

Математичний вигляд	Умовні позначення	Примітки
$I_{PI} = \sqrt[3]{K_F \cdot K_M \cdot K_R}$	I_{PI} – інтегральний показник розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю; K_F – показник розвиненості функціонального блоку потенціалу (від 1 до 3 балів); K_M – показник розвиненості маркетингового блоку потенціалу (від 1 до 3 балів); K_R – показник розвиненості ресурсного блоку потенціалу (від 1 до 3 балів).	Якщо $1,0 < I_{PI} < 1,67$, то рівень розвиненості потенціалу є низьким; якщо $1,67 < I_{PI} < 2,33$, то рівень розвиненості потенціалу є середнім; якщо $2,33 < I_{PI} < 3,0$, то рівень розвиненості потенціалу є високим.

Висновки. В процесі дослідження було проведено аналіз розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю 16 торговельних підприємств у розрізі його складових. Розрахунок середніх показників по групах підприємств показав, що в середньому I, II та III групи мають середній рівень розвиненості функціонального блоку потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю (2,15 бали, 1,99 бали та 1,85 бали відповідно), а IV група – високий рівень його розвиненості (2,62 бали). Проведений аналіз свідчить про те, що в середньому для I і IV груп характерний високий рівень розвиненості маркетингового блоку потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю (2,40 бали і 2,55 бали відповідно), а для II і III груп – середній рівень (2,23 бали і 2,07 бали відповідно). Результати дослідження свідчать про те, що в цілому високий рівень розвиненості ресурсного блоку потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю має лише IV група (2,55 бали), а інші групи підприємств – середній рівень (I група – 2,28 бали; II група – 2,13 бали; III група – 2,03 бали).

Розроблена методика оцінки розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю сприятиме підвищенню ефективності комерційної діяльності підприємств та одержанню конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

Список літератури: 1. Балабанова Л. В. Стратегічне маркетингове управління комерційною діяльністю підприємств: монографія/ Л. В. Балабанова, А. С. Панчук. – Донецьк: ДонНУЕТ, 2010р. – 192 с. 2. Грант Р. М. Современный стратегический анализ/ Р. М. Грант. – 5-е изд.; пер. с англ. под ред. Фунтова В. Н. – СПб: Питер, 2008. – 560 с. 3. Мак-Куэрри Э. Ф. Методы маркетингового исследования/ Э. Ф. Мак-Куэрри. – СПб: Питер, 2005. – 176 с.

Надійшла до редколегії 20. 10. 2012

УДК 005. 52 : [005. 336 : 339. 17]

Аналіз розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю підприємств / Панчук А. С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 56(962). – С. 134–141. – Бібліогр.: 3 назви.

В статье разработана методика анализа развитости потенциала стратегического маркетингового управления коммерческой деятельностью предприятий, исследован потенциал торговых предприятий в разрезе его составляющих: функциональный блок, маркетинговый блок и ресурсный блок, а также предложена модель оценки развитости потенциала стратегического маркетингового управления коммерческой деятельностью предприятий.

Ключевые слова: коммерческая деятельность; стратегическое маркетинговое управление; потенциал стратегического маркетингового управления коммерческой деятельностью.

The method of analysis of developed of potential of strategic marketing management commercial activity of enterprises is developed in the article, potential of point-of-sale enterprises is investigational in the cut of his constituents: function box, marketing block and resource block, and also the model of estimation of developed of potential of strategic marketing management commercial activity of enterprises is offered.

Keywords: commercial activity; strategic marketing management; potential of strategic marketing management commercial activity.

УДК 65. 050. 8

К. О. ПИРОЖОК, магістрант, НТУ «ХПІ»,
Л. П. СКОТНІКОВА, доц., НТУ «ХПІ»

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ МЕТАЛУРГІЙНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Розглянута сутність та особливості системи управління металургійним підприємством. Запропоновані шляхи щодо удосконалення системи управління для економічної стійкості та конкурентоздатності підприємства.

Ключові слова: система управління підприємством, організаційна структура, ефективність управління.

Вступ. Розвиток української економіки на сучасному етапі суттєво зміцнює місце і роль підприємства у системі економічних відносин. Підприємство виступає як первинна, основна ланка народного господарства України. Множина цілей і завдань, що стоять перед підприємствами різного класу складності і різної галузевої приналежності, призводить до того, що для управління ними потрібні спеціальні знання, методи й прийоми, що забезпечують ефективну спільну

© К. О. Пирожок, Л. П. Скотнікова, 2012

діяльність працівників всіх структурних підрозділів. А отже, для функціонування цієї складної структури потрібно виробити оптимальну систему управління. Вивчення і вдосконалення системи управління, як в рамках окремого підприємства, так і держави, суспільства в цілому сприяє швидкому досягненню поставлених завдань і цілей. Тобто вивчення та дослідження даної роботи є досить актуальним та важливим сьогодні.

Аналіз літератури. У літературі, присвяченій проблемам управління існує багато визначень системи управління підприємством, кожне з яких відповідає методології певного наукового розділу та, відповідно наголошує на певному аспекті функціонування системи, її побудови, внутрішніх відносинах та ін.

Існують визначення системи управління такі як:

- спосіб взаємодії між суб'єктом і об'єктом управління, спосіб побудови взаємозв'язку між рівнями управління і функціональними галузями, що забезпечує оптимальне за даних умов досягнення цілей організації [4];
- складна система, створена для збору, аналізу і переробки інформації з метою отримання максимального кінцевого результату при певних обмеженнях (наприклад, нестача ресурсів) та ін[3].

Існуючі визначення цілком ґрунтовно надаються в рамках системного підходу до управління, але окрім того, що система управління підприємством має й інші специфічні характеристики, вона також є комплексним явищем, об'єктом дослідження різних наук і відповідно, її визначення базується на методології різних галузей науки.

Проте значна частина питань, пов'язаних із сутністю поняття системи управління та кадрово-управлінського потенціалу, його формуванням та ефективним використанням у сучасних умовах, поки що вивчені недостатньо. Необхідність і практична значущість вирішення цієї проблеми й зумовили вибір теми дослідження.

Метою даної статті є визначення основних напрямів покращення управління металургійним підприємством.

Ефективність діяльності металургійного підприємства залежить від багатьох параметрів – ступеня розвиненості виробництва, поділу і кооперації праці, використання результатів науково-технічного процесу, економічних ресурсів, форм стимулювання високопродуктивної праці тощо, але в першу чергу – від ступеня інтегрування зазначених факторів під час їх використання. Сьогодніш-

ній кадрово-управлінський потенціал як основа системи управління є цілеспрямованою діючою сукупністю керівників і спеціалістів із властивими їм особистісними якостями, організаційно-управлінськими знаннями, здібностями й навиками необхідними для оптимального поєднання трудових, матеріальних, фінансових та інших ресурсів з метою досягнення цілей металургійного підприємства [2].

Система управління демонструє високу ефективність не лише тоді, коли менеджери підприємств, які приймають управлінські рішення та встановлюють форми контролю, і працівники, які беруть на себе відповідальність за виконання рішень, діють злагоджено, але й тоді, коли між рівнями управління (інституційним, управлінським та операційним) налагоджений зрозумілий і чіткий алгоритм взаємовідносин. Відсутність такого механізму між рівнями управління знижує управлінську ефективність усієї системи.

Для більш ефективного функціонування металургійного підприємства в сучасних ринкових умовах система управління підприємством повинна бути відповідною:

- мати високу гнучкість виробництва яка б дозволила швидко змінювати асортимент продукції. Це зумовлено застосуванням у виробництві нової техніки, впровадження прогресивних технологій виробництва та охорони навколишнього середовища;
- бути адекватною складною технологією виробництва, яка вимагає більш нових форм контролю, організації та розподілу праці;
- враховувати серйозну конкуренцію як на внутрішньому так і на зовнішньому ринку продукції та покращувати якість продукції, що надається;
- враховувати вимоги до рівня якості обслуговування споживачів та часу виконання договорів, які регулярно підвищують вимоги по умовам упаковки, транспортування, а також більш вигідні базиси поставки;
- враховувати зміну структури витрат виробництва;
- приймати до уваги необхідність врахування невизначеності зовнішнього середовища [1].

З огляду на все вище згадане можна визначити основні шляхи удосконалення системи управління металургійним підприємством:

- удосконалення організаційної структури управління підприємством;

- оптимізація організації менеджменту і бізнес-процесів через поліпшення системи планування, обліку і контролю за основними показниками діяльності металургійного підприємства;

- удосконалення управління виробничими ресурсами і запасами;

- підвищення ефективності управління інноваційними процесами на металургійному підприємстві, поліпшення якості вироблюваної продукції.

Удосконалення організаційної структури металургійного підприємства означає насамперед необхідність встановлення оптимальної чисельності та структури управлінського апарату підприємства, а також чисельності працівників виробничих відділів та підрозділів згідно з діючими нормами, нормативами та реальними потребами підприємства з урахуванням сучасних ринкових умов тощо.

Поліпшити систему планування, обліку і контролю за основними показниками діяльності металургійного підприємства можна за допомогою впровадження ефективної системи внутрішнього контролю, широкого і всебічного впровадження обчислювальної техніки, розвитку комп'ютерних мереж зв'язку, застосування сучасних програмних засобів: технологій управління та інформаційних технологій. Насамперед це стосується системи організації фінансового менеджменту, бюджетування, управління фінансовими потоками та витратами.

Удосконалення управління виробничими ресурсами і запасами означає раціональне використання всіх видів матеріальних ресурсів, застосування енергозберігаючих технологій, регулювання використання виробничих запасів згідно з прогресивними нормами.

Одним з напрямків удосконалення системи управління є об'єктно-цільовий підхід із закінченим циклом управління при визначенні організаційної структури, нових прав і обов'язків працівників, а також міри відповідальності за свої посадові функції керівників і фахівців різних рівнів. Цільова об'єктно-функціональна структура апарату управління дозволить компетентно, комплексно, компактно і своєчасно здійснювати процеси управління, як це і потрібно при ринковій економіці. Цільовими об'єктами управління є ресурси: матеріальні, трудові, фінансові, а також основні засоби виробництва, готова продукція та інші активи. Увесь процес управління тим чи іншим ресурсом розглядається як одне ціле, в рамках якого діють взаємозалежні інформаційні потоки, що проходять через усі функції управління (планування, облік, контроль тощо)[5].

Модернізація та заміна застарілого обладнання на нове менш енергоємне, впровадження механізації видів робіт, комп'ютеризації та дистанційної техніки також є одним із напрямів удосконалення системи управління, що сприяє більшому завантаженню виробничих потужностей, і як наслідок більшому випуску продукції та зменшенню енергоємності витрат.

Зміни в організації діяльності і управління стають реакцією підприємства на постійні зміни у зовнішньому середовищі: ринку, рівні технологій, потреб споживачів, конкуренції. Тому будь-яке металургійне підприємство, що має за мету зайняти провідне місце на своєму ринку споживання, не знизити своїх конкурентних переваг, повинно піклуватися не тільки про обсяги виготовленої продукції, а й про методи та принципи, що застосовуються в управлінській системі.

Висновки. Для вдосконалення або створення й подальшого ефективного функціонування сучасної системи управління металургійним підприємством потрібні:

- впровадження сучасних засобів і методів керування в межах вибраної комплексної концепції системи керування;
- використання засобів комп'ютеризації і дистанційної техніки для вдосконалення техніко-економічного рівня, збільшенню випуску і якості виробництва;
- зосередження на цілях розвитку і порядку удосконалення комплексної системи управління металургійним підприємством і його складовими частинами для забезпечення ефективних рішень, а також організаційних, кадрових і технічних рішень;
- покращення інформаційної системи для керування підприємством з метою покращення якості інформаційного масиву і розширення можливостей його швидкого використання;
- удосконалення організаційних структур керування підприємством головним чином шляхом використання сучасних гнучких форм;
- використання світового досвіду, а також співпраця всередині країни з іноземними партнерами для забезпечення необхідного рівня якості розвитку системи управління на підприємстві.

Список літератури. 1. Кабаков Ю. Напрямки удосконалювання систем управління: стандарти, методи або цілі підприємства? // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2009. – № 2. – С. 39-42. 2. Гончарова О. М. Проблеми розвитку металургійних підприємств України в сучасних умовах / Гончарова О. М. // Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. наук. праць – 2004. – Вип. 5. – С. 146-150. 3. Зайцев А. К. Исследование систем управления: учебное пособие – НИМБ, 2006. – 123 с. 4. Иванова Т. Ю.

Теория организации. Краткий курс: учебное пособие – СПб, 2004 – 273 с. **5. Рогоза, М. Є.** Управління промисловими підприємствами: соціально-економічні чинники та особливості організації [Текст]: монографія/ М. Є. Рогоза. – Полтава:РВЦ ПУСКУ, 2005. – 281 с. **6. Зайдель, Х.** Основы учения об экономике [Текст]/ Х. Зайдель, Р. Теммен. – М., 1994. – 363 с. **7. Бень Т. Г.** Цілі та форми реструктуризації металургійних підприємств / Т. Г. Бень, С. Б. Довбня // Металлургическая и горнорудная промышленность. – 2001. – №2. – С. 100 – 102.

Надійшла до редколегії 18. 10. 2012

УДК 65. 050. 8

Шляхи удосконалення системи управління металургійним підприємством / Пирожок К. О., Скотнікова Л. П. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 56(962). – С. 141–146. – Бібліогр.: 7 назв.

Рассмотрена сущность и особенности системы управления металлургическим предприятием. Предложены пути относительно усовершенствования системы управления для экономической стойкости и конкурентоспособности предприятия.

Ключевые слова: система управления предприятием, организационная структура, эффективность управления.

Essence and features of control system by a metallurgical enterprise is considered. Ways are offered in relation to the improvement of control system for economic firmness and competitiveness of enterprise.

Keywords: control system by an enterprise, organizational structure, management efficiency.

УДК 336.02:614.21(477)

О. В. ПОРТНА, канд. екон. наук, ХІНЕМ, Харків

ІНДИВІДУАЛІЗАЦІЯ ФІНАНСУВАННЯ ЯК ЧИННИК ПІДВИЩЕННЯ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГАЛУЗІ ОХОРОНИ ЗДОРОВ'Я

У статті розглядаються нагальні проблеми фінансового забезпечення охорони здоров'я, наводяться переваги та недоліки страхової медицини, пропонується та обґрунтовується впровадження індивідуальних накопичувальних рахунків як ефективного механізму фінансування галузі.

Ключові слова: охорона здоров'я, фінансування, страхова медицина, індивідуальні накопичувальні рахунки.

Вступ. Сучасне багатоканальне фінансування не вирішує економічні проблеми охорони здоров'я, а завдання визначення оптимального механізму фінансового забезпечення медичних закладів, що стоїть перед сучасною економічною наукою, полягає в максимізації соціально-економічної ефективності функціонування галузі.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Заглиблення у механізми фінансування охорони здоров'я актуалізує питання підвищення соціально-економічної ефективності функціонування галузі, впровадження страхової медицини в Україні, які отримали значний розвиток у працях вітчизняних та зарубіжних фахівців, таких як Камінська Т. [1], Мачуга Н. [2], Кудрявцев А. [3], Педченко Т. [4, 5] та багатьох інших.

© О. В. Портна, 2012

Мета досліджень, постановка проблеми. Розглянути проблеми фінансування охорони здоров'я, проаналізувати переваги та недоліки страхової медицини в Україні. Запропонувати ефективний механізм фінансування медичних закладів.

Результати досліджень. Розглядаючи проблеми функціонування медичної галузі перший заступник голови адміністрації Президента України І. Акімова зазначала, що система фінансування як і раніше, здійснюється за кошторисним принципом, тобто кошти виділяються залежно від ліжко-місць. Цей за своєю сутністю хибний принцип не дає стимулів для надання якісних послуг пацієнтові, не дозволяє зосередити бюджетні кошти у потрібному місці та прослідкувати за їх належним використанням. [6, с. 5]

На нашу думку і багатьох фахівців, методи фінансування, що зараз пропонуються та застосовуються, є малоефективними, тому що не вирішують такі проблем охорони здоров'я, як:

- фрагментоване групування коштів (декілька груп надходження коштів, що не конкурують між собою);
- вертикальна інтеграція групування, закупівлі та надання медичної допомоги;
- перекриття відповідальності за надання послуг (місто/район у межах області тощо);
- надто розвинена і надто спеціалізована інфраструктура;
- невиправдано високий рівень користування та звернень;
- нерівний розподіл послуг та витрат;
- мінімальне залучення населення, вибір, підзвітність, прозорість;
- зв'язок фінансування з якістю лікування;
- стимулювання здорового способу життя тощо.

Багато авторів переконані, що впровадженням страхової медицини можна зрушити такі фінансові проблеми системи охорони здоров'я [7, с. 138]:

- забезпечити стале фінансування галузі, поєднавши бюджетні та позабюджетні кошти й відмовившись від залишкового принципу бюджетного фінансування;
- пов'язати з фінансовими можливостями системи чітко визначений обсяг державних гарантій щодо медичної допомоги;

- закріпити соціально-економічну відповідальність закладів охорони здоров'я за результати своєї роботи;
- на рівні держави запровадити принцип соціальної солідарності;
- забезпечити ефективний контроль за якістю медичної допомоги та результатами діяльності медичних закладів.

Але, на нашу думку, система медичного страхування має багато негативних рис [7]:

- порушиться Конституція України, що надає право на безкоштовну медичну допомогу та вільний вибір системи медичного страхування;
- більша частина коштів, додатково залучених впровадженням страхової медицини, витратиметься на заробітну плату лікарів;
- відбудеться відкрита й узаконена комерціалізація діяльності охорони здоров'я та надання медичних послуг, і тому системі буде вигідно, щоб населення хворіло;
- медичне страхування (на перший погляд, нібито додаткове джерело фінансування охорони здоров'я) в умовах реального зменшення чисельності населення України та зростаючої питомої ваги людей похилого і пенсійного віку може стати додатковим тягарем для бюджетів;
- існуючий в Україні високий рівень безробіття та «тінізація» економіки не дозволить сформувати страхові фонди бажаного розміру;
- з'явиться новий податок, тому що впровадження медичного страхування передбачає сплату соціального збору, тобто ще одного виду нарахувань на заробітну плату, що додається до вже існуючих;
- величезні витрати підуть на утримання адміністративного апарату;
- зможуть собі дозволити дорогу медичну страховку не всі хворі, а лише матеріально забезпечені;
- зловживання липовими лікарняними листками, тому що застрахований вважатиме: якщо він купив дорогу медичну страховку, то не треба працювати, а сума виплат по лікарняних буде компенсувати заробітну плату;
- це таке фінансування, при якому суб'єкти з малим доходом повинні платити у систему медичного страхування більшу частину своїх доходів, ніж забезпечені суб'єкти;
- зменшення доступності та справедливості системи медичного обслуговування для хронічно хворих та літніх людей;

- споживач і виробник не прагнутимуть до ощадливості, адже оплата здійснюється третьою стороною; це призведе до надмірного використання послуг та до зростання видатків (неефективного використання ресурсів);

- досі не вироблено відповідні критерії прозорості та ефективності функціонування закладів охорони здоров'я із впровадженням медичного страхування, а також чіткого взаємозв'язку між кількістю, якістю й результативністю діяльності та обсягами фінансування;

- впровадження медичного страхування не означає підвищення результативності діяльності медичної галузі та покращення здоров'я населення, а навпаки лише погіршить стан галузі та громадян.

На підставі цих доводів можна зробити висновок, що, хоча впровадження страхової медицини – це можливість отримати додаткові цільові кошти, які повинні забезпечити фінансування галузі охорони здоров'я, проте на сучасному етапі можна досягти більшої якості та економічної ефективності роботи закладів охорони здоров'я і без впровадження медичного страхування.

На нашу думку, можна запропонувати більш ефективний механізм фінансування закладів охорони здоров'я. Так, одним з найважливіших завдань галузі є стимулювання у громадян здорового способу життя. Населення звертається по медичну допомогу нерівномірно: переважна більшість потребує її один-два рази на декілька років, а дехто зловживає, звертаючись у медичні заклади по кілька разів на місяць без вагомих причин. Виходить, що бюджетні кошти, які виділяються щороку, витрачаються на тих, хто зловживає. Якщо розглядати діяльність медичних працівників, то можна помітити, що хворі віддають перевагу лікуванню у висококваліфікованих фахівців, яких дуже мало і які відпрацьовують свою бюджетну заробітну плату, й не тільки її, наданням медичної допомоги. [8, с. 33-34]

Тому, щоб припинити зловживання, стимулювати у населення здоровий спосіб життя та ефективно й раціональне витрачання власних і державних коштів на охорону здоров'я, виділити із загальної кількості медичних працівників кращих і саме їх заохочувати, можна запропонувати впровадження індивідуальних накопичувальних рахунків.

Обсяг коштів, які щороку виділяються бюджетами всіх рівнів на охорону здоров'я в розрахунку на кожного громадянина, накопичуються на таких

індивідуальних рахунках, а інші джерела надходження коштів у галузь стають вагомим додатковим ресурсом на цих рахунках. Таке фінансування відіграватиме стимулюючу роль, бо медичні заклади будуть зацікавлені у підвищенні якості та обсягу медичних послуг на принципі самофінансування, що, слід сподіватися, сприятиме виходу з тіньової економіки та легалізації оплати в кишеню лікарів. Це відбуватиметься відкрито і прозоро: кожний знатиме, яка сума у нього накопичена. Відбудеться девіртуалізація коштів та бюджетного фінансування охорони здоров'я, громадяни відчують державну турботу про адресність фінансування. Механізм такий: тільки-но громадянин звертається по медичну допомогу, вартість профілактики, діагностики, лікування чи реабілітації утримується з його індивідуального накопичувального рахунку й перераховується в той медичний заклад, який надав пацієнтові медичну допомогу. При цьому державні кошти спрямовуються на оплату допомоги в державних закладах, зберігається державна вартість медичних послуг.

Впровадження таких накопичувальних індивідуальних рахунків дозволить:

- відійти від територіально-дільничного закріплення населення, тому що пацієнт, який має такий рахунок, може звернутись по медичну допомогу в будь-який заклад, до будь-якого лікаря і заплатити зі свого рахунку;
- оптимізувати структуру шляхом обмеження постійних значних витрат з метою спрямування більшої частини бюджетного фінансування на потреби пацієнтів;
- реалізувати соціальний принцип вільного доступу до фінансових ресурсів, ринковий принцип стимулювання ефективності їх використання та принцип соціальної справедливості щодо рівних прав усіх громадян на здоров'я;
- підвищити рівень адресності витрат на охорону здоров'я;
- реалізувати один з критеріїв якості надання медичної допомоги – задоволеність медичною допомогою (у вільному виборі лікаря, у вільному виборі медичного закладу);
- стимулювати конкуренцію серед медичних закладів та фахівців: примусити заклади охорони здоров'я самим піклуватися про своє фінансування, домагаючись підвищення якості та надійності надання медичної допомоги;
- вирішити проблему надлишкового потенціалу, що приведе до визначення оптимальної кількості та структури медичних закладів, які здатні цілком задовольнити потреби громадян у медичній допомозі та охороні здоров'я;

- пов'язати фінансові потоки з якістю і кількістю надаваних послуг таким чином, щоб кошти «не бігали» за хворими;
- пов'язати фінансові потоки із заробітною платою медичних працівників;
- стимулювати у громадян здоровий спосіб життя, адже кожен самостійно розпоряджатиметься коштами і вирішуватиме, витратити їх на профілактику чи на дороге лікування;
- підвищити доступність медичних послуг. Спираючись на дані Держкомстату, очевидним стає, що досить великій частині населення недоступна медична допомога, за яку треба платити неформально, тобто з власної кишені особисто лікареві. Впровадження таких рахунків дозволить офіційно оплачувати медичну допомогу з отриманих на це коштів;
- підвищити життєвий рівень населення, тому що воно матиме додаткові кошти цільового призначення (на власну охорону здоров'я);
- посилити контроль за рухом коштів медичної галузі, тобто за нарахуванням коштів на індивідуальні накопичувальні рахунки та їх використанням.

Висновки. Таким чином необхідно індивідуалізувати фінансове забезпечення охорони здоров'я за допомогою цільового спрямування фінансових ресурсів споживачам медичних послуг з метою задоволення потреб громадян у медичному обслуговуванні та пов'язання фінансових потоків з якістю й кількістю надаваних послуг, з результатами діяльності медичних закладів.

Список літератури: 1. Безпека людського розвитку: економіко-теоретичний аналіз : монографія / Л. С. Шевченко, О. А. Гриценко, Т. М. Камінська [та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. Л. С. Шевченко. – Х. : Право, 2010. – 448 с. 2. Мачуга Н. Проблеми становлення медичного страхування в Україні / Н. Мачуга // Банківська справа. – 2000. – № 5. – С. 23–25. 3. Кудрявцев А. А. Актуальные модели обоснования системы обязательного медицинского страхования / Кудрявцев А. А., Поляков И. В. – СПб. : СПбГУ, 1997. – 188 с. 4. Педченко Т. Соціально-економічні умови запровадження в Україні загальнообов'язкового державного соціального медичного страхування / Т. Педченко // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2003. – № 2. – С. 393–397. 5. Педченко Т. Шляхи реформування системи фінансування охорони здоров'я та його законодавче забезпечення / Т. Педченко // Вісник Української академії державного управління. – 2003. – № 1. – С. 215–220. 6. 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). 7. Портна О. В. Проблемні аспекти впровадження загальнообов'язкового державного соціального страхування в Україні / О. В. Портна // Актуальні проблеми розвитку страхової діяльності в Україні : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених та студентів. – Х., 2007. – С. 136–139. 8. Портна О. В. Впровадження ефективних механізмів фінансування закладів охорони здоров'я / О. В. Портна // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Темат. вип. : Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Х., 2009. – № 35. – С. 24–35.

Надійшла до редколегії 15. 10. 2012

УДК 336.02:614.21(477)

Індивідуалізація фінансування як чинник підвищення соціально-економічної ефективності функціонування галузі охорони здоров'я / Портна О. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 146–152. – Бібліогр.: 8 назв.

В статті розглядаються насущні проблеми фінансового забезпечення здоров'я, приводяться переваги та недоліки страхувальної медицини, пропонується та обґрунтовується впровадження індивідуальних накопительних рахунків як ефективного механізму фінансування галузі.

Ключові слова: здоров'я, фінансування, страхувальна медицина, індивідуальні накопительні рахунки.

In the article considered vital problems of health care financing, advantages and disadvantages of insurance medicine, proposed and substantiated introduction of individual accounts as effective mechanism of financing of the field.

Key words: health care, financing, insurance medicine, individual accounts.

УДК 658.8:657.471

Ю. В. РУДЕНКО, аспірант, ХНЕУ, Харків

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ВИТРАТ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В роботі представлено систему оцінки маркетингової діяльності на основі діагностування центрів виникнення маркетингових витрат. Виділено методи та підходи щодо аналізу ефективності маркетингових витрат на промислових підприємствах. Розглянуто критерії результативності маркетингу та запропоновано класифікацію показників ефективності маркетингових витрат.

Ключові слова: маркетингові витрати, ефективність маркетингових витрат, показники ефективності маркетингової діяльності, рентабельність інвестицій в маркетинг.

Вступ. Високий рівень розвитку методологічних питань маркетингу та його інструментів вимагає адекватної дієвості аналітичної функції. Невідповідність ступеня розвитку маркетингу і маркетингового аналізу спричинило зростання витрат на маркетинг, зниження ефективності маркетингових програм, низьку точність прогнозних оцінок, зниження довіри до маркетингових відділів. Враховуючи підвищені вимоги до якості маркетингової діяльності існує необхідність вдосконалення підходів і методик щодо аналізу показників ефективності витрат на маркетинг і в цілому аудиту витратної складової маркетингу.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Методологічну та теоретичну основу проведення дослідження становлять наукові положення вітчизняних та зарубіжних учених, пов'язані з оцінкою ефективності маркетингу: Асселя Г.[2], Мак-Дональда М. [4], Котлера Ф., Армстронга Г., Сондерса Д., Вонг В. [16], Кук В. Дж. [20], Яшевої Г.А. [3], Моїсєєвої Н. К., Конишевої М. В. [5], Туган-Барановського М., Балабанової Л. В.[6], Кітової О. В.[8], Телєтова О. С.[9], Голубкова Є. П. [11], Мельника М. В. [13], Хруцького В. Є., Корнєєвої І. В.[15], Оснач О. Ф. [21], Завгородньої А. В., Ямпольської Д. О. [17], Ковальова А. І. [18], Мавриної А. О. [19], Сабєцької Т. І. [24], Непомняцького Є. Г. [25]. Аналіз публі-

© Ю. В. Руденко, 2012

кацій з проблеми ефективності маркетингової діяльності та витрат на її здійснення показав, що не існує єдиної думки щодо вибору критеріїв класифікації об'єктів оцінки маркетингу та дозволив виділити загальні напрями формування основних показників ефективності реалізованих підприємством маркетингових заходів.

Мета досліджень. Метою статті є аналіз існуючих підходів щодо оцінки ефективності маркетингової діяльності промислових підприємств.

Результати досліджень. Сучасне підприємство все більше набуває клієнтоорієнтованого характеру діяльності. Це підвищує значущість маркетингової складової у забезпеченні ефективного функціонування й розвитку підприємства. Вдосконалення маркетингової діяльності та підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств потребує постійного здійснення оцінки ефективності маркетингових витрат.

На показники ефективності маркетингу впливають безліч чинників, що зосереджені у всіх сферах діяльності підприємства. Більшість науковців схильні оцінювати результативність маркетингу згідно з рівнем виконання маркетингових функцій та якістю управління ними [3, 5, 7]. Проте, на думку автора, даний підхід ускладнює аналіз та облік витрат на маркетинг та узагальнює економічний ефект маркетингової діяльності. Деякі вчені визначають ефективність маркетингу за допомогою результатів його аудиту, що дає можливість легко перевірити рівень досягнення поставленої мети підприємства, а також співставити результативні показники з витратами на даний захід відповідно до зовнішнього середовища [7, 10, 11]. Однак, таке розуміння ефекту ігнорує процес формування витрат на маркетинг та внутрішні чинники, що їх обумовили. Тому, система оцінки маркетингової діяльності передбачає, перш за все, діагностування центру виникнення маркетингових витрат, а далі – об'єктивне, точне, різнобічне обґрунтування кожного окремого маркетингового заходу (див. рис.).

Існують різні моделі оцінки маркетингової діяльності, які визначають загальну концептуальну основу для побудови інструментальних підходів до управління маркетинговою ефективністю [12, с. 113]. Метою даних моделей є методологічне представлення зв'язку маркетингу і окремих його елементів з кінцевими результатами діяльності підприємства, узгодженість з фінансовими показниками та метриками, що використовуються на корпоративному рівні.

Попередником даних моделей є класична формула Дюпона [13, с. 213], яка довгий час розглядалася як стандартна методика для визначення прибутку на інвестований капітал і визначала ті показники-фактори, що його забезпечують:

$$\text{ROE} = \text{Валовий прибуток/Виручка від реалізації} * \text{Виручка від реалізації/Активи} * \\ * \text{Активи/Власний капітал} \quad (1)$$

Незмінною перевагою даної моделі є доступність всіх вихідних показників, оскільки вони містяться у фінансовій звітності підприємства. Її використання в маркетингу дозволяє оцінити можливі варіанти цін виробленого набору товарів, умови і швидкість поставок, розрахунків з клієнтами. Модель Дюпона сприяє визначенню розміру доходу від реалізації окремої маркетингової програми або заходу, обґрунтуванню необхідного для них бюджету [14]. Головним недоліком цієї формули є неможливість визначення факторів, які вплинули на рентабельність власного капіталу. Орієнтуючись на показники прибутковості капіталу, модель також не враховує довгострокові ефекти інвестицій в маркетинг і ризики, через що існує необхідність в моделюванні грошових потоків підприємства та розрахунок ефективності на основі відповідних показників (NPV, IRR та ін.). Обмеженням даної формули є те, що вона застосовується переважно для стабільних і повільно мінливих ринків та не розглядає фактори зміни зовнішнього середовища, можливі ризики, становище стратегічних господарських одиниць в портфелі підприємства та ін. Враховуючи вищевказані особливості, модель Дюпона можна використовувати в маркетингу, головним чином, в поточному плануванні, під час обґрунтування потреби в ресурсах та розробки заходів в рамках комплексу маркетингу.

Оцінка ефективності маркетингу на основі витрат є досить складним завданням, адже не завжди надається можливість визначити кількісний ефект, який одержується за рахунок маркетингових заходів. Проте, існує безліч різних підходів щодо вирішення даної проблеми, що дозволяє виділити якісні та кількісні методи оцінки ефективності маркетингової діяльності [15,16,17,18]. Якісні методи передбачають використання маркетингового аудиту, в ході якого здійснюється всебічний аналіз зовнішнього середовища організації, а також всіх загроз і можливостей. При цьому можна виділити дві області маркетингового контролю: маркетинговий контроль, орієнтований на результати, і маркетинг-аудит, тобто аналіз якісних сторін діяльності організації.

Кількісні методи оцінки ефективності маркетингу вимагають порівняння витрат на маркетинг з отриманим валовим прибутком і витрат на рекламу з обсягом продажів. Такий підхід характеризує кінцеві фінансові результати діяльності організації. У загальному вигляді ефективність маркетингової діяльності (індекс прибутковості) визначають як відношення сукупного дисконтованого прибутку, отриманого від реалізації маркетингових заходів в кожному році розрахункового періоду, до сукупних дисконтованих витрат щодо

здійснення цих заходів. Таким чином, маркетингова діяльність ефективна, якщо індекс прибутковості більше ставки на капітал. Проведення аналізу прибутковості та аналізу витрат є одним з варіантів кількісного методу оцінки ефективності маркетингу.

Оцінюючи витрати на маркетинг, необхідно визначити параметри, які характеризують діяльність маркетингового підрозділу – обсяги реалізації, частку ринку підприємства, маржинальний та чистий прибуток (у табл. 1). При цьому, обсяг реалізації (чистий дохід) є комплексним показником і відображає не тільки продуктивність зусиль з реалізації товару, але й справедливість обраної ціни, і, найголовніше, відповідність продукції цільовій групі споживачів. Динаміка обсягу продажів – це індикатор стану організації на ринку, її частки і тенденцій зміни.

Слід також зазначити, що самостійне місце в аналізі структури маркетингових витрат та оцінці потенціалу розвитку підприємства відводиться аналізу точки беззбитковості. Самоокупний обсяг реалізації продукції є індикатором можливостей маневру організації на ринку.

Таблиця 1. Кількісні критерії ефективності діяльності маркетингових відділів [19, с.335]

Функції маркетингових відділів	Показники ефективності діяльності маркетингових відділів
Маркетингові дослідження	Валовий прибуток, обсяг продажу (в грошовому та натуральному вираженні)
Прогнозування обсягу продажу	Обсяг продажу
Планування виробничої стратегії та випуску продукції	Обсяг продажу
Розроблення нових продуктів і вдосконалення тих, що випускаються	Обсяг продажу
Ціноутворення	Частка ринку, валовий прибуток
Упаковка, вибір торгової марки	Збільшення обсягу продажу
Товарні запаси	Кількість оборотів товарних запасів, оборот товарних запасів у днях
Розподіл товарів	Обсяг продажу
Стимулювання продажу	Збільшення обсягу продажу
Збут продукції – підтримка зацікавленості працівників маркетингових відділів	Обсяг продажу
Реклама	Збільшення обсягу продажу

Об'єкти оцінки	Зростає обсяг продажів і валового прибутку	Залежність витрат на маркетинг і обсяг продажів	Рівень виконання функцій маркетингу і управління маркетингом	Сутність маркетингових стратегій, політики діяльності підприємства його відношення з партнерами	Існуючі можливості аналізу обсягів продажів	Рівень залучення споживачів, маркетингові інструменти, інформаційні опора, ефективність показників, промислові акції, експерти	Інформаційна обробка функцій маркетингу, інтеграція з маркетингом, розвиток персоналу	Результативність маркетингу
Автор підходу	+							
	Керівництво підприємств СІАД, [10]							
	В.В. Хіватін, В.І. Симонович, Н.П. Черненко, І.А. Фарахманов [3, 33-34]				+	+		
	М.Май-Доматид [4, 17-18]							
	Н.К. Моисєва М.В. Конішева [3, 183-194]	-						
	М. Тутан-Беренесакін, Л.В. Балабанов [6, 27]					+		
	Г.А.сала [2, 803]	-						
	Ф. Коппер [7, 230-241]	+						
	Г.А. Яшева [3, 33-34]							
	О.В. Кітосов [8]			+			+	
	А.С. Телятов [9]							
	С.С. Гаришніков [10, 470-493]							
	О.П. Голубков [11, 80-84]	-						
	Фінансовий відділ				ВІДДІЛ ВИРОБНИЦТВА		ВІДДІЛ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ	
	Центр вивчення маркетингових витрат					ІНФОРМАЦІЙНИЙ ВІДДІЛ	АДМІНІСТРАТИВНИЙ ВІДДІЛ	
					ВІДДІЛ ЗСУТУ			
В І Д Д І Л Н А Р К Е Т И Н Г У								

Рис. - Підходи авторів щодо оцінки ефективності маркетингової діяльності на підприємстві

В сучасних моделях оцінки маркетингу на промислових підприємствах ланцюжок маркетингової ефективності має наступну послідовність: маркетингові активи (активи бренду, клієнтська база, партнерські відносини) – маркетингові результати – вартість бізнесу [20, с.197]. Маркетингові інвестиції призводять до збільшення маркетингових активів, які оцінюються показниками ступені взаємодії: поінформованість про бренд, ставлення до бренду, сприйняття ризику, рівень довіри і рівень лояльності. Розглянутий ланцюжок оцінки маркетингової ефективності дозволяє визначити взаємопов'язані показники, які враховуються під час фінансової оцінки та в процесі управління, оскільки дозволяє встановити зв'язок між маркетинговими стратегіями та діями, їх результативністю на ринку, фінансовими показниками та вартістю бізнесу підприємства. Особливість даного підходу – це розгляд маркетингових заходів окремо від загального стану підприємства, який відображається в його активах, позиції на ринку, фінансовому становищі та ринкової вартості. Таким чином, формуються дві паралельні, але взаємопов'язані на кожному рівні ланцюжки дій і результуючих показників.

Отже, аналіз ефективності маркетингової діяльності, в першу чергу, пов'язаний з розробкою системи показників та їх оцінкою, тому методика аналізу ефективності маркетингових витрат повинна бути заснована на єдиній системі фінансових та нефінансових показників. Найбільш дієвим методом аналізу ефективності маркетингової діяльності є функціонально-вартісний аналіз (ФВА), який передбачає застосування точних фінансових показників витрат на маркетинг. Під ФВА розуміється евристичний метод системного дослідження функцій процесів та інших об'єктів, спрямований на оптимізацію їх фінансово-економічних параметрів [12, с.116]. Функціональний підхід передбачає застосування витратного підходу, адже рівень витрат зумовлює прибутковість підприємства. Витрати поділяють на виправдані (необхідні) і необґрунтовані (холості), що виявляються в ході аналізу та вимагають зниження.

Головним завданням проведення ФВА ефективності маркетингової діяльності є досягнення згоди між виробниками та споживачами, що виражається в ступені реалізації комплексу маркетингу і витратами, які супроводжують цей рівень. В даній ситуації можна виділити три варіанти рішення:

- зменшення витрат за умов збереження ступеня реалізації комплексу маркетингу;
- зростання рівня реалізації комплексу маркетингу при збереженні заданого розміру витрат;
- збільшення ступеня реалізації при відносному скороченні витрат.

В умовах застосування ФВА комплекс маркетингу досліджується у вигляді безперервного процесу реалізації системи взаємозалежних функцій. Контроль маркетингових витрат починається з вивчення бухгалтерського звіту фірми, потім виконується перерахунок витрат фірми за певний термін часу за функціями маркетингу (маркетингові дослідження, розроблення нових товарів, реклама та стимулювання продажу, розроблення торгової марки, збут, послуги споживачам, планування та контроль маркетингової діяльності тощо) [21, с.300]. Також можливим є розподіл функціональних витрат маркетингу за окремими товарами підприємства, який дає можливість розраховувати витрати на маркетинг за кожним критерієм та їхню частку в загальній сумі функціональних витрат.

Умовою ефективної маркетингової діяльності є формування системи маркетингових показників з урахуванням їхніх взаємозв'язків та ієрархії [22, с.16]. На першому рівні цієї ієрархії вимірюється рентабельність інвестицій в маркетинг відповідно до мети промислового підприємства – максимізації прибутку. Найбільш вагомими показниками ефективності маркетингу – конверсія в електронній комерції і розмір витрат на здійснення продажів – ґрунтуються на трьох показниках другого рівня цієї ієрархії, які містять елементи віддачі капіталовкладень, – вартість залучення споживачів, їх кількість та маркетингові витрати. Третій рівень ієрархії охоплює показники результатів маркетингових заходів підприємства, які слід розуміти як зворотню інформацію, необхідну для модифікації стратегії з урахуванням цілей маркетингової програми.

Результати досліджень, проведених Accenture [23, с.142], Сабецькою Т. [24] та Непомнящим Є. Г. [25, с.98] дозволяють класифікувати показники ефективності витрат на маркетинг промислових підприємств відносно вартісного, інвестиційного та в цілому стратегічного підходів до аналізу маркетингових витрат (у табл. 2).

Таблиця 2. Класифікація показників ефективності витрат на маркетинг [складено на основі дж. 23, 24, 25]

Найменування	Економічний зміст
<i>I. Показники повернення маркетингових інвестицій (інвестиційний підхід)</i>	
Показник реакції	частка постійних споживачів, що характеризує ставлення споживачів до конкретного підприємства або товарної категорії та відображає рівень лояльності споживачів
Показник генерації надходження	різниця між надходженнями грошових коштів та їх витрачанням до середньої вартості активів підприємства
Показник утримання клієнтів	час тривання зв'язку клієнта з підприємством
Показник генерації прибутку	беззбитковий розмір прибутку, необхідний для сплати податкових платежів, покриття інфляційного зростання цін елементів оборотного капіталу; збільшення доходів працівників, акціонерів та інвесторів; створення фонду розвитку підприємства тощо
<i>II. Показники співвідношення витрат і результатів щодо цілей діяльності підприємства (стратегічний підхід)</i>	
Показники комерційної (фінансової) ефективності	враховують фінансові наслідки реалізації маркетингових заходів для підприємства
Показники бюджетної ефективності	відображають фінансові наслідки маркетингових дій для місцевого та державного бюджетів
Показники економічної ефективності	враховують витрати й результати, пов'язані з реалізацією маркетингових заходів, які виходять за межі прямих фінансових інтересів підприємства і припускають вартісний вимір
<i>III. Внутрішні показники результативності проведення маркетингових заходів (вартісний підхід)</i>	
Питома вага маркетингового персоналу в штатному розкладі	відображає частку працівників, які виконують маркетингові функції, в загальній чисельності персоналу підприємства
Питома вага витрат на маркетинговий персонал в фонді заробітної плати	частка заробітної плати, яку отримують працівники маркетингового відділу, у загальному фонді заробітної плати підприємства
Рентабельність витрат на просування і збут	характеризує ефективність збутових витрат і розраховується як співвідношення суми прибутку від реалізації продукції до суми витрат на просування і збут
Рентабельність маркетингових витрат	співвідношення суми прибутку від реалізації продукції і загального обсягу витрат на маркетинг, що ілюструє ефективність реалізованих підприємством маркетингових заходів
Коефіцієнт затоварення	розраховується як співвідношення зміни залишку готової продукції та обсягу реалізації продукції підприємства

Наведений огляд методичних підходів до оцінки ефективності маркетингової діяльності свідчить про те, що більшість з них не охоплюють комплекс джерел маркетингової продуктивності та є більш придатними для досягнення різних

цілей оцінки: від надання кількісних оцінок ефектів маркетингових заходів до інтегральної оцінки маркетингової діяльності. Кожний з розглянутих методів має свої переваги і недоліки. Так, інвестиційний підхід управління маркетинговими витратами передбачає всебічний контроль за грошовими надходженнями підприємства, проте аналізується лише беззбитковий рівень валового прибутку. Зазвичай сума інвестицій розподіляється серед конкретних маркетингових заходів, кожен з яких має свій рівень повернення капіталовкладень. За допомогою показників повернення маркетингових інвестицій можна обчислити необхідний розмір витрат для максимального відгуку цільової аудиторії та використовувати його як своєрідний еталон оцінки результативності комунікаційної політики. Таким чином, ефективність маркетингу вимірюється показниками взаємозв'язку зі споживачами, при цьому внутрішні складові маркетингової діяльності, такі як товарна, цінова політики та ін. до уваги не беруться. За умов використання стратегічного підходу під час дослідження результативності витрат на маркетинг слід відмітити ретельний фінансовий аналіз маркетингової діяльності з врахуванням наслідків для підприємства, держави, зовнішнього середовища підприємства. Однак, ігнорується значення нефінансових показників маркетингових заходів, що не дозволяє якісно оцінити ефективність маркетингу. Вартісний підхід, на погляд автора, найбільш адаптований до вітчизняних промислових підприємств, адже внутрішні показники охоплюють як діяльність відділів маркетингу і збуту, так і взаємовідношення підприємства з цільовим ринком.

Висновки. Таким чином, ефективність витрат на маркетинг характеризується ступенем задоволення споживача виробленим продуктом, його функціональними властивостями, ефективністю використовуваних технологій, оптимальною структурою залучених ресурсів, ефективністю бізнес процесів, системи управління та організаційної структури компанії. Комплексність аналізу маркетингової результативності передбачає управління маркетинговими витратами підприємства не тільки на стадії вивчення ринків збуту, але й по всьому ланцюжку життєвого циклу продукту: дизайн, дослідне виробництво, випробування, закупівлі, організація виробництва, збут, сервісне обслуговування, і утилізація. Особливу увагу слід приділяти аналізу та контролю неекономічних показників ефективності маркетингової діяльності, адже наслідки їх ігнорування фінансово відчутні для промислового підприємства, перш за все, у вигляді негативної тенденції зниження розміру валового прибутку.

Список літератури: 1. Критерии эффективности работы продавцов и пути ее повышения [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.excellent.com.ua/trenings/usefull/public/efupravl.html>. 2. *Ассэль Генри*. Маркетинг: принципы и стратегия: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 804. 3. *Яшева Г.А.* Эффективность маркетинга: методика, оценки и результаты // Журнал “Практический маркетинг” – 2003. – №8. – с. 33-34. 4. *Мак-Дональд М.* Стратегическое планирование маркетинга – СПб: Питер, 2000. – 320 с. 5. *Моисеева Н.К., Коньшева М.В.* Управление маркетингом: теория, практика, информационные технологии: Учеб. пособие / Под ред. Н.К. Моисеевой. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 304 с. 6. Маркетинг менеджмент. Научное издание / Под ред. *Туган-Барановского М., Балабановой Л.В.* – Донецк: ДонГУЭТ, 2001. – 594 с. 7. *Котлер Ф.* Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок : пер. с англ. В.А. Гольдича и А.И. Оганесовой; научн. ред. и авт. вступ. ст. Б.А. Соловьев. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2000. – 272 с. 8. *Китова О.В.* Управление эффективностью маркетинга: методология и проектное моделирование / О.В. Китова. – РЭА им. Г.В. Плеханова. : Сбор, 1999. – 160 с. 9. *Телетов О.С.* Оцінка ефективності функціонування промислових маркетингових систем/ О.С. Телетов // Економічний вісник НТТУ «ХПІ». – 2008. – №5. – С. 232-236. 10. *Гаркавенко С.С.* Маркетинг : підручник / С.С. Гаркавенко. – К. : Лібра, 2004. – 712 с. 11. *Голубков Е.П.* Маркетинговые исследования: теория, методология и практика/ Е.П. Голубков. – М. : Издательство «Финпресс», 1998. – 416 с. 12. *Егорова С.Е., Волкова О.А.* Анализ эффективности и аудит маркетинговой деятельности / Егорова С.Е., Волкова О.А. // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – № 1. – с. 112-121. 13. *Мельник М.В.* Экономический анализ в аудите: Учеб. пособие. /М. В. Мельник, В. Г. Когденко. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2007. -543 с. 14. *Strivaslava R., Tasadduq Sh., Liam F.* Market-based Assets and Shareholder Value: A Framework for Analysis // Journal of Marketing. 1998. 15. *Хруцкий В.Е., Корнеева И.В.* Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка: Учеб.пособие. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Финансы и статистика.2007-528с. 16. *Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В.* Основы маркетинга: Пер. с англ.-2-е европ.изд.-К.;М.;СПб.: Издат.дом. «Вильямс», 2008.-105с. 17. *Завгородняя А.В.* Маркетинговое планирование./ А.В.Завгородняя, Д. О.Ямпольская– СПб: Питер. 2002. – 352с. 18. *Ковалев, А.И.* Маркетинговый анализ. / А.И. Ковалев., В.В. Войленко, – М.: Центр экономики и маркетинга, 2005. – 265 с. 19. *Мавріна, А.О.* Оцінювання ефективності маркетингових заходів [Текст] / А. О. Мавріна // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". – 2009. – №5(640). – С. 334-342. – [Сутність маркетингових витрат]. 20. *Кук В. Дж.* Маркетинг и финансы: в поисках конструктивного диалога. М.: Вершина, 2007 – 344с. 21. *Оснач О.Ф.* Промисловий маркетинг: підручник / Оснач О.Ф. – К.: Центр навчальної літератури, 2009. – 364с. 22. *Lenskold James D.* Marketing ROI: Playing to Win, „Marketing Management”, maj-czerwiec 2002, vol. 11, Ul nr 3. 23. *Lenskold James D.* Pomiar rentowności inwestycji marketingowych. – Kraków: Oficyna Ekonomiczna, 2004. – 237 s. 24. *Сабельська Т.І.* Оцінка ефективності маркетингової діяльності сільгоспмашинобудівних підприємств / Сабельська Т.І. // Тези інтернет- конференції. – Тернопіль. – 2010. – Режим доступу: http://confiapv.at.ua/publ/konf_14_15_zhovtnja_2010_r/ocinka_efektivnosti_marketingovoji_dijalnosti_silgo_spmashinobudivnih_pidpriemstv/3-1-0-225. 25. *Непомнящий Е. Г.* Инвестиционное проектирование : Учебное пособие. / Е. Г. Непомнящий. – Изд-во Таганрог : ТРТУ, 2003. – 262 с.

Надійшла до редколегії 20. 09. 2012

УДК 658.8:657.471

Анализ подходов к определению эффективности маркетинговых затрат на промышленных предприятиях / Руденко Ю. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 152–162. – Бібліогр.: 25 назв.

В работе представлена система оценки маркетинговой деятельности на основе диагностики центров возникновения маркетинговых затрат. Проанализированы методы и подходы к эффективности маркетинговых затрат на промышленных предприятиях. Рассмотрены средства измерения результативности маркетинга и предложена классификация показателей эффективности маркетинговых затрат.

Ключевые слова: маркетинговые затраты, эффективность маркетинговых затрат, показатели эффективности маркетинговой деятельности, рентабельность инвестиций в маркетинг.

The author presents the evaluation system of marketing activities based on diagnosing the center of marketing costs. Also he analyses the methods and approaches to marketing costs' efficiency at industrial

enterprises. He examines the means of measuring marketing effectiveness and proposes the classification of indicators marketing costs' performance.

Keywords: marketing costs, effectiveness of marketing expenses, the performance of marketing activities, marketing ROI.

УДК 005. 95/. 96(075. 8)

Н. І. СИТНИК, канд. біол. наук, доц., НТУУ «КПІ», Київ

ТАКСОНОМІЯ ТИПІВ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

В дослідженні розроблена таксономія типів організаційної культури, що базується на співвідношенні двох факторів: сприйнятливості до змін та внутрішня інтегрованість. В залежності від рівня розвитку виділених факторів пропонується розрізняти слабку, консервативну, розмиту, сильну і помірно розвинену організаційні культури.

Ключові слова: організаційна культура, таксономія, сприйнятливості до змін, внутрішня інтегрованість.

Вступ. Феномен організаційної культури (далі – ОК) привертає постійну увагу фахівців з менеджменту і практиків. Вважається загальновизнаним, що ОК є важливим компонентом внутрішньоорганізаційного середовища, який впливає на стан і розвиток людських ресурсів, реалізацію стратегічних планів, конкурентоспроможність, комерційний успіх та імідж організації.

Різним аспектам ОК присвячені численні роботи західних і вітчизняних вчених, зокрема, Е. Шейна, Р. Рютенгера, Г. Хофстеда, Д. Шварца, Ф. Тромпена-арса, Ч. Хенді, К. Камерона і Р. Куінна, Р. Льюїса, О. Кібанова, С. Шекшні, О. Грішнєвої, А. Колота, І. Мажури та ін.

Водночас, питання управління ОК, тобто формування і цілеспрямованої зміни ОК в напрямку, що в найбільшій мірі забезпечує її відповідність цілям організації, залишається дискусійним. Це пов'язано як з об'єктивною складністю і багатогранністю феномену ОК, так і відсутністю достатньо універсальних, обґрунтованих і водночас практично прийнятних параметрів діагностики ОК. Розроблення таких параметрів є актуальним і вимагає подальших досліджень.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Дослідження ряду авторів спрямовані на виявлення найбільш загальних характеристик ОК і ґрунтуються на розумінні ОК як складного системного утворення, елементи якого розташовані на декількох ієрархічно пов'язаних між собою рівнях. Такі уявлення розвиваються в роботах П. Кука, Е. Шейна, Г. Еквалла та ін. [2, 4-6]. Зокрема, Е. Шейн уявляє ОК як трьохрівневе утворення [4, 6]. Її нижчий рівень формують глибинні колективні уявлення, тобто комплекс поглядів відносно людей, організації і середовища, в якій організація працює. Другий рівень представлений цінностями, що визначають колективну думку членів організації про те, як потрібно працювати. Артефакти і створені образи вважаються третім, поверхневим рівнем ОК.

Вони являють собою видимі символи, завдяки яким працівники організації і зовнішній світ отримують інформацію про організацію.

Аналогічного розуміння структури ОК притримується В. Р. Веснін, виділяючи глибинний рівень (філософія), проміжний (вкорінені цінності і вірування) та поверхневий (правила, норми поведінки і матеріальні атрибути) [1].

Інший напрямок досліджень ОК пов'язаний із спробами класифікувати різні типи ОК на основі сукупності тих чи інших детермінуючих ознак. До цієї групи відносяться моделі Г. Хофстеда, Д. Шварца, Ч. Хенді, К. Камерона і Р. Куїнна, Р. Льюїса, У. Оучі, Д. Кроула, Ф. Бернса і Л. Нельсона та ін. Спільними рисами запропонованих в цих дослідженнях класифікацій ОК, що знижують можливість порівняння широкого спектру організаційних культур, які спостерігаються в сучасних організаціях, є їх недостатня універсальність через мінімальне врахування структурних особливостей ОК і певний суб'єктивізм у виборі тих чи інших класифікаційних ознак.

Мета досліджень, постановка проблеми. В даній статті поставлена мета розробити таксономію типів ОК, в основу якої покладені сутнісні ознаки ОК, що відображають її структурні особливості, можливості адаптації до змін і, врешті решт, до організаційного розвитку.

Результати досліджень. Відправним пунктом даного дослідження є класичне визначення ОК, надане Е. Шейном. Він розумів ОК як «комплекс базових припущень, винайдений, виявлений чи розроблений певною групою для того, щоб навчитися вирішувати проблеми зовнішньої адаптації і внутрішньої інтеграції, та функціонуючий достатньо довго, щоб підтвердити свою слушність»[6].

У відповідності з цим визначенням видається доцільним ключовими факторами ОК вважати її здатність забезпечувати організаційну сприйнятливість до змін і водночас підтримувати внутрішню інтегрованість.

Перший фактор ОК – сприйнятливість до змін, – відображає успішність адаптації, тобто швидкість і адекватність реакції організації на зміни довкілля.

Внутрішня інтегрованість обумовлює організаційну унікальність та цілісність і забезпечується логічною узгодженістю, несуперечливістю і взаємопов'язаністю всіх структурних рівнів ОК.

Згідно з авторським уявленням організаційна культура виступає полікомпонентним системним утворенням, складові якого утворюють чотири ієрархічно пов'язані між собою рівні [3].

Світоглядний рівень формується власниками і вищим керівництвом організації і відображає їх світоглядну позицію. Цей рівень охоплює пізнавальну, ціннісну та програмно-поведінкову підсистеми. Пізнавальна підсистема містить знання і уявлення про довкілля, головні принципи і засоби пізнання, що використовуються в процесі осмислення дійсності. Цінності «відповідають» за світосприйняття, дозволяють встановити суб'єктивні пріоритети, формують установки і поведінкові орієнтири. Програмно-поведінкова підсистема визначає вибір життєвих стратегій, ступінь активності і засоби, що застосовуються для перетворення дійсності.

Нормативно-атрибутивний рівень ОК представлений переважаючим стилем управління; формальними і неформальними правилами; традиціями, ритуалами, обрядами, корпоративними заходами, що мають на меті донести до працівників фундаментальні цінності лідерів організації і виконують виховну функцію; матеріальних атрибутах (символіка, емблеми, лозунги, внутрішнє оформлення приміщень, офісів, тощо).

Когнітивно-емоційний рівень інтегрує психологічні складові ОК, що відображають загальні чи домінуючі в даному колективі стереотипні способи мислення і емоційний настрій. Когнітивна складова визначає ступінь засвоєння організаційних норм і переведення їх у загальноприйняті у певному колективі стереотипи мислення (ментальні моделі), а емоційна – домінуючий емоційний настрій, тобто суміш позитивних і негативних емоцій, що створюють унікальну для кожної організації емоційну атмосферу. Ці складові, на відміну від елементів нормативно-атрибутивного рівня, не завжди очевидні, однак вони безпосередньо впливають на робочу поведінку працюючих.

Поведінковий рівень утворюється типовими зразками поведінки, тобто переважаючими в певному колективі способами дій, що виявляються і зберігаються в ньому, а також передаються новим працівникам через внутрішні системи комунікацій, формальні і неформальні системи винагороди. Типові зразки поведінки – це найбільш помітний і найважливіший для організації аспект ОК, що відрізняє одну організацію від іншої.

Результатом комбінації факторів «сприйнятливість до змін» і «внутрішня інтегрованість» є 5 типів ОК, представлених на рис.



Рис. – Типи ОК

Слабка ОК відзначається низькими значеннями обох факторів і є найменш сприятливою з точки зору організаційного розвитку. При слабкій ОК не забезпечується її сприйнятливість до змін і внутрішня цілісність ОК.

Низька внутрішня інтегрованість ОК може виникати внаслідок дії щонайменше таких чинників:

1) горизонтальної дезінтеграції, тобто неузгодженості структурних елементів одного рівня ОК. Прикладом горизонтальної дезінтеграції може слугувати конфліктність ментальних моделей (когнітивно-емоційний рівень ОК), що циркулюють в організації.

2) вертикальної дезінтеграції, тобто неузгодженості різних структурних рівнів ОК між собою. Прикладом є невідповідність ментальних моделей організації світоглядним уявленням її засновників або формальним нормам поведінки, що декларуються організацією як обов'язкові.

3) змішаної дезінтеграції, яка є поєднанням двох вищезазначених.

Вплив слабкої ОК на функціонування організації є мінімальним.

Консервативна ОК (низька сприйнятливість до змін – висока внутрішня інтегрованість) є адекватною для організацій, що діють в умовах стабільного зовнішнього середовища, однак, якщо зміни довкілля є суттєвими і відбуваються

швидко, їх низька сприйнятливість може стати стримуючим фактором організаційного розвитку, негативно позначаючись на всіх сторонах життя організації.

Розмитій ОК (висока сприйнятливість до змін – низька внутрішня інтегрованість) притаманна гнучкість та швидкість реакції на зміни і водночас низька внутрішня інтегрованість. При такій комбінації факторів цілісність ОК опиняється під загрозою, ОК втрачає «імунітет» до зовнішніх впливів і ризикує розпастися на окремі субкультури.

Сильна ОК (високі значення обох факторів) характеризується значною здатністю до адаптивності при збереженні внутрішньої цілісності і інтегрованості. Сильна ОК має значний вплив на всі сторони життя організації, сприяючи її активному розвитку та досягненню коротко- і довгострокових цілей.

Помірно розвиненій ОК властиві середні значення виділених факторів, тобто помірна сприйнятливість до змін при збереженні відносної цілісності структури ОК.

Висновки. В роботі запропонована таксономія типів ОК, яка ґрунтується на достатньо універсальних, сутнісних ознаках, що відображають структурні особливості ОК, можливості адаптації до змін і, врешті решт, визначають потенціал організаційного розвитку.

Такими ознаками виступають: 1) сприйнятливість до змін, що обумовлює успішність адаптації, тобто швидкість і адекватність реакції організації на зміни довкілля, 2) внутрішня інтегрованість ОК, що характеризує організаційну цілісність і забезпечується логічною узгодженістю, несуперечливістю і взаємопов'язаністю всіх структурних рівнів ОК. Низька внутрішня інтегрованість може виникати внаслідок горизонтальної дезінтеграції, тобто неузгодженості структурних елементів одного рівня ОК, або вертикальної дезінтеграції, тобто неузгодженості між собою різних структурних рівнів ОК.

В залежності від співвідношення виділених ознак «сприйнятливість до змін» та «внутрішня інтегрованість» диференціюються 5 типів ОК: слабка, консервативна, розмита, сильна і помірно розвинена.

Представляється, що запропонована в даному дослідженні таксономія типів ОК сприятиме більш системному дослідженню ОК і в перспективі переведенню питання управління ОК в площину практичних управлінських дій.

Список літератури: 1. Веснин В. Р. Управление персоналом. Теория и практика: учебник / В. Р. Веснин. – М.: «Проспект», 2009. – 688 с. 2. Кук П. Креатив приносит деньги / П. Кук. – Минск: «Гревцов Пабlishер», 2007. – 334 с. 3. Ситник Н. І. Ієрархічна модель організаційної культури / Н. І. Ситник. // Пробле-

ми системного підходу в економіці. – 2011 р. – Вип. 2. – режим доступу <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/PSPE/index.html> / 4. Шейн Э. Организационная культура и лидерство / Э. Шейн. – Санкт Петербург: «Питер», 2008. – 336 с. 5. Ekvall G. The organizational culture of idea management / G. Ekvall // Managing innovations. J. Henry, D. Walker (eds) – London: Sage Publications, 1991. 6. Shein E. H. Coming to a new awareness of culture / E. H. Shein // Sloan Management Review. – 1985. – Winter – P. 1-15.

Надійшла до редколегії 10. 10. 2012

УДК 005. 95/. 96(075. 8)

Таксономія типів організаційної культури / Ситник Н. І. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 162–167. – Бібліогр.: 6 назв.

В исследовании разработана таксономия типов организационной культуры, в основу которой положено соотношение двух факторов: восприимчивость к изменениям и внутренняя интегрированность. В зависимости от степени развития выделенных факторов предлагается различать слабую, консервативную, размытую, сильную и умеренно развитую организационные культуры.

Ключевые слова: организационная культура, таксономия, восприимчивость к изменениям, внутренняя интегрированность.

The study is devoted to the development of taxonomy for organizational culture types. The proposed taxonomy is based on balance of two factors: sensitivity to changes and internal integrity. As a result of combinations of these factors five types of organizational culture could be differentiated as follows: weak, conservative, fuzzy, strong and moderately developed organizational culture.

Keywords: organizational culture, taxonomy, sensitivity to changes and internal integrity.

УДК 631.15:658. 27

А. А. СУСКА, аспірантка, ХНАУ ім. В. В. Докучаєва, Харків

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ РЕАЛІЗАЦІЇ СТРАТЕГІЙ ФОРМУВАННЯ, ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КОНКУРЕНТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЛІСОВОГО ГОСПОДАРСТВА

В статті наводяться методичні підходи до оцінки ефективності реалізації стратегій формування, збереження і розвитку конкурентного потенціалу підприємства лісового господарства в яких автор поєднує класичні методи оцінки ефективності конкурентних стратегій з особливостями сучасного ринку продукції лісового господарства України.

Ключові слова: конкурентний потенціал, конкурентні переваги, стратегії формування, управління, реалізація.

Постановка проблеми. В процесі управління конкурентним потенціалом підприємства поряд з такими завданнями як постійний аналіз і визначення потенційних конкурентних можливостей підприємства. визначення напрямів (стратегій) формування, утримання і розвитку таких можливостей, потрібно вирішувати завдання оцінки ефективності реалізації стратегій формування, утримання або розвитку конкурентного потенціалу.

Незважаючи на значний обсяг досліджень щодо конкуренції як явища ринкової економіки і її основних категорій – конкурентні переваги, конкурентні позиції, конкурентний статус, конкурентні стратегії, конкурентоспроможність – таких відомих вчених як Ф. Котлер, М. Портер, О. А. Журан, Ю. В. Соколов, В. Л. Дикань, А. Г. Дейнека, Л. А. Познякова, С. С. Горковенко, С. Левицьки,

© А. А. Суска, 2012

Л. В. Балабанова, Р. В. Мажинський, поняття конкурентного потенціалу, тим більш оцінка ефективності реалізації стратегій формування, утримання і розвитку конкурентного потенціалу, на сьогоднішній день, ще не отримали достатнього вивчення і розуміння.

Основне завдання статті. Запропонувати методичними підходами до оцінки ефективності реалізації стратегій формування, утримання і розвитку конкурентного потенціалу, які являли б собою цілісну систему взаємопов'язаних заходів, послідовне виконання яких давало б потрібний результат.

Виклад основного матеріалу. В залежності від стратегічного вибору щодо формування, утримання чи розвитку конкурентних переваг – якість продукції, активізація маркетингових зусиль на ринку, компетенції підприємства – необхідні відповідні методичні підходи до оцінки ефективності реалізації стратегій формування, утримання та розвитку конкурентного потенціалу.

Ефективність стратегій формування конкурентного потенціалу, які базуються на активізації переваг факторів, що пов'язані з собівартістю і збільшенням зацікавленості споживачів до продукції внаслідок підвищення її якості або більш глибокої її диференціації автор роботи пропонує за інтегральними показником конкурентоспроможності продукції підприємства.

Саме вплив динаміки змін коефіцієнта конкурентоспроможності продукції на основні показники діяльності підприємства (рентабельність, обсяг продажів, прибуток) може визначати ефективність впроваджених стратегій формування конкурентного потенціалу через якість продукції.

Зміни інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності продукції підприємства за певний період часу, як правило за рік, визначається по формулі ;

$$\Delta K_{\text{кп}} = K_{\text{кп}}^1 - K_{\text{кп}}^0, \quad (1)$$

де $\Delta K_{\text{кп}}$ – зміна інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності продукції за рік;

$K_{\text{кп}}^1$ – величина інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності продукції через рік після впровадження стратегії формування конкурентного потенціалу через якість продукції:

$K_{\text{кп}}^0$ – величина інтегрального коефіцієнта конкурентоспроможності продукції до впровадження стратегії.

При комплексному підході до оцінки конкурентоспроможності продукції, споживчих переваг продукції, враховують, так звані, технічні переваги продукції, переваги щодо якості продукції, яка з точки зору споживача може оцінюватися за певними частковими показниками, які мають певну ступінь значимості для споживача, та економічні переваги, які в де більшому визначаються за ціною продукту.

Інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності продукції при такому комплексному підході визначається за формулою:

$$K_{\text{кп}} = \frac{K_{\text{кпт}}}{K_{\text{кпе}}}, \quad (2)$$

де $K_{\text{кп}}$ – інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності продукції;

$K_{\text{кпт}}$ – коефіцієнт конкуренції за технічними параметрами – зовнішні конкурентні переваги;

$K_{\text{кпе}}$ – коефіцієнт конкуренції за економічними параметрами – внутрішні конкурентні переваги.

Зовнішні конкурентні переваги (конкурентні переваги за технічними характеристиками) визначаються на підставі даних маркетингових досліджень ринку і розраховуються по формулі:

$$K_{\text{кпт}} = \sum_{i=1}^n P_i * a_i, \quad (3)$$

де P_i – часткові показники конкуренції за вибраними параметрами оцінки;

a_i – вагова доля часткового показника конкуренції.

Внутрішні конкурентні переваги (конкурентоспроможність продукції по економічним параметрам) визначають як відношення ціни (собівартості) товару підприємства до ціни (собівартості) товару конкурента і визначаються по формулі:

$$K_{\text{кпе}} = \frac{C_{\text{пп}}}{C_{\text{тк}}}, \quad (4)$$

де $C_{\text{пп}}$ – ціна одиниці товару підприємства;

C_{mk} – ціна одиниці товару конкурента.

Якщо підприємство виходить на ринок з декількома видами продукції, наприклад, продукція 1 – тверда деревина, продукція 2 – деревина шпилькових дерев, продукція 3 – деревина м'яких порід дерев – то інтегральний коефіцієнт конкурентоспроможності продукції підприємства розраховується по формулі:

$$K_{kn} = K_{kn1} \times v_1 + K_{kn2} \times v_2 + K_{kn3} \times v_3, \quad (5)$$

де K_{kn1} , K_{kn2} , K_{kn3} – інтегральні коефіцієнти конкуренції відповідно продукції 1, 2 і 3:

v_1 , v_2 , v_3 – долі видів продукції в обсязі реалізації за певний період часу.

Такі методичні підходи до оцінки ефективні в тому випадку, коли підприємство вибирає стратегії формування, утримання чи розвитку конкурентного потенціалу через фактори, які визначають якість продукції – відносно менші затрати на виробництво, більш глибока диференціація продукції, надання продукції виняткових властивостей.

Під ефективністю стратегій формування конкурентного потенціалу через фактори ринкового середовища (долю ринку) слід розуміти ступінь впливу змін долі ринку на основні показники діяльності підприємства. Тобто за показник ефективності таких стратегій може бути обрана доля ринку фірми, точніше динаміка долі ринку за певний період реалізації загальної стратегії фірми. Але частка ринку це тільки результат, який насправді досить легко порахувати і порівняти, тобто який лежить на поверхні і в той же час не відповідає на питання щодо причин (шляхів) його досягнення.

Для розрахунку прийнятого показника ефективності стратегій формування, збереження чи розвитку конкурентного потенціалу – долі ринку – доцільно використовувати модель, яку запропонувала професор С. Горковенко. Переваги такої моделі щодо розрахунку долі ринку підприємств лісового господарства полягають в наступному:

По – перше, дана модель пов'язує в одне ціле фактори що формуються як заходами політики розподілу, та і заходами політики просування;

По – друге, ринок лісової продукції в плані кількості споживачів, відносно не великий – основні покупці це підприємства, що дозволяє оперативно збирати інформацію і проводити необхідні розрахунки.

Модель розрахунку і аналізу долі ринку за С. Горковенко передбачає розраховувати доля ринку за формулою:

$$D_p = \Pi \times E \times P, \quad (6)$$

де D_p – доля (частка) ринку підприємства;

Π – рівень проникнення;

E – рівень ексклюзивності;

P – рівень інтенсивності.

Значення, наведених вище показників на певний період часу, розраховують за результатами маркетингових досліджень за наступними формулами:

– рівень проникнення:

$$\Pi = \Pi_p / \Pi_z, \quad (7)$$

де Π_p – кількість покупців товару підприємства;

Π_z – кількість покупців аналогічних товарів підприємств – конкурентів на даному сегменті;

– рівень ексклюзивності:

$$E = K_{tp} / \Pi_p / K_{tz} / \Pi_z, \quad (8)$$

де K_{tp} – кількість товару підприємства, який за певний період часу купили реальні і можливі покупці підприємства;

K_{tz} – загальна кількість товару придбаного реальними і потенціальними покупцями підприємства;

– рівень інтенсивності:

$$P = K_{tkp} / \Pi_p / K_{tkk} / \Pi_z, \quad (9)$$

де K_{tkp} – кількість товару підприємств – конкурентів, які купили потенційні покупці підприємства за певний період часу;

K_{tkk} – кількість товару підприємств конкурентів, які купили потенційні покупці підприємств конкурентів за певний період часу.

За таких підходів визначення часткових показників долі ринку формула набере вигляду :

$$D_p = \Pi_p / \Pi_3 \times K_{\text{тп}} / \Pi_p / K_{\text{тз}} / \Pi_3 \times K_{\text{ткп}} / \Pi_p / K_{\text{ткк}} / \Pi_3, \quad (10)$$

Якщо потрібно проаналізувати долю ринку в грошовому вираженні, то до формули вводиться додатковий показник I – індекс відносної ціни (зниження індексу відносної ціни може бути сигналом про зниження розбірливості покупців щодо цін на товар), який розраховується по формулі:

$$I = \Pi_p / \Pi_{\text{кк}}, \quad (11)$$

де Π_p – ціна товару підприємства;

$\Pi_{\text{кк}}$ – середня ціна товару підприємств – конкурентів.

Тоді формула прийме вигляд:

$$D_p = \Pi_p / \Pi_3 \times K_{\text{тп}} / \Pi_p / K_{\text{тз}} / \Pi_3 \times K_{\text{ткп}} / \Pi_p / K_{\text{ткк}} / \Pi_3 \times \Pi_p / \Pi_{\text{кк}}. \quad (12)$$

Звичайно, показником ефективності реалізації стратегій формування, збереження або розвитку конкурентного потенціалу, які базуються на формуванні конкурентних переваг на вузькому сегменті ринку за рахунок активізації маркетингових зусиль щодо розподілу і просування продукції і збільшення долі ринку підприємства є не конкретна величина долі ринку на певний період часу, динаміка змін долі ринку, яка може впливати на основні показники діяльності підприємства.

Зміна долі ринку за період від $t-1$ до t розраховуються по формулі:

$$D_p = D_{pt} - D_{p(t-1)}, \quad (1.13)$$

де D_{pt} – доля ринку в період досліджень t :

$D_{p(t-1)}$ – доля ринку в період попередніх досліджень $(t-1)$.

Саме впливи змін долі ринку на основні показники діяльності підприємства може бути індикатором ефективності реалізації стратегій формування, збереження або розвитку конкурентного потенціалу підприємства які базуються на активізації маркетингових зусиль щодо розподілу і просування продукції на вузькому сегменті ринку.

Ефективності реалізації стратегії формування, збереження або розвитку конкурентних переваг через фактори компетентності і інформованості – стратегії конкурентної поведінки, які реалізуються в можливостях (перевагах) щодо вибору оптимальних стратегій конкуренції в залежності від стану і динаміки зовніш-

нього середовища є коефіцієнт стратегічних управлінських можливостей ($K_{\text{сумп}}$), точніше його зміни, які певним чином впливають на основні показники діяльності підприємства.

Модель розрахунку показника ефективності стратегій формування, збереження або розвитку конкурентного потенціалу через управлінські стратегічні переваги включає наступні елементи:

– розрахунок коефіцієнта стратегічних управлінських можливостей на періоди (t) і ($t - 1$) за формулою:

$$K_{\text{сумп}} = Y_{\text{кп}} + Y_{\text{інф. п}}/Y_{\text{упк}} + Y_{\text{інф. пк}}, \quad (14)$$

де $Y_{\text{кп}}$ – рівень компетентності управлінського персоналу підприємства;

$Y_{\text{інф. п}}$ – рівень інформаційного забезпечення управління конкурентним потенціалом підприємства;

$Y_{\text{кп}}$ – рівень компетентності управлінського персоналу підприємства – конкурента;

$Y_{\text{інф. п}}$ – рівень інформаційного забезпечення управління конкурентним потенціалом підприємства – конкурента;

– розрахунок рівня компетентності управлінського персоналу підприємства і підприємства – конкурента на періоди (t) і ($t - 1$) за формулою:

$$Y_{\text{кп}} = 3K_{\text{во}} + 2K_{\text{дсп}} + 1K_{\text{да}}/K_{\text{кп}} \quad (15)$$

де $K_{\text{во}}$ – кількість фахівців з вищою освітою;

$K_{\text{дсп}}$ – кількість фахівців з досвідом стратегічного планування;

$K_{\text{да}}$ – кількість фахівців з досвідом аналітиків;

$K_{\text{кп}}$ – загальна кількість управлінського персоналу на підприємстві;

3, 2, 1 – вагомість фактору;

– розрахунок рівня інформаційного забезпечення підприємства і підприємства – конкурента на періоди (t) і ($t - 1$) за формулою:

$$Y_{\text{інф. п}} = I_{\text{я}} + I_{\text{o}} + I_{\text{с}}/I_{\text{мах}}, \quad (16)$$

де $I_{\text{я}}$ – показник якості інформації (до 10 балів за оцінками експертів);

I_0 – показник якості процедур обробки інформації (до 10 балів за оцінками експертів);;

I_c – ступінь використання джерел інформації (до 10 балів за оцінками експертів);;

$I_{\max}$ максимальне значення використання інформації (30 балів);

– розрахунок величини зміни коефіцієнта стратегічних конкурентних можливостей підприємства на періоди (t) і $(t - 1)$ за формулою:

$$K_{\text{сумп}} = K_{\text{сумп}(t)} - K_{\text{сумп}(t-1)}, \quad (17)$$

Такі методичні підходи до оцінки ефективності прийнятні в тому випадку, коли підприємство вибирає стратегії формування, утримання чи розвитку конкурентного потенціалу через фактори, які формують компетенції підприємства щодо можливостей оптимальності стратегічного конкурентного вибору в залежності від стану і динаміки змін зовнішнього середовища.

Висновки. Під методичними підходами до оцінки ефективності стратегій формування, утримання і розвитку конкурентного потенціалу слід розуміти систему певних взаємопов'язаних заходів, а саме: визначення і обґрунтування показників оцінки ефективності; вибір (розробка) методів (моделей) розрахунку значень показників ефективності; визначення гіпотез (припущень), з урахування яких отримані результати можуть бути прийнятні; визначення умов, за якими можливо використання даних методичних підходів і особливостей їх застосування. Методичні підходи до оцінки ефективності реалізації стратегій конкурентного потенціалу базуються на принципах кінцевого ефекту, під яким розуміється основні результати функціонування підприємства (обсяг виробництва, обсяг реалізації, прибуток, рентабельність виробництва тощо), і принцип опосередкованого показника, під яким розуміється показник, динаміка якого певним чином (існує залежність) пов'язаний з основними показниками діяльності підприємства. В залежності від вибраної стратегії такими показниками можуть бути: інтегральний показник конкурентоспроможності продукції – для стратегій розвитку конкурентних можливостей через диференціацію продукції чи зниження її собівартості; інтегральний показник частини ринку – для стратегії розвитку конкурентних можливостей шляхом концентрації зусиль на певних сегментах ринку; інтегральний показник компетенцій підприємства для стратегій розвитку конкурентних можливостей, які передбачають гнучку конкурентну поведінку. Відомі мо-

делі розрахунку вибраних показників корегуються, виходячи особливостей функціонування підприємств лісового господарства.

Список літератури. 1. Журан О. А. Стратегія прийняття рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності підприємства. / О. А. Журан // Економіка управління – 2007. – № 4 – С. 45-51, 2. Соболев Ю. В. Стратегии предприятия и стратегический менеджмент / Ю. В. Соболев, В. Л. Дикань, А. Г. Дейнека, Л. А. Познякова. – Х.: Олант, 2002 – 416 с. 3. Горковенко С. С. Маркетинг. Підручник / С. С. Горковенко – К.: Лібра, – 2006. – 720 с. 4. Левицки С. Как разработать стратегию: Практические рекомендации по созданию реально работающих стратегий / С. Левицки.; [пер. с англ. . В. О. Шагояна]. Днепропетровск.:Баланс – Клуб, 2003. -328 с. 5. Балабанова Л. В. Управління маркетинговим потенціалом підприємства. Навчальний посібник. /Л. В. Балабанова, Р. В. Мажинський –К.: ВД «Професіонал», 2006. – 288 с.

Надійшла до редколегії 19. 10. 2012

УДК 631. 15:658. 27

Методичні підходи до оцінки ефективності реалізації стратегій формування, збереження та розвитку конкурентного потенціалу підприємства лісового господарства / Суска А. А. // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХП». – 2012 . – № 56(962). – С. 167–175. – Бібліогр.: 5 назв.

В статті приводяться методическіе підходи к оцeнкe ефективності реалізації стратегій формування, збереження і розвитку конкурентного потенціалу підприємства лісового господарства в котрих автор поєднує класическіе методи оцeнкe ефективності конкурентних стратегій с особенностями сoвременного ринку продукції лісового господарства України.

Ключевые слова: конкурентный потенциал, конкурентные преимущества, стратегии, формирования, управления, реализация.

The methodical going is near the estimation of efficiency of realization of strategies of forming, maintenance and development of competition potential of enterprise of forestry. / Suska A. A. To the article the methodical going is driven near the estimation of efficiency of realization of strategies of forming, maintenance and development of competition potential of enterprise of forestry in that an author combines the classic methods of estimation of efficiency of competition strategies with the features of modern market of products of forestry of Ukraine.

Keywords: competitive potential, competitive advantage, strategy formation, management, implementation.

УДК: 330.142

Г. Б. ТИМОХОВА, канд. екон. наук, доц., ХГУ НУА, Харків,
И. Н. ПОГОРЕЛОВА, магістрант, ХГУ НУА, Харків.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ В СИСТЕМЕ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статті проаналізована теоретическая модель управления человеческим капиталом на уровне предприятия, основанная на стоимостном подходе с учетом согласования интересов отдельных работников и их групп. Данная концепция управления человеческим капиталом предприятия, определяет экономическую ценность профессиональных качеств каждого работника в конкретной производственной системе на основе информационно-экономического представления квалификации.

Ключевые слова: человеческий капитал предприятия, инновационное развитие, величина человеческого капитала, развитие профессионального тезауруса.

© Г. Б. Тимохова, И. Н. Погорелова, 2012

Введение. Происходящие в настоящее время инновационные процессы во всех сферах экономики, сочетающиеся с возрастающим интересом экономической теории к человеческим способностям, реализуемым в форме человеческого капитала, приводят к формированию инновационного общества, конкурентоспособность которого определяется не столько материальными активами, которые тоже, безусловно, играют важную роль, сколько уровнем инновационно-интеллектуального развития.

Если раньше в обществе считалось, что материальные факторы доминируют над нематериальными, то уже в конце XX века стало очевидно, что именно люди, а не деньги и машины являются решающим фактором и условием увеличения конкурентоспособности экономики. Однако на современном этапе большинство экономистов сходятся во мнении, что сфера human resources, то есть «человеческих ресурсов», нуждается в реформировании.

Анализ исследований и публикаций. Концепция человеческого капитала в современном виде сформировалась, главным образом, под влиянием трудов таких известных экономистов как Г. Беккер, Т. Шульц, Б. Вейсброд, Дж. Минцер, Л. Туроу, У. Боуэн, М. Фишер, Дж. Вейзи, М. Блауг, С. Боулс, Й. Бен-Порэт, М. Вудхолл, Э. Денисон, С. Дейзи, Дж. Кендрик, Б. Кикер, Р. Лэйард, Ф. Махлуп, Г. Псахаропулос, Ф. Уэлч, Б. Чизвик, Капелюшников Р. И., Дятлов С. А., Добрынин А. И., Конов В. А., Курганский С. А., Ильинский И. В.

Постановка проблемы. В экономической науке понятие человеческого капитала трактуется по-разному. Ряд авторов определяет человеческий капитал как воплощенную в человеке способность генерировать доход. Другие исследователи рассматривают человеческий капитал с позиций затратного подхода, включая в него расходы на обучение, здоровье, миграцию, поиск информации, необходимой для трудоустройства и т.п. Указанные и подобные подходы, раскрывают отдельные аспекты и не в полной мере отражают экономическую сущность и методы оценки рассматриваемой категории.

Цель статьи – проанализировать экономическую сущность и методы оценки человеческого капитала в системе инновационного развития предприятия.

Основные результаты исследования. С замещением труда знаниями на первый план в деятельности предприятий, организаций выходит задача аккумуляирования интеллектуального капитала, выявления, накопления и распространения

ния информации и опыта, создания предпосылок для распространения и передачи знаний [1]. Сердцевиной развития творческого потенциала работника становится система “управления знаниями” (knowledge management), превращения фирм в самообучающуюся систему, использующую свои предприятия в качестве лаборатории передового опыта и втягивающую в процесс поиска и открытий весь коллектив.

“Софтизация” экономики означает доминирование в процессе производства информационных потоков над непосредственным взаимодействием с природой через обработку вещества природы и доведение его до потребителя. Сегодня в развитых странах непосредственное воздействие на материальный предмет труда осуществляют уже не 9/10, как это было в условиях индустриальной экономики, а менее 1/3 работников [2]. Основная же часть человеческой активности представляет “игру между людьми” (game between persons), продукт которой представлен знаниями и информацией. Знания и творческий потенциал работников становятся главным фактором эффективности экономической системы, без которого технический и экономический прогресс последней становится практически недостижимой задачей, вне зависимости от объема средств, инвестированных в производственное оборудование и технологию. Вовлекаемая в производственное потребление научная, экономическая, технологическая, организационно-управленческая информация, во многом предшествуя производственному процессу, определяя его соответствие меняющимся условиям производства, становится движущей силой инноваций, “персонифицированным” ресурсом, частью ноу-хау компаний. Последние исследования западных ученых свидетельствуют о резком возрастании ценности интеллектуальных фондов компании по сравнению с ее материальными ресурсами и финансовым капиталом. В целом их соотношение колеблется между 5:1 и 6:1. Подсчитано также, что доллар, затраченный на исследования и разработки, приносит в восемь раз большую прибыль, чем доллар, вложенный в технику [3].

По нашему мнению, человеческий капитал как функциональная составляющая инновационного производства – знания, навыки, практический опыт, одухотворенные интеллектуальной активностью, выступающей формой реализации интеллектуальных, нравственно и культурно ориентированных способностей человека к созданию нового, ранее неизвестного знания, обеспечивающего

получение интеллектуальной ренты и различного рода преимуществ перед конкурентами. Особенность интеллектуальной экономики состоит в том, что ее главный ресурс – знания, информация, в отличие от всех прочих ресурсов не характеризуется ни конечностью, ни истощаемостью, ни потребляемостью в их традиционном понимании. Основным условием, лимитирующим приобщение к данному ресурсу, выступают специфические качества самого человека – наличие или отсутствие способности к интеллектуальной активности, как форме накопления, переработки и генерации новых знаний.

Переход от технократической к антропоцентрической организации производства и труда все больше проявляется движение к новой модели развития и использования человеческих ресурсов. В противовес тейлоризму-фордизму новая модель организации труда предусматривает расширение функций работника и переход от «частичного» работника (узкой специализации) к работнику «широкого диапазона» (универсала), способного осуществлять верификацию, оценку, творческий синтез информации, проникать в суть проблемы, осуществлять корректировку технологического процесса, то есть быть не только субъектом производственного освоения НТР, но и ее движущей силой.

Как отмечают западные ученые, “...движение информации бросает вызов границам исключительной и индивидуальной собственности” [4]. Во-первых, это связано с тем, что знания и информация нераздельно связаны с теми, кто их производит, отделение капитала от труда становится невозможным. Во-вторых, даже будучи проданным, знание остается у своего производителя, и поэтому знание представляет собой “коллективное благо”. Организация информационных потоков является одним из важных условий функционирования антропоцентрической системы производства, поскольку только объективная, полная и оперативная информация может обеспечить точный анализ и последующую выработку необходимых рекомендаций и предложений. Объективация знания – это процесс превращения знания из “субъективной реальности”, находящейся в голове человека, в объективную или, что тоже самое, переход знания из “чистого” состояния в “связанное” с различными материальными носителями. В связанном состоянии оно существует в виде знания: воплощенного в техническом оборудовании, структуре управления и организации производства; зафиксированного в различной документальной форме, а также в форме роста социальной эффективности (повышении квалификации и уровня образования, рациональном использовании свободно-

го времени, повышении творческой и социальной активности и т.п.). Эффективное и устойчивое функционирование и развитие человеческого капитала в предпринимательском сообществе возможно лишь при условии согласования интересов отдельных работников и их групп, что является условием социальной стабильности в корпорации и в её социально-экономическом окружении, что требует выработки соответствующих управленческих механизмов [5]. Гармонизация интересов отдельных работников и их групп может быть достигнута с использованием процедур формирования и распределения «внутрикорпоративного заказа» и корпоративных ресурсов на основе конкурсных механизмов, обеспечивающих наращивание человеческого капитала.

В этой ситуации каждый комплекс работ характеризуется двумя основными параметрами – затраты на развитие профессионального тезауруса, ведущего к наращиванию человеческого капитала, s_i и доход (дополнительная прибыль) от его реализации d_i . Разность дохода и затрат определяет эффект от реализации проекта $\mathcal{E}_i = d_i - s_i$, а отношение эффекта к затратам $q_i = \mathcal{E}_i / s_i = d_i / s_i - 1$ характеризует эффективность проекта.

Величина человеческого капитала, доступного корпоративной социально-экономической системе, определяется характером содержащейся в ней тезаурусной информации. Сохранение и наращивание человеческого капитала, и эффективное управление им минимизирует социальные издержки, так как при этом создаются благоприятные условия для эффективной работы производственных систем, что гарантирует их стабильность в будущем. Данная концепция управления человеческим капиталом предприятия, определяет экономическую ценность профессиональных качеств каждого работника в конкретной производственной системе на основе информационно-экономического представления квалификации. При этом объем тезаурусной информации, которой обладает работник той или иной профессии и квалификации, целесообразно определять исходя из состава работ, который он должен выполнять и информационной сложности той или иной работы.

В этом случае единичное количество информации, воплощенной в рабочей силе группы g , определится по формуле:

$$I_g^L = \sum_{\tau=1}^T r_{\tau},$$

где $\tau = 1 \dots T$ – число видов работ, предусмотренных для квалификационной группы g ; r_{τ} – число информационных микроэлементов, необходимых для выполнения работы τ .

Выводы. Интеллектуальная активность становится в условиях информационной экономики таким же “экономическим феноменом”, каким в прошлые эпохи были “средний уровень искусства рабочего, его образовательный уровень”. Поэтому именно наличие или отсутствие данного качества, особенности его проявления на воспроизводственном уровне и в процессе труда должны лежать в основе разграничения категориальных понятий способностей к исполнительскому и творческому труду, материального и инновационного производства. Методы управления человеческим капиталом, основанные на информационно-стоимостном подходе могут быть положены в основу системы управления человеческим капиталом в условиях корпоративных социально-экономических систем.

Список литературы: 1. Мильнер Б. Управление знаниями – вызов XXI века// Вопросы экономики. 1999. – № 9. – С. 109. 2. Денискина Е. В. Эволюция факторов производства в экономической системе/ Е. В. Денискина, И. Н. Сычева// Глобальные и региональные аспекты экономики. Сборник докладов на международной научной конференции / Под ред. А. А. Стриженко– Барнаул: Изд-во АлтГТУ, 2001. – С. 155. 3. Комаров И. Интеллектуальный капитал // Персонал. 2000. №5. – С. 56. 4. Ходжсон. Дж. Социально-экономические последствия прогресса знаний и нарастания сложности// Вопросы экономики. 2001. №8. С. 38. 5. Антонюк В.П. Формування та використання людського капіталу в Україні: соціально-економічна оцінка та забезпечення розвитку: [Монографія] / В.П. Антонюк. Донецьк: НАН України. Ін-т економіки пром-ті, 2007. – 348 с.

Надійшла до редколегії 25. 10. 2012.

УДК: 330.142

Человеческий капитал в системе инновационного развития предприятия / Тимохова Г. Б., Погорелова И. Н. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012 . – № 56(962). – С. 175–180. – Бібліогр.: 5 назв.

У статті проаналізована теоретична модель управління людським капіталом на рівні підприємства, що заснована на вартісному підході з урахуванням узгодження інтересів окремих працівників і їх груп. Дана концепція управління людським капіталом підприємства, визначає економічну цінність професійних якостей кожного працівника в конкретній виробничій системі на основі інформаційно-економічної уявлення кваліфікації

Ключові слова: людський капітал підприємства, інноваційний розвиток, величина людського капіталу, розвиток професійного тезауруса.

The article analyzed the theoretical model human capital management at the enterprise level, based on the value approach considering reconciling the interests of individual employees and their groups. This concept of human capital management company, defines economic value professional qualities of each employee in a particular production system based on economic information and understanding skills.

Keywords: human capital enterprise, innovation development, the value of human capital, the development of professional thesaurus.

УДК 316.35:330.1

Э. Б. ЦУКАНОВА, магистрант, ХГУ НУА, Харьков**ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НЕГОСУДАРСТВЕННОГО ПЕНСИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАК СПОСОБА СТИМУЛИРОВАНИЯ ПЕРСОНАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ**

В статье исследуется влияние уровня мотивации персонала на экономические показатели работы предприятия. Раскрыто понятие негосударственного пенсионного обеспечения. Автор предлагает использовать НПФ как один из методов стимулирования и мотивирования сотрудников.

Ключевые слова: мотивация, стимулирование, эффективность использования персонала, пенсия, пенсионное обеспечение, негосударственные пенсионные фонды.

Введение. Поддержание конкурентоспособности и наращивание стоимости бизнеса – две основные стратегические цели развития любого предприятия.

Показатель конкурентоспособности имеет много критериев оценки, стимулирование и мотивация персонала – один из ключевых факторов данного показателя. Для производственного предприятия правильная политика стимулирования персонала позволяет снизить затраты производства и повысить выработку, для непроизводственного предприятия мероприятия по стимулированию и мотивации позволяют сплотить коллектив и повысить качество его работы.

Анализ исследований и публикаций. Вопросы развития негосударственного пенсионного обеспечения и использования НПФ как одного из методов стимулирования неоднократно рассматривались в различных исследованиях, монографиях, периодических изданиях. Значительный вклад в развитие системы негосударственного пенсионного обеспечения внесли такие ученые и специалисты, как А. В. Баранов, В. Н. Баскаков, А. А. Берг, Ю. В. Воронин, Е. Ш. Гонтмахер, И. Ю. Горюнов, Г. П. Дегтярев, В. В. Заболоцкая, М. Ю. Зурабов, Р. А. Кокорев, О. М. Колобаев, О. В. Локшина, Т. М. Малева, О. В. Синявская, С. А. Трухачев, В. Д. Роик, Е. М. Четыркин, Л. В. Шульга, Л. П. Якушев. Негосударственные пенсионные фонды были объектом исследований в работах Д. В. Бочкарева, А. В. Киевич, И. Е. Наздревой, Л. А. Сетченковой, Ю. Ю. Финогеновой, А. В. Чудновской.

Тем не менее, существующие проблемы в области негосударственных пенсионных фондов требуют продолжения исследований по данной тематике для выработки эффективных решений, направленных на поступательное развитие и совершенствование управления деятельностью негосударственных пенсионных фондов.

© Э. Б. Цуканова, 2012

Цель статьи – практическое обоснование целесообразности внедрения системы негосударственных пенсионных фондов украинскими работодателями, а также эффективность использования данной системы в будущем.

Основные результаты исследования. В настоящий момент, стимулирование персонала можно разделить на материальное и нематериальное. К материальному стимулированию относится система выплаты заработной платы, системы надбавок, доплат, компенсаций, а также системы пенсионного обеспечения, которые имеют четкое законодательное регулирование. В 2012 в качестве одного из аспектов проектирования социальной стабильности в Украине была проведена пенсионная реформа, в рамках которой было предусмотрено реформирование существующей на тот момент солидарной системы и создание дополнительной – накопительной, которая в свою очередь будет включать общеобязательное государственное страхование и негосударственное пенсионное обеспечение. Трехуровневая пенсионная система задекларирована в Законах Украины «Об общеобязательном государственном пенсионном страховании», «О негосударственном пенсионном обеспечении».

Новая система пенсионного обеспечения состоит из трех уровней, где первый уровень – общеобязательная солидарная система пенсионного страхования, второй уровень – государственная общеобязательная накопительная система страхования, третий уровень – система негосударственного пенсионного обеспечения, основанная на добровольном участии граждан, работодателей и их объединений в формировании пенсионных накоплений для получения дополнительных пенсионных выплат [1]. Также следует отметить, что в данный момент в Украине существует тенденция повышения склонности к страхованию у наиболее инновативной части общества, что свидетельствует о повышении уровня доверия к частным страховым организациям, соответственно и к НПФ.

Негосударственный пенсионный фонд (НПФ) – является юридическим лицом, которое действует согласно закону Украины от 1 января 2004 года «О негосударственном пенсионном обеспечении». Фонд имеет статус организации, основной целью которой не является получение прибыли, которая функционирует и осуществляет деятельность с целью накопления пенсионных взносов с дальнейшим управлением пенсионными активами и осуществлением пенсионных выплат. Накопленные пенсионные средства участники НПФ могут получить в виде пенсии на срок, одноразовой выплаты или пожизненной пенсии.

Изучив основные законодательные акты, регулирующие деятельность негосударственных пенсионных фондов в Украине, можно выделить основные достоинства и недостатки использования этих фондов.

Первое преимущество НПФ для вкладчика – это возможность получить дополнительную пенсию. При этом будущий пенсионер может самостоятельно определять частоту и размер взносов, срок выхода на пенсию, а также сумму и длительность пенсионных выплат. Клиент НПФ может также уменьшить сумму регулярных платежей или перестать вносить их вовсе – без штрафов.

Второй плюс – информационная прозрачность. Администратор фонда раз в год бесплатно подает каждому участнику НПФ выписку из его индивидуального пенсионного счета о состоянии принадлежащих участнику пенсионных активов.

Третье преимущество – система защиты пенсионных накоплений. Раздельный учет и хранение активов НПФ позволяют максимально снизить риски инвестирования.

Существенным преимуществом является то, что сумма пенсионных взносов исключается из налогооблагаемого дохода физического лица, а инвестиционный доход от управления пенсионными активами не облагается налогом, также следует учесть, что после внедрения накопительной системы дополнительная финансовая нагрузка ляжет на работодателей, т.е. фактический доход граждан уменьшен не будет.

Несмотря на вышеперечисленные преимущества, НПФ имеют свои недостатки, которые также необходимо учитывать и работникам, и работодателям.

Основной минус негосударственных пенсионных фондов обусловлен их целью – накоплением пенсий. Поэтому получить деньги из НПФ до наступления оговоренного пенсионного возраста практически невозможно.

Второй недостаток – пенсионный накопительный счет может быть лишь в гривнах. Поэтому, чтобы деньги вкладчика не обесценились, доходность фонда должна быть выше уровня инфляции на протяжении 10-25 лет. Иными словами, сумма основных накоплений не изменится, а вот уровень дополнительного дохода от инвестиционной деятельности НПФ предугадать сложно.

Третий недостаток – неопытность частных пенсионных фондов. Уровень доверия к структуре, которая работает на рынке всего 3–4 года, очень низок [2]. Существующая в Украине система негосударственного пенсионного обеспече-

ния весьма консервативна и негибка, что в значительной степени объясняется довольно жестким государственным регулированием. Ее развитие сдерживается низким уровнем доходов у преобладающего большинства населения, непрозрачностью отношений собственности, слабой социальной сознательностью работодателей, неосведомленностью и недоверием граждан. Развитие частного пенсионного обеспечения приобретает особую актуальность также вследствие изменений в характере занятости, связанных со становлением гибкого рынка труда и присущими ему чертами (распространение нестабильных, нестандартных форм трудовых отношений, высокая профессиональная и территориальная мобильность, краткосрочные или временные соглашения) [3].

Выводы. На основании проведенного анализа, можно сделать вывод о том, что НПФ (как метод дополнительного обеспечения населения по выходу на пенсию) являются выгодными, как для работника, так и для работодателя. Украинским работодателям следует внедрять данный институт в систему мотивирования и стимулирования, так как уверенность персонала в своем будущем позволит оптимизировать основные показатели эффективности работы предприятия, а именно: повысить выработку или качество работы сотрудников, снизить текучесть кадров, повысить авторитет работодателя в глазах сотрудников и уровень его привлекательности на рынке труда. Применение данного социального механизма в хозяйственной практике украинского предприятия окажет положительное влияние как на уровень жизни сотрудников, уровень их доверия работодателю, так и на экономические показатели предприятия, его деловую репутацию и привлекательность на рынке.

Список литературы: 1. Бахмач А.О. НПФ и страховые организации, как субъекты негосударственного пенсионного обеспечения // *Фінансові послуги*. – 2004.-№6.-с. 24-27. 2. Бузько, Ірина Романівна. Оцінювання людського капіталу як інструмент управління навчанням персоналу / І.Р. Бузько, Ю.Ю. Д'яченко, О.А. Немашкало // *Акт. пробл. економіки*. – 2011. – № 2. – С. 117-124. 3. Власова, Наталья Николаевна. Система организации эффективного управления персоналом предприятий в условиях рыночной экономики / Н.М. Власова // *Акт. пробл. економіки*. – 2011. – № 6. – С. 54-59. – Библиогр.: с. 59. 4. Дрозач, М. Професійне навчання персоналу на виробництві: перспективи інноваційного розвитку / М. Дрозач // *Україна: аспекти праці*. – 2011. – № 6. – С. 35-38. 5. Крючков А. Стоит ли инвестировать в персонал? / Андрей Крючков, Юлия Коломак // *Справ. Кадровика*. – 2003. – №7. – С. 75-76.

Надійшла до редколегії 15. 10. 2012

УДК 316.35:330.1

Использование негосударственного пенсионного обеспечения как способа стимулирования персонала предприятия / Цуканова Э. Б. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 181–185. – Бібліогр.: 5 назв.

У статті досліджується вплив рівня мотивації персоналу на економічні показники роботи підприємства. Розкрито поняття недержавного пенсійного забезпечення. Автор пропонує використовувати НПФ як один з методів стимулювання й мотивування співробітників.

Ключові слова: мотивація, стимулювання, ефективність використання персоналу, пенсія, пенсійне забезпечення, недержавні пенсійні фонди.

Influence of employees motivation level on the economic indicators of enterprise is considered. The concept of the non-state pension providing is exposed. Author suggests using non-state pension providing as one of employees stimulation and motivation methods.

Keywords: motivation, incentives, efficiency of staff, pension, pensions, private pension funds.

УДК 658. 8. 012. 12

А. С. ЧМІЛЬ, студент, НТУ «ХПІ»

ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ ЗБУТУ ІННОВАЦІЙНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У даній роботі було розглянуто підходи до формування та реалізації стратегії збуту, визначено фактори, які впливають на неї та досліджено етапи її вибору.

Ключові слова: стратегія збуту, інноваційна продукція, реалізація збутової стратегії.

Вступ. Інноваційною діяльністю в Україні, виходячи із вимог ринку, займаються як підприємства інноваційної сфери, так і виробничі підприємства, оскільки інновації – категорія не тільки науково-технічної, але і підприємницької діяльності. Розробка та ефективне впровадження інновацій дають можливість підприємству успішно функціонувати в обраній галузі та відкривають можливості виходу на нові ринки. Особливої важливості та значимості це набуває в умовах швидкої зміни кон'юнктури ринку та жорсткої конкуренції підприємств, якими характеризується ринкова економіка. Для того, щоб встигнути за потребами ринку підприємства мають постійно модифікувати або розробляти товари, створювати нові технології, використовувати нові підходи до збуту продукції. Вирішити ці завдання може інноваційна маркетингова діяльність, яка стає ядром конкурентних стратегій у сучасних умовах.

Аналіз джерел. Дослідженням інноваційної маркетингової діяльності займалися такі вчені як: С. М. Ілляшенко, Н. І. Чухрай, В. Я. Кардаш, А. О. Виноградов та багато інших. Ці науковці розробили цілий ряд теоретико-методичних підходів та інструментів маркетингу інновацій, які направлені на вирішення проблем аналізу ринку для інноваційної продукції, формування попиту та його стимулювання, просування продукції тощо.

Метою статті є обґрунтування підходів до формування та реалізації стратегії збуту інноваційної продукції. Для досягнення даної мети необхідно визначити чинники, які впливають на реалізацію інноваційної продукції та дослідити етапи її збуту.

© А. С. Чміль, 2012

Викладання основного матеріалу. У сучасних умовах розвитку промисловості України особливу увагу в інноваційній діяльності приділяють аналізу стратегії, у рамках якої реалізуються інноваційна продукція.

Стратегія збуту інноваційних товарів повинна орієнтуватися на досягнення довгострокових цілей підприємства, забезпечити конкурентні позиції підприємству з урахуванням його потенціалу та чинників зовнішнього середовища [7,8].

Виходячи з цього при формуванні стратегії збуту інноваційної продукції підприємство має провести аналіз потенційних можливостей розвитку інноваційної діяльності та умов зовнішнього середовища.

У таблиці розглянуто вплив найважливіших зовнішніх і внутрішніх чинників, які разом визначають стратегію збуту виробника [10].

Таблиця – Чинники впливу на збут інноваційної продукції

Фактор впливу	Характер впливу
1	2
Зовнішні фактори	
Зальноекономічний стан держави	Якщо загальноекономічний стан держави стабільний, то відбувається стимулювання науково-технічного прогресу у суспільстві. Якщо економічна ситуація нестабільна, то стає неможливим вкладання коштів у інновації. Як наслідок – зменшення попиту та збуту інноваційної продукції.
Швидкі темпи науково-технічного прогресу	Призводить до швидкого морального старіння значної кількості видів продукції, що обумовлює зростання попиту на інновації.
Рівень доходів споживачів	Якщо використання технічних інновацій підвищує ефективність роботи її споживача, тим самим збільшуючи його доходи, то це стимулює зростання попиту на неї і обсягів збуту.
Внутрішні	
Відповідність галузевим стандартам (стосується продукції технічного призначення)	Якщо продукція не відповідає галузевим стандартам або ускладнюється її післяпродажне обслуговування і використання, то попит скорочується.
Виробничо-технічна база	Висока технічна оснащеність підприємства забезпечує швидкий перехід до нового рівня виробництва, що дозволяє прискорити виробництво принципово нової продукції.
Якість продукції	Залежно від свого функціонального призначення забезпечує впевненість споживача у своїй надійності, корисності, привабливості, підвищенні ефективності роботи при використанні
Ціна нового товару	Ціна може бути як стимулом для просування товару на ринок, так і бар'єром для проникнення на нього нових суб'єктів.
Потенційні покупці	Для забезпечення запланованого рівня обсягів реалізації інноваційної продукції потрібно завоювати коло потенційних клієнтів, у яких є хороша репутація та імідж на ринку функціонування підприємства.
Транснаціональний рівень підприємства	Чим вище транснаціональний рівень підприємства, тим ширша зовнішня інтеграція галузі. На значну кількість закордонних ринків потрапляє нова продукція, підвищується швидкість її розповсюдження і зростає обсяг реалізації.

Продовження таблиці

1	2
Комунікаційні чинники	Просуваючи свої розробки в загальноприйнятих формах ще до появи товару на ринку, дозволяють ознайомити покупця з нею, сформувати його попит, що призведе до зростання обсягів реалізації в майбутньому.
Кваліфіковані кадри	Оптимальне використання людських ресурсів разом з тісним взаємозв'язком з виробничою, інноваційною та маркетинговою діяльністю приведе до позитивних результатів у реалізації стратегії збуту інноваційної продукції.

Розроблення плану збуту, який включає в себе формування стратегії розподілу продукції, розрахунок ціни товару, планування продажів і реклами є найважливішою стадією впровадження інновацій. Орієнтація на збут сприяє посиленню його взаємозв'язку з проектно-конструкторськими та науковими підрозділами, тому стратегія збуту є основним інструментом успішної комерціалізації інновацій на підприємстві. У зв'язку з цим вибір стратегії збуту інноваційної продукції складається з таких етапів:

1. оцінка потреб і можливостей ринку:
 - комплексна оцінка споживача;
 - оцінка реальної місткості ринку;
 - оцінка попиту;
- 2 оцінка виробничих можливостей підприємства;
3. розроблення концепції нового продукту;
4. випуск дослідної партії виробів;
5. планування заходів по підтриманню товару:
 - просування товару на існуючий ринок;
 - розширення цільового сегменту ринку;
 - підвищення конкурентоспроможності;
 - комунікаційна політика;
6. оцінка витрат по реалізації стратегії збуту інноваційної продукції;
7. впровадження нового товару на ринок;
8. вибір інтенсивності збутової діяльності:
 - інтенсивна – використання максимально можливої кількості торгівельних магазинів і складів;
 - селективна – встановлення ділових відносин з декількома посередниками для ефективного збуту товарів;
 - ексклюзивний розподіл – охоплення ринку через одного продавця.

Виконання всіх етапів дозволяє реалізувати науково-технічний потенціал будь-якого підприємства з урахування особливостей його функціонування в умовах ринку. Для успішної реалізації збутової стратегії особливо важливим є взаємозв'язок між розробкою, виробництвом та збутом. Збутова діяльність повинна бути інноваційною за своєю природою, забезпечувати швидку адаптацію товару до мінливих потреб ринку, виявляти ці потреби та направляти виробничу та інноваційну діяльність на їх задоволення [6].

Необхідність постійного коригування прогнозних та планових розрахунків – одна з основних вимог до процесу формування стратегії збуту інноваційної продукції, адже помилки, які не були вчасно виявлені, можуть призвести до суттєвих втрат. Також потрібно враховувати фактори ризику збуту (ризик недостатньої сегментації ринків збуту, помилкового вибору стратегії збуту продукції та цільового сегменту ринку, ризик помилкового ціноутворення та невдалої організації збутової мережі й системи просування товару [9]). Оцінка потенційних ризиків дає можливість уникнути їх (хоча б частково) або бути підготовленими до їх виникнення. Аналіз альтернативних варіантів стратегії збуту також може забезпечити гнучку реакцію при виникненні форс-мажорної ситуацій. Слід також передбачити можливості переорієнтації стратегії, адже умови зовнішнього і внутрішнього середовища можуть змінюватися, що викличе потребу в коригуванні стратегії збуту інноваційної продукції з урахуванням цих змін та пріоритетів підприємства в нових умовах.

Висновок. Таким чином, отримані результати говорять про те, що для досягнення успіху у плануванні та реалізації стратегії збуту потрібно врахувати цілий ряд чинників, як зовнішніх, так і внутрішніх, забезпечити тісний зв'язок між виробництвом та збутом, а також можливість гнучкого коригування збутової стратегії при зміні умов середовища.

Список літератури: 1. Довгань Л. Є. Стратегічне управління : Навчальний посібник / Л. Є. Довгань, Ю. В. Каракай, Л. П. Артеменко. – К.: Центр учбової літератури, 2009. 2. Каракай Ю. В. Маркетинг інноваційних товарів : монографія / Ю. В. Каракай. – К.: КНЕУ, 2005. 3. Скрипко Т. О. Інноваційний менеджмент: підручник / Т. О. Скрипко – К.: КНЕУ, 2011. 4. Виноградов О. А. Механізм застосування маркетингових засад в інноваційній діяльності корпоративних підприємств / О. А. Виноградов // Актуальні проблеми економіки. – 2005. 5. Ильяшенко С. Н. Инновационные риски и их классификация / С. Н. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2005.

Надійшла до редколегії 20. 10. 2012

УДК 658. 8. 012. 12

Формування і реалізація стратегії збуту інноваційної продукції / Чміль А. С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 185–189. – Бібліогр.: 5 назв.

В данной работе рассмотрены подходы к формированию и реализации стратегии сбыта, определены факторы, влияющие на нее, и исследованы этапы ее выбора.

Ключевые слова: стратегия сбыта, инновационная продукция, реализация сбытовой стратегии.

This article examines the approaches to the formation and realization of sales strategy, the factors affecting it, and researched the stages of her choice.

Keywords: sales strategy, innovative products, realization of sales strategies.

УДК 330.322

Н. М. ЧУПРИНА, канд., екон. наук, доц., ДВНЗ «Український державний хіміко-технологічний університет», Дніпропетровськ

УМОВИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В роботі проаналізована трансформація мотивації стратегічних інвесторів в підприємства промисловості України. Виявлено параметри інвестиційних стратегій на різних стадіях життєвого циклу інвестиційних ресурсів що дозволяє розробити оптимальну, як для інвесторів, так і для підприємства інвестиційну стратегію залучення коштів.

Ключові слова: інвестиційна привабливість, стратегія, стратегічний інвестор, інвестиційні ресурси.

Вступ. Інвестиції потрібні кожному підприємству, яке хоче розвиватися, нарощувати виробництво та максимізувати свій прибуток. Але яку форму інвестицій саме вибирає підприємство залежить лише від рішень, які приймають менеджери підприємства – чи будуть це кредити банків, чи участь у наданні грантів та безпроцентних позик, реінвестування власного прибутку, навіть невиділення дивідендів (з одного боку, підприємство буде розвиватися, а з іншого – гроші потрібні людям зараз, а не через роки).

На початку 90-х років 82% промисловості України – це незавершене виробництво, яке було пов'язане з іншими пострадянськими країнами, лише у 1996 році підприємства промисловості отримали близько 800 млн дол. інвестицій з майже 800 млрд дол. потреби. Щоб промислові підприємства України запрацювали потрібні були стратегічні інвестиції, а це кошти, які складають більше 1 млн дол. на підприємство. Але в Україні були підприємства, виробництва продукції яких заборонена в інших країнах (шкідливі та екологічно небезпечні виробництва), саме тому цим підприємствам інвестори почали надавати стратегічні інвестиції через зацікавленість їхньою продукцією.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Існуючі економічні теорії неоднозначно трактують поведінку різних груп інвесторів: розвитку поведінки приватних інвесторів приділяється увага в теорії І. Фішера, Ф. Моділіані, М. Фрідмана; теорія граничної ефективності інвестування Д. Кейнса і теорія Д. Тобіна пояснює

© Н. М. Чуприна, 2012

ефективність діяльності фірми; теоретичні аспекти процесів залучення капіталу, довгострокове інвестування, рух капіталу, прямі закордонні інвестиції – розглядає теорія Хекшера–Оліна–Самуельсона. Але в сучасній літературі немає теорії, яка б могла охопити всі вищеперелічені складові інвестиційного процесу.

Інвестиції відіграють важливу роль у здійсненні нововведень на промисловому підприємстві, вони забезпечують його оновлення та розвиток. Інвестиційна стратегія включає в себе пошук та залучення інвестиційних ресурсів. І. Довбня, Т. Божко, М. Скрипник, А. Чепеленко [1, 2, 3] зазначають, що при формуванні раціональної структури джерел інвестиційних проектів необхідно визначити оптимальне співвідношення власних та залучених коштів, при якому віддача вкладеного капіталу буде максимальною (для акціонерних товариств критерієм є максимальна вартість акцій). Ще одним з джерел інвестиційних ресурсів можуть бути заощадження населення згідно Г. Калач та С. Ілляшенко, Н. Прохорова, О. Циплицька визначають, що залучення інвестиційних ресурсів повинно спиратися на інвестиційну стратегію, а інвестиційний потенціал внутрішнього ринку ще є достатньо потужним [4, 5]. В сучасній практиці існує декілька джерел інвестиційних ресурсів.

Мета досліджень, постановка проблеми. Дослідження умов формування інвестиційної привабливості промислових підприємств з урахуванням життєвого циклу товарів та інвестиційних ресурсів.

Матеріал досліджень. За роки незалежності в Україні відбулися зміни в середовищі функціонування підприємств, що відобразилося на мотивації інвесторів. Еволюція мотивації інвесторів запропонована на рис. Тобто зміни в мотивації інвесторів можна розглядати як реакцію системи інвестування на зміну господарсько-економічних відносин, а саме трансформацію економіки України від планово-командної системи до ринкової, враховуючи період перехідної економіки.

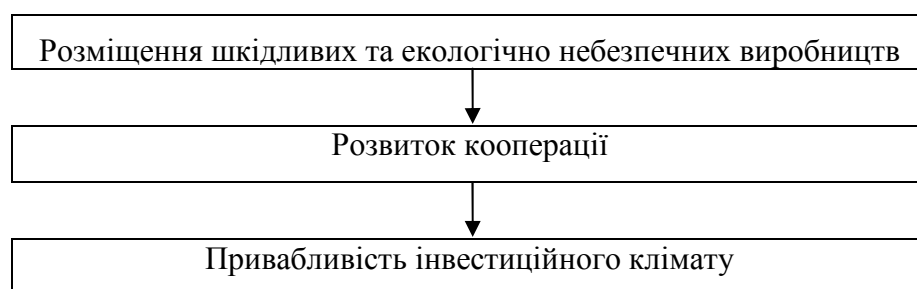


Рис. – Трансформація мотивації стратегічних інвесторів в підприємства промисловості України

Проявом цієї трансформації мотивів інвесторів є по-перше, розвиток економіки України та підвищення купівельної спроможності суб'єктів господарювання, а по-друге, приватизаційні процеси, які відбулися в країні, та сприяли пошуку інвестиційних ресурсів і, завдяки їх залученню призвели до вдосконалення системи управління інвестиційними процесами на підприємстві. Все це призвело до розширення та інтенсифікації потоків інвестиційних ресурсів і до змін в мотивах стратегічних інвесторів. Завдяки цьому відбулося зростання виробничих можливостей підприємства, застосування нової техніки та технології призвело до підвищення якості продукції та оптимізації товарного асортименту, структурування інформаційних потоків дозволило промисловим підприємствам України виходити на нові ринки збуту (як національні так і міжнародні). Залучення ресурсів іноземних інвесторів призвело до необхідності інтернаціоналізації певних управлінських рішень стосовно застосування як власних ресурсів так і отриманих, для розвитку інвестиційно – інноваційних процесів [2, с. 95].

Результати досліджень. Однією з складових інвестиційного потенціалу фірми є інвестиційні засоби (грошові кошти, цінні папери, інше майно, в тому числі майнові права, інші права, що мають грошову оцінку). Виходячи з цього, ми можемо зазначити, що інвестиційні ресурси, які є у підприємства або які воно може залучити, теж є складовою інвестиційного стратегічного потенціалу підприємства. Необхідно зазначити, що інвестиційні ресурси мають свій життєвий (інвестиційний) цикл.

В основі розробки стратегії формування інвестиційного потенціалу підприємств промисловості України лежить співвідношення життєвого циклу товару та життєвого циклу інвестиційних ресурсів (таблиця).

Таблиця . Параметри інвестиційних стратегій на різних стадіях життєвого циклу інвестиційних ресурсів

Життєвий цикл		Характеристика інвестиційної стратегії
Товару	Інвестиційних ресурсів	
1	2	3
Розробка товару	Формування інвестиційних ресурсів	<u>1. Стратегія залучення</u> На основі аналізу факторів ринкового середовища і внутрішньокорпоративних можливостей відбувається процес пошуку та залучення інвестиційних коштів. Стратегія носить агресивний характер щодо інвестора, тобто підприємство повинно подати себе як варіант, найкращий з усіх альтернатив.
Виведення товару на ринок	Впровадження інвестицій	<u>2. Стратегія впровадження</u> Передбачає подолання внутрішніх проблем, які є у підприємства при втіленні в життя ідей нового товару, за рахунок екстенсивних і інтенсивних факторів розвитку
Етап росту (розвиток ринку)	Стабілізація інвестованого капіталу	<u>3. Стратегія вдосконалення</u> Направлена на підвищення ефективності роботи підприємства за рахунок ефективного використання інвестиційних ресурсів
Етап спаду	Завершення інвестиційного циклу	<u>4. Стратегія відновлення</u> Повернення залучених коштів та повне відновлення інвестиційних ресурсів. Підприємство та інвестор отримують заплановані прибутки. Аналіз ситуації, прийняття управлінського рішення, розробка стратегічних та тактичних заходів, реінвестування прибутків

Особливістю життєвого циклу інвестиційних ресурсів є наявність специфічних етапів розвитку інвестиційної діяльності: формування інвестиційних ресурсів, впровадження інвестицій, стабілізації інвестованого капіталу, завершення інвестиційного циклу. Якщо життєвий цикл товару досягає етапу зрілості, інвестиційні ресурси повністю відновлюються, і підприємство починає заробляти прибуток, з якого вилучені кошти, які були вкладені в інвестиційний проект. Процес формування і реалізації інвестиційного потенціалу доцільно розглядати за допомогою матриці взаємозв'язку, що показує динаміку витрат на різних етапах життєвого циклу у співвідношенні з основними показниками роботи підприємств (R&D, маркетинг, використання інвестиційних ресурсів, доходів). Також, розробка інвестиційної стратегії передбачає раціональне оцінювання ефективності використання інвестиційного потенціалу на основі дослідження динаміки показників успішності реалізації інвестиційних заходів і використання інвестиційних ресурсів на різних стадіях життєвого циклу.

Отже, прибуток, який був отриманий з моменту, коли повністю були відновлені інвестиційні ресурси і до того, як товар було виведено з продажу разом з інвестиційними ресурсами, являють собою великий потенціал для втілення в життя нового інвестиційного проекту.

Висновки. Таким чином обмеження інвестиційних ресурсів спонукає підприємства промисловості для забезпечення свого стратегічного розвитку шукати інвесторів, як вітчизняних так і іноземних. Мотивація стратегічних інвесторів на сьогоднішній день прямо пропорційно залежить від привабливості інвестиційного клімату. Процес управління інвестиційними ресурсами на підприємстві відбувається, в залежності від етапу розвитку підприємства та кваліфікації менеджменту, на основі одного з чотирьох рівнів агресивного управління підприємством. Життєвий цикл товарів та життєвий цикл інвестиційних ресурсів мають між собою тісний зв'язок. Динаміка витрат на етапах життєвого циклу інвестиційних ресурсів є досить різною, і залежить від життєвого циклу товару. Найбільш ефективно розробляти інвестиційну стратегію можливо враховуючи етапи життєвого циклу товарів та життєвого циклу інвестиційних ресурсів.

Список літератури: 1. Довбня І., Божко Т. Источники финансирования инвестиционных проектов / И. Довбня, Т. Божко // Бизнес информ. – 1999. – № 1 – 2. – С. 50-53. 2. Скрипник М. Деякі аспекти стимулювання зовнішньоекономічної діяльності підприємств у векторі інвестиційної політики України / М. Скрипник // Регіональні перспективи. – 2000. – №5 (12). – С. 24 – 25. 3. Чепеленко А. Вільні економічні зони: національні риси інвестування / А. Чепеленко // Регіональні перспективи. – 2000. – №5 (12) – С. 86 – 87. 4. Ільяшенко С. Формирование структуры инвестиционных ресурсов развития предприятия / С. Ильяшенко // Бизнес информ. – 1999. – № 1-2. – С. 79 – 81. 5. Прохорова Н. Диверсифікація в інвестиційній стратегії корпорації Н. Прохорова // Інвестиційна стратегія сталого розвитку: Матеріали всеукраїнської науково-практичної конференції. У 4 т. Том 1 – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2004. – С. 92-93. 6. Лапыгин Ю. Управление затратами на предприятии: практическое руководство / Ю. Лапыгин, Н. Прохорова. – Москва: Эксмо, 2007. – 125 с.

Надійшла до редколегії 25. 10. 2012

УДК 330.322

Умови формування інвестиційної привабливості промислових підприємств / Чуприна Н. М. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2012. – № 56(962). – С. 189–193. – Бібліогр.: 6 назв.

В статті проведено аналіз трансформації мотивації стратегічних інвесторів в промислові підприємства України. Виявлені параметри інвестиційних стратегій на різних стадіях життєвого циклу інвестиційних ресурсів, що дозволяє розробити оптимальну, як для інвесторів, так і для підприємств інвестиційну стратегію привлечення грошових засобів.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, стратегия, стратегический инвестор, инвестиционные ресурсы.

In-process the analysed transformation of motivation of strategic investors is in the of industry enterprises of Ukraine. The parameters of investment strategies are educed on the different stages of life cycle of investment resources that allows to work out optimal, both for investors and for an enterprise investment strategy of bringing in of money.

Keywords: investment attractiveness, strategy, strategic investor, investment resources.

ЗМІСТ

Андрійченко О. В. Удосконалення механізму вибору стратегії підприємств металургійної галузі.....	3
Ачкасов А. Є., Гавриш П. О. Теоретичні аспекти формування системи управління витратами.....	6
Бєлінський Я. І. Переваги та недоліки політики «слабкої гривні».....	10
Бобкова Н. В., Карпов Э. А. Определение состояния овертрейдинга предприятия с помощью метода Альтмана.....	14
Бондаревська К. В. Особливості оплати та стимулювання праці в аграрній сфері.....	20
Газіна Л. І., Брінь П. В. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємств.....	28
Грушицька Г. В. Бюджетне фінансування державної стратегії регіонального розвитку.....	32
Гудковський С. Б., Остапенко Д. Я. Податок на доходи фізичних осіб в Україні: суперечки та перспективи.....	38
Давидова Т. В. Аналіз інвестиційної привабливості залізничного транспорту України.....	43
Дмитренко О. М. Освітні послуги вищого навчального закладу і їх ресурсне забезпечення.....	48
Дудар А. В. Сучасне управління підприємством.....	57
Закревська Л. М. Перспективи розвитку вітчизняної агропродовольчої торгівлі в умовах глобалізації.....	61
Захарченков О. С. Інструменти проведення технологічної санації на промислових підприємствах.....	66
Ібрагімов Е. Е. Оцінка ефективності людського капіталу у системі стратегічного планування підприємств.....	72
Кабанец І. А. Управление производительностью труда в условиях инновационного развития предприятия.....	77
Кравчук Л. С., Дяченко О. С. Створення ефективної організації функціонування підприємств та банків на принципах сучасного менеджменту.....	83
Краснощекова Ю. В. Предпосылки устойчивого экономического развития предприятия в условиях неопределенности и риска.....	86
Левицька І. В. Роль інновацій у визначенні темпів вітворення основних засобів.....	93
Леонт'єва Ю. Ю. Обґрунтування поняття «дестинація ділового туризму».....	103
Мищенко В. А., Поддубная Л. И., Бондаренко Д. А. Критерии успешности хозяйственной деятельности малых и средних предприятий в современных условиях.....	107
Міщенко В. А., Омеляненко Т. В., Федоренко І. А. Фактори вартості на роздрібному ринку електроенергії.....	112
Мудра М. А. Значення інформації в управлінні ланцюгами поставок продукції.....	121

Муртазіна Н. В.

Підходи щодо формування та реалізації комплексної стратегії розвитку вітчизняних багатогалузевих підприємств АПК..... 124

Нащѣкина О. Н., Белякова О. Т.

Иностранные инвестиции в Украине: проблемы и перспективы..... 130

Панчук А. С.

Аналіз розвиненості потенціалу стратегічного маркетингового управління комерційною діяльністю підприємств..... 134

Пирожок К. О., Скотнікова Л. П.

Шляхи удосконалення системи управління металургійним підприємством..... 141

Портна О. В.

Індивідуалізація фінансування як чинник підвищення соціально-економічної ефективності функціонування галузі охорони здоров'я..... 146

Руденко Ю. В.

Анализ подходов к определению эффективности маркетинговых затрат на промышленных предприятиях..... 152

Ситник Н. І.

Таксономія типів організаційної культури..... 162

Суска А. А.

Методичні підходи до оцінки ефективності реалізації стратегій формування, збереження та розвитку конкурентного потенціалу підприємства лісового господарства..... 167

Тимохова Г. Б., Позорелова И. Н.

Человеческий капитал в системе инновационного развития предприятия..... 175

Цуканова Э. Б.

Использование негосударственного пенсионного обеспечения как способа стимулирования персонала предприятия..... 181

Чміль А. С.

Формування і реалізація стратегії збуту інноваційної продукції..... 185

Чуприна Н. М.

Умови формування інвестиційної привабливості промислових підприємств..... 189

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»

Збірник наукових праць

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

Випуск 56 (962)

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 «ХПІ»
каф, фінансів тел. (057) 707-64-46, 707-60-67. e-mail: lena_hs@mail.ru

Обл. вид. № 176-12

Підп. до друку 03.12.2012 р. Формат 60х84 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 „ХПІ».

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, виготів-
ників і розповсюджувачів видавничої продукції

ДК № 2779 від 28.02.2007 р.