

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

**ВІСНИК
НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ
«ХПІ»**

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

№ 49 (1022) 2013

Збірник наукових праць

Видання засновано у 1961 році

Харків
НТУ «ХПІ» 2013

Вісник Національного технічного університету „ХПІ»

Збірник наукових праць. Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Харків: НТУ „ХПІ». – 2013. – № 49 (1022)–183 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. Клепіков, 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, ст. викладач

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. Яковлев, д-р екон. наук, проф.

*У квітні 2013 р. Вісник Національного технічного університету «ХПІ», серія «Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства», включений у довідник періодичних видань бази даних **Ulrich's Periodicals Directory (New Jersey, USA)**.*

Рекомендовано до друку вченою радою НТУ «ХПІ»

Протокол № 9 від 01 листопада 2013 р.

© Національний технічний університет «ХПІ», 2013

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 піднесення 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.

Аналіз останніх досліджень та літератури: Питання збутової діяльності і теоретичні основи логістики розглянуті в працях таких вчених, як Алфер'єв 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.

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 повернулася 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 реконструкції 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.

Висновки. 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 літератури: 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 25.10.2013

УДК 658.8

Удосконалення механізму вибору стратегії підприємств металургійної галузі / Андрійченко О. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013 . – № 49 (1022). – 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 658.589

В. Н. ГАВВА, канд. экон. наук, доц., НАУ «ХАИ», Харьков

ЕКОНОМІЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТАРИФОВ ЗА ТРАНЗИТ ГАЗА ПО УКРАИНЕ ПРИ ПОДГОТОВКЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ КОНТРАКТОВ

Предложен методологический подход и методика проведения расчетов экономических показателей газоперекачивающих установок в газотранспортной системе Украины для обоснования целесообразности их усовершенствования и обоснования уровня тарифов за транзит газа по территории Украины при заключении международных контрактов о его транспортировке

Ключевые слова: рынок газа, себестоимость транзита газа, тариф за транзит, экономическая эффективность.

Введение. Украина является важным транспортным коридором, соединяющим страны ЕС с Россией и Средней Азией. В России и среднеазиатских странах сосредоточены большие запасы энергоресурсов, в том числе природного газа, и проблемы его доставки к потребителям являются весьма актуальными. По данным статистики в 2009 и 2010 годах на долю украинской газотранспортной системы (ГТС) приходилось около 70% российского газового экспорта в Европейские страны и доходы от транзита газа являются весомым компонентом платежного баланса Украины. «В 2009 году прибыли от транзита природного газа по территории Украины составили

1,96 млрд.дол., то есть около 1,7% ВВП, 3,6 % экспортных доходов и 5,3% доходов государственного бюджета, а в 2011 году прибыль нашего государства от транзита природного газа (по сравнению с 2009 годом) почти удвоилась и достигла уже 3,2 млрд.дол., отмечает О.В. Михайловская [1, с. 68].

Высокий транзитный потенциал Украины сегодня используется недостаточно полно, более того, имеют место негативные для Украины тенденции к еще большему снижению его использования. Причиной этого являются как внутренние, так и внешние факторы (геополитические, экономические, технические). В XXI веке наметилось несколько процессов, которые вызвали изменения в ситуации, сложившейся на мировом рынке природного газа в конце XX века, и которые непосредственно затрагивают интересы Украины в деле его транзита. К ним можно отнести, учитывая тенденции развития мирового рынка природного газа [1], следующие:

- попытки диверсифицировать источники газоснабжения европейских стран, изменить архитектуру европейской региональной системы газоснабжения, в которой России будет отводиться все меньшая роль за счет увеличения поставок газа из Норвегии и Алжира, а также сжиженного газа из стран Африки, Америки, Ближнего и Среднего Востока, а роль Украины как транзитера природного газа будет снижаться;

- развитие спотовых рынков сжиженного природного газа (СПГ) и, как следствие, неконкурентоспособность контрактной цены на российский природный газ, что снижает спрос на него по причинам не только политическим, но и конъюнктурным;

- диверсификация путей транзита российского природного газа в Европу, которая обусловлена стремлением правительств европейских государств ослабить свою зависимость от политических взаимоотношений Украины и России, и стремлением России оказать дополнительное давление на Украину для достижения своих геополитических целей;

- интенсификация работ по освоению технологий добычи природного газа, который ранее считался недоступным – шахтного метана, доменного газа и, так называемого «сланцевого газа», большие запасы которого есть в Польше;

- снижение доли Европы как потребителя природного газа из-за переориентации правительств европейских стран на уменьшение выбросов

парниковых газов и развитие альтернативных источников энергии, а также неуклонное увеличение роли азиатских стран (Китая, Индии, Японии и др.) как потребителей природного газа на мировом рынке.

В современных условиях хозяйствования, в конкурентной среде и при рыночных отношениях хозяйствующих субъектов очень важным является экономическое обоснование хозяйственных решений, которые касаются не только непосредственно ведения бизнеса, но и решений относительно уровня предлагаемых тарифов, норм и нормативов. Это становится особенно актуальным в условиях перечисленных выше негативных тенденций при подготовке международных контрактов, учитывая значительные размеры сумм оговариваемых контрактами. Не является исключением контракты на транзит газа по территории Украины, согласно которым тарифы за транзит почти в два и более раза ниже, чем в странах ЕС.

Постановка задачи. Подписание контрактов на транзит российского или газа любого другого происхождения по территории Украины и тарифы за транзит, безусловно увязаны с контрактами на поставки газа для нужд самой Украины. Понятно, что формирование сегодня тарифов на транзит газа, как и самой цены на российский природный газ, имеет больше политическую составляющую, нежели экономическую, и влияние монополиста в лице российского Газпрома здесь огромно. Тем не менее, реальное экономическое обоснование тарифов на транзит природного газа по территории Украины, учитывающих затраты на приобретение, монтаж и эксплуатацию газоперекачивающих установок (ГПУ), позволит если не добиваться пересмотра этих тарифов, то обоснования предоставления хотя бы каких-то компенсаций.

Результаты исследования. С точки зрения обычного потребителя любые газоперекачивающие установки (ГПУ) должны быть высокопроизводительными, надежными и долговечными. Себестоимость транспортировки газа зависит прежде всего от производительности ГПУ и затрат на эксплуатацию с учетом текущих ремонтов. В качестве единицы работы в соответствии с установившимися традициями можно рассматривать перекачку 1000 м^3 газа на расстояние 100 км. В этой связи при решении задачи выбора лучшей ГПУ из альтернативных вариантов можно рекомендовать в качестве критерия оптимальности показатель удельных приведенных затрат

при условии обеспечения всеми вариантами тождественного результата [2], в противном случае необходимо привести все альтернативные варианты в сопоставимый вид по производительности, мощности, сроку службы и т.д. Удельные приведенные затраты по i -му варианту можно рассчитать так:

$$Z_{y\partial i} = C_{y\partial i} + E_n K_{y\partial i} \rightarrow \min,$$

где $C_{y\partial i}$ – средний удельный показатель себестоимости перекачки 1000 м³ газа на расстояние 100 км по i -му варианту;

$K_{y\partial i}$ – удельный показатель капиталовложений на единицу работы по i -му варианту;

E_n – нормативный коэффициент эффективности капиталовложений, определяемый или по средней рентабельности капитала в отрасли, или как пороговое значение рентабельности в зависимости от цели инвестирования в пределах 0,06...0,25 [2, с. 80].

При проведении этих расчетов необходимо помнить следующее [3]:

- амортизационные отчисления нужно рассчитывать не по нормам амортизационных отчислений, а с учетом срока службы ГПУ;
- затраты на плановые ремонты нужно рассчитывать подробно. Более того, учитывают и затраты на аварийные ремонты, связанные с отказами техники. Хотя затраты на аварийные ремонты можно рассчитывать укрупнено. Затраты на один аварийный ремонт содержат заработную плату работников за поиск и устранение неисправности вместе с соответствующими отчислениями в фонды пенсионного, социального страхования и занятости, а также стоимость замененных элементов (запасных частей);
- если технику применяют в процессах, где сокращение времени на ремонт дает снижение ущерба от простоев, это нужно обязательно учесть. Убыток, который наносит один час простоя оборудования, зависит от назначения оборудования. Например, устранение неисправностей, которые вызывают задержку перекачки газа, может приводить к штрафам за нарушение графика транзита и к судебным искам;
- уменьшение простоев более надежного оборудования в ремонтах обуславливает во многих случаях повышения его годовой производительности. Если это повышение производительности можно реализовать, необходимо оценить экономию удельных приведенных затрат.

Для расчета показателей экономической эффективности сравниваемые варианты должны быть сведены к сопоставимому виду по всем признаками (объему продукции, ее составу, качеству, сроками изготовления и т.п.). Сопоставимый вид вариантов должен обеспечиваться: 1) по сферам и условиям их эксплуатации; 2) по нормативной базе, которая используется для расчета затрат и полезных результатов; 3) по конечному полезному результату (социальному, экологическому и т.п.) [4].

Расчет среднего удельного показателя себестоимости перекачки 1000 м^3 газа на расстояние 100 км по i -му варианту ГПУ должен рассчитываться с учетом жизненного цикла (ЖЦ) ГПУ и может быть выполнен по формуле:

$$C_{\text{ср}} = \frac{\sum_{t=1}^T C_t n_{\text{гп}} \delta^{100}}{\sum_{t=1}^T Q_t S},$$

где C_t – затраты t -го года, связанные с обеспечением работы ГПУ, грн.;

Q_t – объем перекачки в t -м году, тыс. м^3 ;

T – длительность жизненного цикла ГПУ, лет;

$n_{\text{гп}}$ – число ГПУ на соответствующем участке газопровода, шт.;

S – длина газопровода, км.

Под затратами t -го года следует понимать любые затраты на ГПУ (на изготовление, транспортировку, монтаж, эксплуатацию, обслуживание, ремонтные работы, демонтаж и утилизацию)

$$C_t = C_t^{\text{изг}} + C_t^{\text{тр}} + C_t^{\text{монт}} + C_t^{\text{экс}} + C_t^{\text{обсл}} + C_t^{\text{рем}} + C_t^{\text{дем}} + C_t^{\text{утил}}.$$

Понятно, что на начальном этапе жизненного цикла ГПУ будут иметь место только затраты на изготовление (приобретение), транспортировку и монтаж в ГТС. А в конце ЖЦ будут иметь место только затраты на демонтаж и утилизацию. На остальных этапах жизненного цикла будут иметь место только затраты на эксплуатацию, обслуживание и ремонты ГПУ.

$$C_t^{\text{экс}} = P_{\text{гд}} C_{\text{гсм}} Q_t + H_a C_{\text{гн}} / 100\%,$$

где $P_{\text{гд}}$ – удельный расход топлива на перекачку газа, л/ 1000 м^3 ;

$C_{\text{гсм}}$ – стоимость топлива, грн/л;

Q_t – объем перекачки в t -м году, тыс. м^3 ;

H_a – норма амортизации ГПУ, %

C_{nn} – полная первоначальная стоимость ГПУ ($3_t^{изз} + 3_t^{тр} + 3_t^{монт}$).

$$3_t^{обсл} = n_{об} \Phi_{\partial} \ell_{\text{ч}} [(1 + \omega_{\partial})(1 + \omega_{отч}) + \omega_{нак}] n_{см},$$

где $n_{об}$ – списочная численность персонала обслуживающего ГПУ, чел.;

Φ_{∂} – годовой действительный фонд времени для персонала, обслуживающего ГПУ, час.;

$\ell_{\text{ч}}$ – часовая тарифная ставка работника, обслуживающего ГПУ, грн/час.;

ω_{∂} – средний коэффициент доплат (0,1...0,3);

$\omega_{отч}$ – коэффициент отчислений в фонды пенсионного, социального страхования и занятости (0,375);

$\omega_{нак}$ – коэффициент накладных расходов в ГТС Украины;

$n_{см}$ – число смен работы ГПУ (сменность).

$$3_t^{рем} = t_{рем} \ell_{\text{чр}} [(1 + \omega_{\partial})(1 + \omega_{отч}) + \omega_{нак}] + 3_{запч},$$

где $t_{рем}$ – средняя годовая трудоемкость ремонтных работ на ГПУ, чел.-ч.;

$\ell_{\text{чр}}$ – часовая тарифная ставка ремонтника, грн/час;

$3_{запч}$ – средняя годовая стоимость запасных частей и материалов для ремонта ГПУ, грн.

После выбора варианта ГПУ с минимальной удельной себестоимостью $C_{y\partial}$ необходимо проверить экономическую эффективность этого выбора, т.е. оценить рентабельность. Для этого следует использовать тариф на транспортировку газа, установленный международным договором со страной экспортером и удельную себестоимость перекачки. Рентабельность ГПУ, таким образом, может быть найдена так:

$$R = [(P_{тар} - C_{y\partial}) / C_{y\partial}] 100\%,$$

где $P_{тар}$ – тариф на перекачку 1000м^3 газа на расстояние 100 км, грн;

$C_{y\partial}$ – удельная себестоимость перекачки 1000м^3 газа на расстояние 100 км для лучшей ГПУ, грн.

Обеспечение рентабельности в 20...30% можно считать приемлемым. Если же рентабельность лучшей из ГПУ составляет менее 15%, то следует

проаналізувати причини. Можливо, тариф за транзит природного газу занижений і потребує перегляду в сторону збільшення, що повинно бути враховано при укладанні Україною міжнародних контрактів на транспортування природного газу з використанням української ГТС.

Висновки. Процеси реорганізації світового ринку природного газу і можливе в перспективі скорочення транзитних об'ємів для ГТС України майже вдвічі потребують особливого уваги при плануванні валютних надходжень і конкретних рішень уряду України по збереженню транзитного потенціалу. Можливо, настав час ввести формулу оплати за транзит природного газу по зразку російського «бери або плати» – «поставляй або плати», якщо російський «Газпром» не захоче поставляти європейським споживачам контрактований об'єм природного газу через зниження цін, викликане спотовими цінами на СПГ. Точильні розрахунки економічних показників використання ГПУ, згідно запропонованому підходу, дозвлять готувати економічно обґрунтовані рішення о: модернізації ГТС України; перегляді рівня тарифів за транзит природного газу при укладанні міжнародних контрактів; формуванні економічно обґрунтованого коридору для компромісних рішень по розмірі тарифів за транзит природного газу з використанням ГТС України.

Список літератури: 1. Михайловська О.В. Актуальні питання розвитку ринку природного газу / О.В. Михайловська // Економіка України. – 2012. – № 10. – С. 68-79. 2. Гавва В.М. Обґрунтування господарських рішень і оцінювання ризиків: підруч. / В.М. Гавва, Т.П. Раздимаха. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіа. ін-т», 2008. – 272 с. 3. Гавва В.М. Економічне обґрунтування господарських рішень: навч. посібник / В.М. Гавва. – Х.: Нац. аерокосм. ун-т «Харк. авіа. ін-т», 2001. – 157 с. 4. Гавва В.М., Раздимаха Т.П. Економічне обґрунтування доцільності підвищення надійності й довговічності техніки // Проблеми проектування і виробництва конструкцій літальних апаратів, Вип. 3(63) – 2010. – С. 210-214.

Надійшла до редколегії 06.06.2013

УДК 658.589

Економічне обґрунтування тарифів за транзит газу по Україні при підготовці міжнародних контрактів / Гавва В. Н. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 6–13. – Бібліогр.: 4 назви.

Запропоновано методологічний підхід і методику проведення розрахунків економічних показників газоперекачуючих установок у газотранспортній системі України для обґрунтування доцільності їхнього вдосконалення й обґрунтування рівня тарифів за транзит газу по території України при укладанні міжнародних контрактів про його транспортування.

Ключові слова: ринок газу, собівартість транзиту газу, тариф за транзит, економічна ефективність

Methodological approach and methodology for calculation of economic indicators gas compressor units in the gas transportation system of Ukraine to justify their improvement and justify the level of tariffs for the transit of gas through Ukraine to the international contracts of its transportation are proposed.

Keywords: gas market, cost of gas transit, transit tariffs, economical effectiveness

УДК 339.138

А. Ю. ГЕВОРКЯН, канд. екон. наук, доц., НТУ «ХПІ»;

О. О. ГУТНЄВА, студентка, НТУ «ХПІ».

УПРАВЛІННЯ МІЖНАРОДНИМИ МАРКЕТИНГОВИМИ КОМУНІКАЦІЯМИ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розкрито питання особливостей реалізації маркетингової комунікаційної взаємодії в Інтернеті, виявлено основні переваги мережі Інтернет як носія маркетингових комунікацій, проведено їх порівняльний аналіз та запропоновано класифікацію веб-ресурсів як невід'ємного носія комунікацій в Інтернеті.

Ключові слова: маркетингові комунікації, мережа Інтернет, Інтернет-маркетинг, електронний ресурс.

Вступ. Процеси глобалізації економіки, комп'ютеризації різних сфер підприємницької діяльності призвели до того, що нині Інтернет є невід'ємним середовищем. З кожним роком дедалі більше компаній звертаються до мережі Інтернет як альтернативного способу просування власної продукції, що свідчить зростаюча кількість електронних ресурсів [1]. Станом на кінець 2012 р. кількість користувачів Інтернетом склала майже 30 млн осіб, що вдвічі більше, ніж у 2011 р.

Аналіз останніх досліджень та літератури: Теорія і практика управління маркетинговими комунікаціями висвітлені в наукових працях вчених: Ф. Котлера, Ж. Ж. Ламбена, С. Моріарті, М. Васіліка, Е. Голубкова, М. Рюміна [2]. В Україні проблемам управління маркетинговими комунікаціями присвячені розробки відомих у цій сфері учених: О. Азарян, Т. Приймак, Е. Ромата, А. Старостіної та інші.

Метою статті є дослідження особливостей Інтернету як каналу маркетингових комунікацій. Щоб досягти поставленої мети, необхідно: розкрити питання особливостей реалізації маркетингової комунікаційної взаємодії в Інтернеті; виявити основні переваги мережі Інтернет як носія маркетингових комунікацій; провести їх порівняльний аналіз та запропонувати класифікацію веб-ресурсів як невід'ємного носія комунікацій в Інтернеті.

Викладення основного матеріалу: В умовах автоматизації ринкових процесів важливу роль починають відігравати передові інформаційні технології, серед яких чинне місце займає Інтернет. Усе це посприяло появі нової платформи для ведення підприємницької та маркетингової діяльності, зокрема маркетингових комунікацій на основі мережі Інтернет. Маркетингові Інтернет-комунікації по своїй суті схожі з традиційними, але водночас значно відрізняються своїми властивостями, застосовуваними підходами та специфікою електронного середовища.

Так Жан-Жак Ламбен під маркетинговими комунікаціями розуміє сукупність сигналів, що надходять від фірми на адресу різних аудиторій, у тому числі клієнтів, торгових посередників, постачальників, акціонерів, органів управління, а також власного персоналу [3].

Основне завдання зовнішніх носіїв маркетингових комунікацій в Інтернеті полягає в залученні користувачів на Інтернет-сайт компанії. Інтернет-маркетинг не конкурент традиційного маркетингу, а лише його продовження або початок, що має ряд переваг. Основні інструменти та засоби маркетингових комунікацій в традиційному та Інтернет-маркетингу, а також відмінності між ними розглянуто в табл.

Для кожного інструменту традиційного маркетингу існує відповідний аналог маркетингових комунікацій в мережі Інтернет, але різниця в тому, що в Інтернеті всі зазначені вище засоби ведуть користувача на веб-ресурс компанії. Саме він є одним з головних елементів маркетингових комунікацій в Інтернеті і потребує найбільшої уваги з боку маркетингової служби підприємства.

Приймаючи рішення про створення власного електронного ресурсу, компанія повинна визначитись з цілями, задля яких цей ресурс буде створено. Залежно від форми підприємницької діяльності та завдань, що лежать в їх основі, можна виділити декілька типів електронних ресурсів: інформаційний, комерційний та навігаційний.

Інформаційний сайт містить вичерпну інформацію з будь-якої предметної області. Такі веб-ресурси можуть бути використані компанією з ціллю поширення інформації про свою діяльність серед потенційних споживачів. Також завданням таких Інтернет-ресурсів є формування в них позитивного ставлення до компанії, марки, товарів чи послуг. Відповідно до цього такі ресурси забезпечують детальними відомостями про фірму та її пропозиціях.

Конкурентними перевагами таких веб-ресурсів можуть бути: унікальність пропонованої інформації, цікаві статті, зручний та привабливий дизайн, постійне оновлення матеріалів сайту, достовірність пропонованої інформації.

Таблиця. Систематизація маркетингових комунікацій в традиційному та Інтернет-маркетингу

Реклама в традиційному маркетингу	Реклама в мережі Інтернет
– реклама у друкованих засобах масової інформації; – реклама в галузевих газетах та журналах; – реклама на телебаченні; – поштова реклама; – друкована (поліграфічна) реклама; – реклама на радіо; – зовнішня реклама;	– банерна реклама на крупних порталах, контекстна реклама, медійно-контекстна реклама, веб-сайт; – анімаційна банерна реклама, спливаючі вікна, флеш-реклама; – реклама сайту компанії за допомогою електронної пошти; – контекстна та банерна реклами з використанням пошукових систем, порталів, каталогів, конференцій, списків розсилок; – реєстрація сайту в пошукових системах та каталогах, електронна дошка оголошень.
PR в традиційному маркетингу	PR в мережі Інтернет
– організація й проведення прес конференцій, брифінгів; – написання та розміщення прес-релізів; – участь у написанні або написання статей, репортажів та інших інформаційних матеріалів; – видання фірмового журналу, газети, корпоративного бюлетеня; – організація «днів відкритих дверей»; проведення спеціальних заходів на виставках; –реалізація спонсорських проектів компанії	– організація зустрічей з користувачами, відео-конференцій, робота з дискусіями, форумами, чатами; – просування веб-сайту в пошукових системах; – публікації матеріалів і новин у електронних представництвах засобів масової інформації, на спеціалізованих і тематичних сайтах; – просування сайту на форумах, блогах, розміщення реклами в новинних розсилках; – створення і підтримка сайту компанії, розсилка новин; – проведення маркетингових заходів з їх активним висвітленням в Інтернеті; – участь/реалізація спонсорських проектів компанії в мережі Інтернет
Стимулювання збуту в традиційному маркетингу	Стимулювання збуту в мережі Інтернет
– поширення зразків товару на пробу для споживачів; – надання знижок за певних умов покупки; – нагороди постійним клієнтам; – проведення конкурсів та лотерей	– демонстраційні версії на сайті компанії, пробні безкоштовні зразки товару; – надання знижок за певних умов покупки; – нагороди постійним клієнтам веб-ресурсу компанії, участь у партнерських програмах; – проведення конкурсів та лотерей на сайті компанії.

Комерційні веб-ресурси виступають інструментом продаж відповідно до чого, вони повинні підтримувати необхідний комплекс елементів: представлення товару, формування замовлення і проведення його оплати через Інтернет. Товари повинні бути представлені найбільш ефектно і повно, пошук потрібного товару повинен бути швидким і легким. На таких ресурсах існує

система формування замовлення, яка служить для приміщення відібраних користувачем товарів у віртуальну корзину. Ціллю комерційного типу сайту буде розширення ринку збуту компанії. До конкурентних переваг таких веб-ресурсів слід віднести: зручність в оформленні замовлень, детальний опис технічних характеристик товару, постійне оновлення каталогу за будь-яких змін в асортименті продукції.

Метою навігаційних веб-ресурсів є перенаправлення споживачів на інші веб-ресурси. Зазвичай, це великі сайти з значною кількістю інформації. Компанії-лідери, які бажають зміцнити свої позиції на ринку можуть використовувати подібні веб-ресурси у своїй діяльності. Це дасть змогу не лише збільшити прибутки компанії, але й завоювати позицію лідера на доволі довгий термін. До цієї групи можна віднести пошукові системи, каталоги та ініціюючі сайти (портали).

Власні електронні ресурси надають ряд можливостей щодо просування компанії на ринку, що вкотре підкреслює унікальність веб-ресурсу як носія маркетингових комунікацій. Також власний електронний ресурс надає широкий спектр можливостей для користувачів: швидкого отримання інформації відносно компанії, її товарів та послуг, реалізації операцій купівлі-продажу, ознайомлення з демонстраційними версіями певних продуктів, пошук необхідної інформації в будь-якій галузі, участь у дискусіях, конференціях, форумах, чатах.

Висновки: Маркетингові Інтернет-комунікації по своїй суті схожі з традиційними, але значно відрізняються своїми властивостями, застосовуваними підходами та специфікою електронного середовища. Представлені моделі комунікації Інтернету у порівнянні з традиційними засобами маркетингових комунікацій переважають за рядом ознак: інтерактивний характер контактів; отриманням інформації з боку споживачів; широкий діапазон видів представлення інформації; можливість інтерактивного укладання угод і проведення платежів.

Список літератури: 1. Бокарев Т. Энциклопедия Интернет-рекламы / Т. Бокарев. – М.: ЮНИТИ, 2000. – 416 с. 2. Пілюшенко В.Л. Інформаційні технології у маркетингу і рекламі: навч. посіб. / В. Л. Пілюшенко. – Донецьк, 2005. – С. 204. 3. Смит П. Коммуникации стратегического маркетинга / П. Смит, К. Бэрри, А. Пулфорд; [пер. С англ. В. Н. Егорова]. – М., 2001. – 414 с.

УДК 339.138

Управління міжнародними маркетинговими комунікаціями підприємства / Геворкян А. Ю., Гутнєва О. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 13–17. – Бібліогр.: 3 назви.

В статье раскрыты вопросы особенностей реализации маркетингового коммуникационного взаимодействия в Интернете, выявлены основные преимущества сети Интернет как носителя маркетинговых коммуникаций, проведен их сравнительный анализ и предложена классификация веб-ресурсов как неотъемлемого носителя коммуникаций в Интернете.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, сеть Интернет, Интернет-маркетинг, электронный ресурс.

The article explores the issue of marketing communications features of interaction online, found the main benefits of the Internet as a medium of marketing communications, made a comparative analysis and proposed a classification of web-resources, as an indispensable medium of communication on the Internet.

Keywords: marketing communications, Internet, Internet marketing, electronic resources.

УДК 330.341

А. Ю. ГЕВОРКЯН, канд. екон. наук, доц., НТУ «ХПІ»;

Я. Ю. УМАНЕЦЬ, магістрант, НТУ «ХПІ».

СТВОРЕННЯ СПІЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА, ЯК ШЛЯХ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ ТА ВПРОВАДЖЕННЯ ІННОВАЦІЙ

У статті розглядається питання створення СП для залучення інвестицій та впровадження інновацій на підприємстві. Проводиться аналіз існуючих проблем на ДП ХМЗ «ФЕД». Наводяться переваги впровадження інновацій для зазначеного підприємства.

Ключові слова: інновації, інвестиції, спільне підприємство.

Вступ. На виробництві, в країнах, що належать до інноваційних лідерів, спостерігається висока концентрація найбільш рентабельних видів бізнесу, переважно високотехнологічна структура національного виробництва, зосередження найбільших фінансових потоків.

Формування таких умов в Україні можливе лише через активізацію суб'єктами господарювання інноваційної діяльності. Першочерговим завданням, у цьому напрямку, повинно стати дослідження тих питань, вирішення яких кардинально змінить відношення до процесу інноваційної діяльності всіх його учасників: продукувати та впроваджувати інновації повинно стати не тільки економічною доцільністю, але й необхідністю.

Здійснення інноваційної діяльності вимагає витрат різних ресурсів, основними з яких є інвестиції і час. В умовах ринку як системи економічних «відносин купівлі-продажу товарів», у рамках якої формуються попит, пропозиція і ціна.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Враховуючи це, гострим залишається питання залучення іноземних інвестицій інновацій, які б допомогли вітчизняним підприємствам піднятися на новий конкурентний рівень. Здебільшого вчені обмежуються визначеннями цих понять та висвітлюють необхідність цих процесів. Що стосується питань інвестицій та інновацій, то слід відзначити велику кількість робіт як вітчизняних так і зарубіжних вчених по цій тематиці П. Н. Завлин, А. К. Казанцева [1], Л. Н. Оголева [2], С. Д. Ильенкова [3], Ковалев Г. Д. [4], Йохна М.А., Стадник В.В. [5], Мокій А.І., Полякова Ю.В. [6].

Мета досліджень, постановка проблеми. Метою даної статті є розгляд та аналіз необхідності створення спільного підприємства для залучення інвестицій та інновацій.

Матеріали досліджень. Створення спільного підприємства ВАТ «ФЕД» (Харків, Україна) і компанії DD Tech Inc (Нью-Йорк, США) – Фелікс-Центр, що здійснюватиме постачання, пуско-наладку, сервісне обслуговування, ремонт і модернізацію металообробного обладнання підприємствам Україні, а також коригування (розробку) технічних процесів, з урахуванням нових можливостей обладнання, підбір оснащення, інструменту дозволить українському виробнику збільшити обсяг виробництва, клієнтську базу, конкурувати на рівні з іноземними виробниками аналогічної продукції.

Фелікс-Центр є офіційним дилером цілого ряду провідних верстатобудівних фірм Євросоюзу, США, Японії і поставляє високоякісне металообробне обладнання широкого діапазону на підприємства приладобудування, авіабудування, енергомашинобудування і в інші галузі.

Фелікс-Центр пропонує токарні та фрезерні верстати з ЧПУ, трьох – п'яти осеві фрезерні, фрезерно-токарні та токарно-фрезерні обробні центри, повну гаму шліфувального обладнання, координатно-вимірювальне обладнання, електроерозійні верстати та ін., а також оснащення для верстатів.

Завдяки створенню СП ДП ХМЗ «ФЕД» та компанії DD Tech Inc з'явиться можливість впровадження інновацій, що допоможуть зменшити собівартість продукції, підняти її на новий конкурентний рівень, збільшити її обсяги.

Впровадження інновацій на ДП ХМЗ «ФЕД» потребують виробничі лінії, що не переобладнані, але мають великий економічний потенціал. Зокрема лінія механічної обробки металу. Механічна обробка є однією з найголовніших стадій виробництва будь-яких вузлів та агрегатів, машинобудування. Модернізація цього процесу має позитивний вплив на витрати на виробництво одиниці продукції, що в свою чергу підвищує загальну конкурентоспроможність підприємства.

Результати досліджень. Запропонована інноваційна модернізація процесу механічної обробки металу за допомогою переобладнання виробничої лінії та здійснення заміни устаткування «верстат 1E61BM-Ф» на «пристрій гідроабразивного різання Z-Series waterjet».

Гідроабразивне різання особливо ефективна при різанні багатьох важкооброблюваних матеріалів: титанових сплавів, різних видів високоміцних керамік і сталей, а також композитних матеріалів. При їх гідроабразивному різанні не створюється розривів у структурі матеріалу, який, таким чином, зберігає свої первинні властивості. Гідроабразивне струмінь не змінює фізико-механічні властивості матеріалу і виключає деформацію, оплавлення і пригорання матеріалу.

Переваги технології гідроабразивного різання:

1) Універсальність.

Можливість використання однієї і тієї ж установки для різання широкого спектру матеріалів, без зміни або переналагодження ріжучого інструменту. Діапазон товщини: розрізають матеріали від 0,1 до 300 мм.

2) Низька температура в зоні різі 60-90 °C

Утворюється в процесі різання тепло практично відразу несеться водою. У результаті не відбувається помітного підвищення температури заготовлі, що забезпечує по суті «холодний» рез всіх матеріалів. Це дозволяє при використанні гідроабразивної технології: виключити оплавлення і пригорання матеріалу в прилеглій зоні; виключити вигоряння легуючих елементів у легированих сталях і сплавах; виключити появу розривів у структурі матеріалу і погіршення первинних властивостей матеріалу; виключити температурну

деформацію заготовки; виключити необхідність додаткової механічної обробки поверхні різь заготовки, внаслідок чого підвищити продуктивність і зменшити собівартість виготовлення деталей.

3) Висока точність різання.

Різнання по контуру будь-якої складності. При гідроабразивного обробці можна відтворювати контури будь-якої складності. Струмін рідини за своїми технічними можливостями наближається до ідеального точкового інструменту, що дозволяє обробляти профіль будь-якої складності з заданим радіусом закруглення, оскільки ширина реза складає від 1 до 1,5 мм.

4) Висока якість поверхні реза.

Умовно шорсткість одержуваної на установках гідроабразивного різання поверхні різь можна розділити на три категорії якості поверхні різь, які приблизно можна співвіднести з наступними величинами шорсткості: відмінне – Ra 5 – Rz 20; хороше – Rz 60-120; задовільний – Rz 260-320. При необхідності можливе отримання фінішної поверхні з шорсткістю Ra 1,5-2,5 мкм при відповідному підборі технологічних параметрів установки та швидкості різання, що дозволяє застосовувати технологію гідроабразивного різання не тільки в заготовельному виробництві, але і для чистової різання деталей.

5) Економічність процесу.

Технологія гідроабразивного різання поряд з досить високою швидкістю різання широкого діапазону товщини різних матеріалів дозволяє додатково підвищити продуктивність за рахунок: скорочення кількості або повного виключення супутніх технологічних операцій (попереднє свердління отворів, зміна або переналагодження ріжучого інструменту, подальша механічна обробка деталі); економії часу на механічне закріплення заготовки на координатному столі; зменшення часу холостого ходу ріжучої головки, внаслідок можливості різання тонколистових матеріалів в багатошаровому пакеті.

Крім усього перерахованого вище, використання гідроабразивного технології дозволяє значно зменшити втрати матеріалу при різанні, як за рахунок малої ширини різь, так і за рахунок скорочення припусків на додаткову механічну обробку.

6) Екологічна чистота і повна відсутність шкідливих газовиділень.

Для здійснення процесу гідроабразивного різання не потрібно ніяких газів, а низька температура зрізу не викликає виділення шкідливих газів з матеріалів, що піддаються різке. Використовуваний як абразивного матеріалу гранатовий пісок нешкідливий для здоров'я операторів, оскільки не викликає професійних захворювань, і відходи його можуть бути використані в як в будівельних розчинах, так і для інших цілей.

7) Повна пожежно-і вибухобезпечність.

Оскільки при гідроабразивного різання немає накопичується тепла і відсутні які-небудь газу, технологія є вибухо-і пожежобезпечною. Це дозволяє здійснювати різання навіть вибухових речовин, наприклад, при утилізації боєприпасів.

Висновки. Запропоноване створення СП з компанії DD Tech Inc (Нью-Йорк, США) – Фелікс-Центр дозволить ВАТ «ФЕД» залучити інвестиції для запровадження інновацій у виробничій сфері. Оскільки механічна обробка є однією з найголовніших стадій виробництва будь-яких вузлів та агрегатів, машинобудування, то впровадження інноваційних технологій має безпосередній позитивний вплив на посилення конкурентоспроможності ХМЗ «ФЕД» та значно підвищує економічну користь співробітництва для зарубіжних інвесторів.

Запропонована інноваційна модернізація процесу механічної обробки металу за допомогою переобладнання виробничої лінії має свої переваги, а саме: універсальність; низька температура в зоні різку 60-90°C; висока точність різання по контуру будь-якої складності; висока якість поверхні реза; економічність процесу, зокрема збереження електроенергії; екологічна чистота і повна відсутність шкідливих газівиділень; повна пожежно-і вибухобезпечність.

Список літератури: 1. Инновационный менеджмент: Справ, пособие / Под ред. П. Н. Завлина, А. К. Казанцева, Л. Э. Миндели. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ЦИСН, 1998. 2. Инновационный менеджмент: Учеб. пособие / Под ред. Л. Н. Оголевой. — М.: ИНФРА, 2001. 3. Инновационный менеджмент: Учебник / Под ред. С. Д. Ильенковой. — М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1997. 4. Ковалев Г. Д. Основы инновационного менеджмента: Учеб. для вузов / Под ред. проф. В. А. Швандара. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 1999. 5. Йохна М.А., Стадник В.В. Економіка й організація інноваційної діяльності: Навчальний посібник. — К.: Видавничий центр „Академія”, 2005. — 400 с. 6. Мокій А.І., Полякова Ю.В., Осідач О.П., Бабець І.Г. Міжнародний інноваційний менеджмент: Навчально-методичний посібник для самостійного вивчення курсу. — Львів: видавництва ЛКА, 2004. — 308 с.

Надійшла до редколегії 15.07.2013

УДК 330.341

Створення спільного підприємства, як шлях залучення інвестицій та впровадження інновацій / Геворкян А. Ю., Уманець Я. Ю. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та

фінансово-господарської діяльності підприємств . – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 17–22. – Бібліогр.: 6 назв.

В статье рассматривается вопрос создания СП для привлечения инвестиций и внедрения инноваций на предприятии. Проводится анализ существующих проблем на ГП ХМЗ «ФЭД». Приводятся преимущества внедрения инноваций на упомянутом предприятии.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, совместное предприятие.

We consider the question of a joint venture for investment and innovation in the enterprise. The analysis of the existing problems at GK KMP "FED." Provides the benefits of innovation in the said company.

Keywords: innovation, investment, joint venture.

УДК 336:330.142

О. Г. ГОЛОВКО, канд.екон.наук, доц., ХІБС УБС НБУ, Харків;

К. О. ШЛЯПКИНА, магістрант, ХІБС УБС НБУ, Харків.

ФОРМУВАННЯ ОПТИМАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена дослідженню проблеми оптимізації структури капіталу. Досліджуються методи та критерії оптимізації структури капіталу. Автором запропонований практичний аспект визначення оптимальної структури капіталу за критеріями максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності та мінімізації його вартості.

Ключові слова: оптимізація структури, власний капітал, позиковий капітал.

Вступ. Результат і ефективність діяльності підприємства залежать від того, наскільки раціонально використовується капітал. Дотримуючи певні пропорції власного і позикового капіталу, можна забезпечити необхідний рівень фінансової незалежності, рентабельності, а також максимізувати ринкову вартість підприємства. В ринкових умовах виникає необхідність обґрунтування оптимальної структури капіталу.

Аналіз літературних джерел свідчить про високу зацікавленість вчених та практиків у питаннях оптимізації. Даним питанням займалися такі вчені-економісти, як: П. Самуельсон [7] та У. Нордхауз, Д. Хайман, Дж. Хікс, П. Хейне, Дж. Робінсон та Р. Дорнбуш, П. Бурдье, А.М. Поддєрьогін, І.А. Бланк [1], Г.О. Крамаренко, О.Є. Чорна, Ф.Ф. Бутинець, В.О. Подольська, С.М. Клименко.

Постановка проблеми. Однак, незважаючи на досить велику кількість праць, присвячених цій проблемі, окремі її аспекти недостатньо розроблені та висвітлені в економічній літературі.

Метою роботи є вибір оптимальної структури капіталу для визначення найбільш ефективного функціонування підприємства та досягнення стабільного зростання обсягів капіталу з паралельним підвищення рентабельності підприємства.

Результати досліджень. Аналіз структури капіталу є одним із найбільш важливих і складних завдань, які вирішуються у процесі фінансового управління підприємством. Оптимальна структура капіталу являє собою таке співвідношення використання власних і позичених коштів, при якому забезпечується ефективна пропорційність між коефіцієнтом фінансової рентабельності і коефіцієнтом фінансової стійкості підприємства, тобто максимізується його ринкова вартість [3].

Оптимізація структури капіталу є одним із найбільш важливих і складних завдань, які вирішуються у процесі фінансового управління підприємством [8].

Аналіз літературних джерел дає змогу визначити термін «оптимізація структури капіталу» як співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого підприємство отримає максимальний прибуток і максимальну рентабельність [5].

Процес оптимізації структури капіталу підприємства здійснюється за етапами, які графічно представлені на рис.

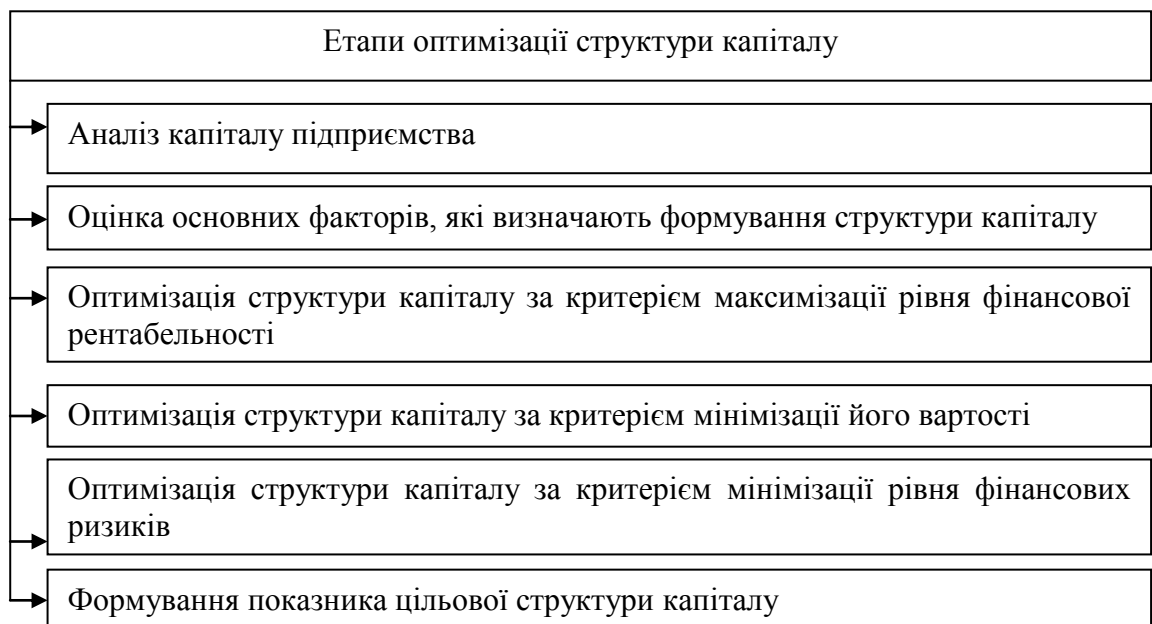


Рис. – Основні етапи процесу оптимізації структури капіталу підприємства

Аналіз економічної літератури свідчить, що більшість авторів рекомендують використовувати для аналізу два методи оптимізації структури капіталу. Розглянемо практичну значимість кожного методу для ПАТ «Харківська бісквітна фабрика».

1. Оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності. Дає можливість розрахунково знайти лише оптимальну величину ефекту фінансового важеля. Якщо підприємство в своїх інвестиціях використовує як власні, так і позикові кошти, то рентабельність інвестування власних коштів ще називають ефектом фінансового важеля [2].

Розрахуємо ефект фінансового левериджу для ПАТ «Харківська бісквітна фабрика», використовуючи формулу (1) [6]:

$$\text{ЕФВ} = (1 - C_{nn}) \cdot (\text{КВР}_a - \text{СРСВ}) \cdot (\text{ПК} / \text{ВК}), \quad (1)$$

де C_{nn} – ставка податку на прибуток;

КВР_a – коефіцієнт валової рентабельності активів, %;

СРСВ – ставка відсотка за кредит, що сплачується підприємством за використання залученого капіталу, %;

ПК – середня сума залученого капіталу;

ВК – середня сума власного капіталу.

При цьому ставку податку за кредит приймаємо умовно в розмірі 24%, а коефіцієнт валової рентабельності активів розраховуємо як відношення прибутку від звичайної діяльності до оподаткування до середньої вартості активів підприємства. У такому разі будуть враховані всі результати діяльності підприємства, як доходи, так і витрати.

Співвідношення власного капіталу до позикового капіталу ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» становить 81% до 19%. Відповідно, як результат такого співвідношення коефіцієнт фінансової рентабельності становить -4,19%, як видно з таблиці 1. Це є досить негативним явищем для підприємства. Виникає необхідність оптимізувати структуру капіталу до того рівня, щоб покращити рентабельність власного капіталу. Припустимо, що в наступному періоді керівництво вирішило підвищити частку власного капіталу за рахунок внесків засновників на 1 000 000 тис. грн.

Розрахуємо прогнозований показник ефекту фінансового левериджу (табл. 1).

Таблиця 1 – Розрахунок коефіцієнта фінансової рентабельності

Показник	2012 р.	Прогнозований період
Сума власного капіталу	361882,00	1361882,00
Сума позикового капіталу	84589,00	69971,00
Загальна сума капіталу	446471,00	1431853,00
Коефіцієнт фінансового левериджу	-0,02	0,00
Коефіцієнт валової рентабельності активів, %	0,13	0,17
Ставка відсотка за кредит, %	24,00	24,00
Сума валового прибутку без відсотків за кредит (гр.3*гр. 5/100)	588,22	2400,48
Сума сплачених відсотків за кредит (гр. 2*гр. 6/100)	20301,36	16793,04
Сума валового прибутку з урахуванням сплати відсотків за кредит (гр. 7–гр. 8)	-19713,14	-14392,56
Ставка податку на прибуток	0,23	0,19
Сума податку на прибуток (гр. 9*гр. 10)	-4534,02	-2734,59
Сума чистого прибутку, який залишився в розпорядженні підприємства (гр. 9–гр 11)	-15179,11	-11657,97
Коефіцієнт рентабельності власного капіталу (гр.12*100/гр. 1)	-4,19	-0,86

Отже, як бачимо, в результаті збільшення розміру власного капіталу за рахунок додаткових внесків засновників структура капіталу становить 95% до 5 %. При цьому ми отримуємо покращення показника рентабельності власного капіталу до рівня (-0,86%). Що говорить про позитивні перспективи діяльності ПАТ «Харківська бісквітна фабрика». Застосування механізму фінансового левериджу дає змогу визначити оптимальну структуру капіталу, яка забезпечує максимальний рівень фінансової рентабельності. Отже, на сучасному етапі доцільність використання позичкових коштів буде тільки тоді, коли економічна рентабельність на підприємстві становитиме більше 25%, оскільки позичковий процент за кредитуванням у національній валюті становить в середньому 20-25% (у нашому випадку 24%), а в іноземній – 15-18%. З цієї причини ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» знаходиться у не вигідних умовах щодо використання позичкових коштів з метою підвищення рентабельності власних коштів, оскільки ефект фінансового важеля можуть використовувати тільки високорентабельні підприємства.

2. Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації її вартості та рівня фінансових ризиків. Процес оптимізації за допомогою цього методу

заснований на попередній оцінці вартості власного та позикового капіталу за різних умов його залучення та здійснення багатоваріантних розрахунків середньозваженої вартості капіталу [2].

Розглянемо процес оптимізації структури капіталу за критерієм мінімізації її вартості за допомогою табл. 2.

Під час розрахунку використовувалось умовне значення ставки відсотка за кредит, яке дорівнює 24%. Як видно з таблиці 2, при оптимізації структури власного та позикового капіталу до рівня 85,65% та 14,11% відповідно середньозважена вартість капіталує мінімальною – 9,47%. Така структура капіталу дає змогу максимізувати реальну ринкову вартість підприємства.

Таблиця 2 – Розрахунок середньозваженої вартості капіталу

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Сукупний капітал, тис.грн.	398741,00	495728,00	447249,00
Власний капітал, тис.грн.	314855,00	424599,00	361882,00
Позиковий капітал, тис.грн.	83207,00	69971,00	84589,00
Структура капіталу:			
Власний капітал	78,96	85,65	80,91
Позиковий капітал	20,87	14,11	18,91
Чистий прибуток, тис.грн.	40583,00	46783,00	65727,00
Відсоткова ставка за кредит, %	0,24	0,24	0,24
Ставка податку на прибуток, виражена десятковим дробом	0,25	0,21	0,19
Рівень витрат щодо залучення банківського кредиту, виражений десятковим дробом	0,08	0,07	0,06
Вартість власного капіталу, % ((ряд.7/ряд.2)*100)	12,89	11,02	18,16
Вартість позикового капіталу у формі банківського кредиту, % ((ряд.8*(1-ряд.9))/(1-ряд.10))	0,20	0,20	0,21
Середньозважена вартість капіталу, %((ряд.5/100)*ряд.11)+(ряд.6/100)*ряд.12))	10,22	9,47	14,73

Вважаємо за доцільне під час формування структури капіталу підприємства враховувати показник кредитоспроможності підприємства (коефіцієнт Альтмана, формула (2)):

$$R = 8,38 \cdot K_1 + K_2 + 0,054 \cdot K_3 + 0,63 \cdot K_4 \quad (2)$$

де K_1 – оборотний капітал/активи;

K_2 – чистий прибуток/власний капітал;

K_3 – виручка від реалізації/активи;

$K4$ – чистий прибуток/витрати.

Ймовірність банкрутства підприємства відповідно до значення показника R наведено в табл. 3.

Таблиця 3 – Ймовірність банкрутства [4]

Значення R	Ймовірність банкрутства, %
Менше 0	Максимальна (90-100)
0-0,18	Висока (60-80)
0,19-0,32	Середня (35-50)
0,33-0,42	Низька (15-20)
Більше 0,42	Мінімальна (до 10)

Провівши розрахунок коефіцієнту Альтмана для ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» у 2012 році отримали значення $R=13,394$. Отже, відповідно до значення показника R , визначимо ймовірність банкрутства, використовуючи таблицю 3. Звідси маємо мінімальну ймовірність банкрутства (до 10%). Це позитивний фактор для підприємства, але враховуючи структуру капіталу ПАТ «Харківська бісквітна фабрика» керівництву необхідно вжити запропонованих заходів з метою максимізації рентабельності власного капіталу та мінімізації середньозваженої вартості капіталу.

Висновок. Отже, запропонований порядок розрахунків щодо формування оптимальної цільової структури капіталу дасть змогу не тільки оперативно й оптимально структурувати капітал підприємства, а й спрогнозувати зростання рентабельності власного капіталу та фінансової стійкості підприємства на майбутнє, розробити загальні можливі напрями підвищення ефективної діяльності підприємства в цілому.

Список літератури: 1. Бланк И.А. Управление использованием капитала [Текст] / И. А. Бланк. – К.: Ника-Центр: Эльга, 2000. – 656 с. 2. Викиданець І. В. Методи оптимізації структури капіталу підприємства [Електронний ресурс] / І. В. Викиданець. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Vdnuet/econ/2009_3/27.pdf. 3. Глущенко В. В. Оптимізація структури капіталу акціонерних товариств на основі багатокритеріального підходу як напрям удосконалення фінансово-кредитного механізму їх розвитку / В. В. Глущенко, А. В. Кравець // Проблеми економіки та управління : [збірник наукових праць]. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2012. – С. 49-56. 4. Гринкевич С. С. Фінансова стратегія управління структурою капіталу підприємства [Електронний ресурс] / С. С. Гринкевич, П. І. Салдан, І. І. Мельниченко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип.21.8. – С. 198-204. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlut/21_8/198_Gry.pdf. 5. Корж Р. В. Розвиток теорії структури капіталу / Р. В. Корж // Інвестиції: практика та досвід. – 2012. – № 13. – С. 22–25. 6. Литовченко О. Ю. Оптимізація структури капіталу як складова стратегії забезпечення фінансової безпеки підприємства [Електронний ресурс] / О. Ю. Литовченко, С. А. Макуха // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – № 29 – С. 134–136. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vetp/2010_29/10louco.pdf. 7. Самуэльсон П. Экономика. Economics [Текст] : учебное пособие : пер. с англ./ П. Самуэльсон, В. Нордхаус. – 16-е изд.. – М.; СПб.;

К.: Вільямс, 2000. – 688 с. **8. Юхименко П.** Теорії оптимізації структури капіталу підприємства та їх адаптація до українських економічних реалій / П. Юхименко, О. Загурський // Банківська справа. – 2010. – № 2/3. – С. 78–86.

Надійшла до редколегії 12.09.2013

УДК 336:330.142

Формування оптимальної структури капіталу підприємства / Головка О. Г., Шляпкіна К. О. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємств. – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 22–28. – Бібліогр.: 8 назв.

Статья посвящена исследованию проблемы оптимизации структуры капитала. Исследуются методы и критерии оптимизации структуры капитала. Автором предложен практический аспект определения оптимальной структуры капитала по критериям максимизации уровня прогнозируемой финансовой рентабельности и минимизации его стоимости.

Ключевые слова: оптимизация структуры, собственный капитал, заемный капитал.

The article investigates the problem of optimizing the capital structure. We investigate methods and criteria for optimizing the capital structure. The author proposed a practical aspect to determine the optimal capital structure according to the criteria of maximizing the level of projected financial return and minimize its cost.

Keywords: structure optimization, equity, loan capital.

УДК 681.83

Т. С. ГРАБОВИЧ, студентка, НТУ «ХПІ»

АНАЛІЗ СПРАВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

У статті досліджені основні показники функціонування харчової промисловості України, описані проблеми даної галузі та способи їх вирішення.

Ключові слова: харчова промисловість, агропромисловий комплекс України, харчова продукція

Вступ. Харчова промисловість є провідною ланкою в агропромисловому комплексі України. Вона вирішує кілька проблем: по-перше, це забезпечення населення країни продовольчими товарами, по-друге, вона визначає розвиток самого сільського господарства, і, по-третє, потужний експортний потенціал України формується, насамперед, за рахунок продукції харчової промисловості.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Науковців і фахівців харчової промисловості цікавлять різні аспекти діяльності підприємств. Дослідженню питань, пов'язаних з виробництвом харчових продуктів, присвятили свої праці Л. В. Дейнеко [1; 2], С. Кваша [3], А. О. Коваленко [2], П. Купчак [1], Т. Л. Мостенська [4], О. Сандул [5], Л. В. Старшинська [2] та інші.

Мета дослідження. Дати комплексну оцінку діяльності харчової промисловості України та визначити коло проблем даної галузі.

Виклад основного матеріалу. Харчова промисловість є одним з системоутворюючих елементів економіки України. Роль галузі в повноцінному забезпеченні населення країни продовольчими товарами, тісний зв'язок з сільським господарством, участь у формуванні експортного потенціалу визначають її стратегічне значення. Ефективна, високопродуктивна, динамічно зростаюча харчова промисловість є пріоритетом у забезпеченні економічної безпеки держави і досягненні високої національної конкурентоздатності.

За обсягом реалізованої продукції в Україні за 2012 рік виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів займає третє місце (18,1 %) після виробництва та розподілення електроенергії, газу та води (перше місце – 21,3 %) та металургійного виробництва (друге місце – 18,8 %) [6].

Всього в Україні промислове виробництво харчових продуктів на сьогодні здійснює близько 22 тисяч промислових підприємств, де зайнято майже три мільйони осіб. Асортимент продукції налічує понад 4 тисячі найменувань [4].

Основними засадами розвитку вітчизняної харчової промисловості є задоволення широкого спектру попиту споживачів. На долю продовольчих товарів припадає понад 60 % особистого споживання матеріальних благ населення.

Десятий рік поспіль галузь забезпечує високі темпи зростання випуску продукції. Галузь у цілому працює стабільно, постійно нарощує обсяги виробництва. Щодо індексів промислової продукції виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів, то за 2002-2012 роки видно, що індекс знизився (з 123,1 % у 2002 році до 103,2 % у 2012 році), але у 2012 році в порівнянні з попереднім індекс зріс на 9,2 %, що є позитивним моментом для промисловості України [6].

У структурі обсягів реалізованої промислової продукції виробництва харчових продуктів, напоїв і тютюнових виробів за 2012 рік найбільша частка припадає на виробництво олії і тваринних жирів – 18 %, виробництво напоїв – 16,9 %, виробництво м'яса і м'ясних продуктів – 13,2 %, молочної продукції – 12,7 %, консервування овочів та фруктів – 4,2 %, інших харчових продуктів (хліб і хлібобулочні вироби, цукор, виробництво какао, шоколаду тощо) – 35 % [6].

У 2012 році реалізовано продукції виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (у відпускних цінах без ПДВ і акцизу) на суму 124,8 млрд. гривень (всі інші галузі 544,2 млрд. грн.). За цим показником галузь займає одне з чільних місць і є потужним бюджетоформуєчим джерелом.

За обсягом реалізованої промислової продукції за регіонами України за 2012 рік лідером є Донецька область (19,1 %). На другому місці – Дніпропетровська область (15,6 %), третє місце – м. Київ (13,8 %). Чернігівська область, на жаль, займає незначну частку в обсязі промислової продукції України і станом на 2010 рік має лише 1,1 %.

Харчова індустрія значною мірою визначає розвиток української економіки загалом, вона виробляє майже п'яту частину загального обсягу промислового виробництва в країні, робить вагомий внесок у формування державного бюджету. Щорічно до бюджетів усіх рівнів підприємства галузі вносять понад 7 млрд. грн.

Харчова промисловість здатна забезпечити продуктами харчування внутрішній споживчий ринок, який має значний експортний потенціал.

На сьогодні харчова промисловість України вже має конкурентні на зовнішніх ринках цілі підгалузі. Це, перш за все, олійно-жировий комплекс, виробництво тютюнових виробів. Загалом, конкурентними є кондитерська, пивна, безалкогольна, лікєро-горілочна та соледобувна промисловості.

Продукція харчової промисловості України постачається до багатьох країн світу. Найактивнішими споживачами української харчової продукції серед країн СНД протягом 2012 р. були Російська Федерація, Білорусь, Казахстан. Серед країн Європейського Союзу найбільші експортери: Італія, Німеччина, Нідерланди, Іспанія, Польща.

Зовнішньоторговельний обіг основних видів продукції харчової промисловості за 12 місяців 2012 року склав 20046,2 млн. дол США, що порівняно з відповідним періодом минулого року більше на 4123,6 млн. дол США або на 25,9 відсотка. Зовнішньоторговельне сальдо позитивне і дорівнює 7349 млн. дол США.

За цей період експортовано продукції на суму 13697,6 млн. дол. США, що порівняно з минулим роком більше на 3761,7 млн. дол США або на 37,8 відсотка.

3 січня 2012 року імпортовано основних видів продукції харчової промисловості на суму 6348,6 млн. дол. США. Порівняно з відповідним періодом минулого року їх імпорт збільшився на 6,1 відсотка або на 365,5 млн. дол. США.

Україна є доволі відкритою країною, тісно інтегрованою в світову економіку, а після вступу у Всесвітню торгову організацію (ВТО) у 2008 році, фактично стала повноцінним гравцем на світовому ринку. Експортний потенціал нашої країни формується, насамперед, за рахунок продукції харчової промисловості.

Головним пріоритетом зовнішньоекономічної діяльності харчової промисловості є поступова інтеграція у світову економіку, нарощування та ефективне використання експортного потенціалу, забезпечення позитивного зовнішньоторговельного сальдо, забезпечення захищеності внутрішнього продовольчого ринку, виходячи з інтересів держави [2].

Порівняння наявних виробничих потужностей з обсягами виробництва продукції показує, що підприємства працюють з незначним завантаженням і мають можливість при зростанні попиту на внутрішньому і зовнішньому ринках і наявності сировинних ресурсів значно збільшити випуск продукції.

У структурі прямих іноземних інвестицій у виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів більшу частину складають інвестиції у виробництво напоїв – 40,45% (\$ 910 млн). Інвестиції у виробництво олії та тваринних жирів – 16,94% (\$381 200 000), а в виробництво інших харчових продуктів (хліба, хлібобулочних виробів, цукру, макаронних виробів, какао, шоколаду та цукристих кондитерських виробів) – 18,36% (\$413,2 млн).

Основним завданням галузі є насамперед оптимізація виробництва. Найближчим часом увагу необхідно сконцентрувати не на розширенні площ, а на використанні існуючих і збільшенні виробництва за рахунок його інтенсифікації. Україна займає 2 місце за площею посівів, але 10 місце по врожайності, і для того щоб досягти європейських показників, необхідно збільшити врожайність як мінімум в 1,5 рази. А цього можна досягти виключно шляхом додаткових вкладень в технологічні процеси виробництва сільськогосподарської продукції [5].

Другий напрямок розвитку – це диверсифікація виробництва. Йдеться про виробництво комбікормів. Так, наприклад, маючи 140 млн га орних земель, Європа виробляє 150 млн. т комбікормів. На Україні при наявності 29 млн га орних земель виробляється всього лише 5-6 млн. т.

Однією з основних проблем галузі вважається відсутність повноцінного наукового супроводження. Два роки не ведуться ніякі дослідження в галузі. Сьогодні необхідно звернути особливу увагу на технічну і технологічну сторону. Економіка йде після технології і техніки [3].

Було окреслено коло проблем, що існують сьогодні в харчовій промисловості, і вимагають свого рішення для подальшого розвитку галузі, це:

- одно векторної спрямованості експорту за деякими видами харчової продукції (наприклад, молочна і кондитерська);
- обмеження до доступу зовнішніх ринків збуту, цікавих і важливих для наших виробників;
- недостатня купівельна спроможність населення на внутрішньому ринку;
- недостатній рівень переробки вітчизняної продукції;
- питання якості, стандартів і контролю;
- питання дитячого харчування.

Висновок. На підставі розглянутого матеріалу можна зробити висновок, що за останні роки відбувається зростання обсягів виробництва та реалізації харчової продукції в Україні. Але, подальший розвиток цієї галузі і конкурентоспроможність вітчизняних харчових продуктів нерозривно пов'язана з модернізацією обладнання та впровадженням сучасних технологій, як результат інноваційних розробок.

Список літератури: 1. Дейнеко Л., Купчак П. Розвиток стратегічного потенціалу харчової промисловості України // Харчова і переробна промисловість: Щомісячний науково-виробничий журнал. – 2009. – №6. – С. 5–9. 2. Дейнеко Л.В., Коваленко А.О., Старшинська Л.В. Стратегія розвитку харчової промисловості України та її регіонів на період до 2015 року: Монографія / За ред. проф. Л.В. Дейнеко. – К.: РВПС України НАН України, 2011. – 212 с. 3. Кваша С. Вплив світової фінансової кризи на розвиток аграрного сектору вітчизняної економіки // Харчова і переробна промисловість: Щомісячний науково-виробничий журнал. – 2009. – №4–5. – С. 4–7. 4. Мостенська Т. Стан та перспективи розвитку ринку продовольчих товарів в Україні // Харчова і переробна промисловість: Щомісячний науково-виробничий журнал. – 2010. – №1. – С. 8–12. 5. Сандул О. Економічна стратегія галузі // Харчова і переробна промисловість: Щомісячний науково-виробничий журнал. – 2009. – №1. – С. 4–6. 6. Статистична інформація щодо основних показників соціально-економічного, демографічного розвитку України // www.ukrstat.gov.ua.

Надійшла до редколегії 20.05.2013

УДК 681.83

Аналіз справ харчової промисловості України / Грабович Т. С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 28–33. – Бібліогр.: 6 назв.

В статье исследованы основные показатели функционирования пищевой промышленности Украины, описанные проблемы данной отрасли и способы их решения.

Ключевые слова: пищевая промышленность, агропромышленный комплекс Украины, пищевая продукция.

The paper investigates the main performance indicators Ukraine's food industry, describes the problems of the industry and how to address them.

Keywords: food processing, agro-industrial complex of Ukraine, food products.

УДК 339.138

О. М. ГРИНЕНКО, студентка, НТУ «ХПІ»;

Т. С. ПІЧУГІНА, докт. екон. наук, проф., ХДУХТ, Харків.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ПИВОВАРНОЇ ГАЛУЗІ

В статті розглянуто питання формування маркетингової стратегії на підприємствах пивоварної галузі, розглянуто методологічні підходи до вимірювання ефективності маркетингової стратегії, що дає змогу підприємствам визначити на яких ринках працювати, з яким споживачем, товарну і цінову політику.

Ключові слова: маркетингова стратегія, ефективність маркетингової стратегії, пивна галузь, ринкова частка підприємства, відносна ринкова частка, темп приросту.

Вступ. Розвиток ринкової економіки в Україні обумовив стрімке зростання динамізму і диференціації ринку. З'являються нові запити споживачів, нові ринки, нова продукція. Маркетингова стратегія, безумовно, повинна реагувати на ці зміни. В той же час у науковій літературі недостатньо уваги приділено питанням оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємства, хоча саме критерії оцінки ефективності лежать в основі розробки і реалізації маркетингової стратегії. Ефективність маркетингової стратегії виступає як необхідна умова її формування та коректування.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням формування маркетингової стратегії присвячені дослідження М. Портера, В.Г. Герасимчука, І.В. Семеняк, П.Г. Перерви, Б.А. Анікіна, Р.А. Фатхуддінова, В.І. Коршунова, Є.В. Попова, А. Томпсона, А. Стрікланда, М.В. Афанасьєва. Загально філософські та прикладні проблеми управління міжнародною маркетинговою діяльністю знайшли своє відображення в працях В.І. Черенкова, Д. Дея, Ж.Ж. Ламбена, Т.М. Циганкової, Є.М. Азаряна, Г.Л. Багієвої, Н.К. Моїсєєва, В.В. Полякова. Однак, більшість розробок стосується рішення макроекономічних проблем

міжнародної торгівлі та вивчення кон'юнктури зовнішніх ринків. Разом з тим аспекти входження українського товаровиробника у сферу зовнішньоекономічної діяльності є відносно новими для вітчизняної економічної науки, залишаються недостатньо розробленими й вимагають додаткового вивчення цілого комплексу питань, пов'язаних з використанням маркетингових інструментів у рамках комплексної системи управління розвитком підприємства.

Мета дослідження та постановка проблеми. Метою статті є визначення методичних підходів до оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємств пивоварної галузі.

Наукова проблема даного дослідження полягає у відсутності методологічних підходів щодо оцінки ефективності маркетингової стратегії на підприємствах пивоварної галузі.

Виклад основного матеріалу. Однією з базових цілей підприємства (і водночас найважливішим маркетинговим показником) є підвищення ринкової частки фірми. Тому ряд маркетологів як основні критерії оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємства виділяє два показника: ринкова частка підприємства і відносна ринкова частка підприємства.

Ринкова частка підприємства – це питома вага товарів підприємства в загальній місткості даного ринку збуту. Вона визначається як співвідношення обсягу збуту товарів фірми на ринку до загального обсягу продаж на цьому ринку (до місткості ринку) і подається у відсотках.

Ринкова частка підприємства визначається за формулою:

$$РЧ_{\pi} = \frac{Q_{з.п.}}{MP} \cdot 100\%$$

де $Q_{з.п.}$ – обсяг збуту товарів підприємства на ринку;

MP – місткість ринку.

Підприємство, як правило, діє в конкурентному середовищі. Тому важливе значення в стратегічному маркетингу має показник «відносна ринкова частка». Відносна ринкова частка фірми визначається як відношення ринкової частки фірми до ринкової частки найсильнішого ринкового конкурента.

Значення показника «відносна ринкова частка» полягає в тому, що він об'єктивніше, ніж показник ринкової частки, характеризує конкурентне становище підприємства на ринку.

Відносна ринкова частка підприємства визначається за формулою:

$$BPЧ_n = \frac{PЧ_n}{PЧ_{нк}},$$

де $PЧ_{нк}$ – ринкова частка найсильнішого конкурента.

Розрахуємо для торгової марки “Сармат” ефективність його маркетингової стратегії. У якості основного конкурента виберемо бренд “Оболонь”, атака на який довгі роки намагається проводити “Сармат”.

За стратегічний період оберемо 3 роки – 2007-2010рр. Вихідні дані для розрахунків наведено в таблиці.

Таблиця – Вихідні дані для розрахунку ефективності маркетингової стратегії по відношенню до підприємств “Сармат”

Показники	“Сармат”		Найсильніший конкурент (“Оболонь”)	
	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2010 р.
Частка ринку, %	14,2	10,2	34,9	35,8
Частка доданої вартості компанії в вартості одиниці продукції, %	6	12	10	14

Місткість ринку на початок і кінець періоду склала 149,8 та 192,8 млн. дол.

1) Розрахуємо середній темп приросту ринкової частки торгової марки “Сармат”:

$$\overline{TP}_{PЧ_{Сармат}} = \sqrt[3]{\frac{10,2}{14,2}} = 0,89.$$

2) Визначається середній темп приросту місткості ринку:

$$\overline{TP}_{MP_{Сармат}} = \sqrt[3]{\frac{192,8}{149,8}} = 1,09.$$

3) Визначається середній темп приросту ринкової частки найсильнішого конкурента (“Оболонь”):

$$\overline{TP}_{PЧ_{Оболонь}} = \sqrt[3]{\frac{35,8}{34,9}} = 1,01.$$

4) Визначається середній темп приросту доданої вартості торгової марки “Сармат”:

$$\overline{\text{ТП}}_{\text{ДВСармат}} = \sqrt[3]{\frac{12}{6}} = 1,25.$$

5) Визначається середній темп приросту доданої вартості торгової марки – найсильнішого конкурента (“Оболонь”):

$$\overline{\text{ТП}}_{\text{ДВОболонь}} = \sqrt[3]{\frac{14}{10,2}} = 1,12.$$

6) Розраховується узагальнюючий показник оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємства:

$$\overline{\text{УП}}_{\text{МССармат}} = \frac{0,89}{1,09} \times \frac{0,89}{1,01} \times \frac{1,25}{1,12} = 0,8.$$

Значення узагальнюючого показника оцінки ефективності маркетингової стратегії підприємства $0,8(\text{УП}_{\text{МС}} < 1)$ говорить про те, що маркетингова стратегія групи “Сармат” була не ефективною.

Висновок. В основі реалізації стратегічного маркетингового планування лежить розробка та оцінка ефективності маркетингової стратегії. Ефективність маркетингової стратегії виступає як необхідна умова її формування. Її вирішення пов’язане з такими найважливішими практичними та науковими задачами, як підвищення ефективності функціонування підприємств, забезпечення їхньої конкурентоспроможності, обґрунтування ефективності маркетингової стратегії.

Оцінити ефективність маркетингової стратегії дали можливість використання методів аналізу документів, системного та статистичного аналізу. Використовуючи показники місткості ринку, частки ринку та частки доданої вартості компанії в вартості одиниці продукції було розраховано ефективність маркетингової стратегії групи «Сармат» і виявлено, що вона не є ефективною.

Список літератури: 1. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление. 6-е изд. – СПб.: Питер, 2002. – 544 с. 2. Дей Дж. Стратегический маркетинг. – М.: ЭКСМО-Прес, 2002. – 215 с. 3. Дзигач А.А. Стратегия конкурентного поведения в системе стратегического маркетинга // Маркетинг и реклама. – 2006 – № 7 – 8. – С. 33 – 37. 4. Кендюхов О.В., Димитрова С.М. Оцінка ефективності маркетингової стратегії підприємства // Економіка та право. – 2004. -№2. – С. 98 – 102. 5. Котлер Ф. Маркетинг в третьем тысячелетии: как создать, завоевать и удержать рынок / Пер. с англ. В.А.Гольдича, И.А.Оганесовой; Наук. ред. и авт. вступление Б.А. Соловьев – М.: ООО „Издательство АСТ”, 2000. – 272 с. 6. Котлер Ф. Маркетинг. Менеджмент/ Пер. с англ. под ред. О.А. Третьяк, Л.А. Волковой, Ю. Н. Каптуревского. – СПб: Изд-во „Питер”, 1999. – 896 с. 7. Стрий Л.О. Маркетингове управління на рубежі ХХІ століття: системне дослідження / Монографія. – Одеса: Астропринт, 2000. – 304 с. 8. Чернишова С.В. Маркетинг відносин в системі управління підприємством: теоретичний аспект [Електронний ресурс]. – Доступ. – www.rusnauka.com.

Надійшла до редколегії 22.07.2013

УДК 339.138

Оцінка ефективності маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності на підприємствах пивоварної галузі / Гриненко О. М., Пічугіна Т. С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 32–37. – Бібліогр.: 8 назв.

В статье рассмотрен вопрос формирования маркетинговой стратегии на предприятиях пивной отрасли, рассмотрено методологические подходы к измерению эффективности маркетинговой стратегии, что дает возможность предприятиям определить на каких рынках работать, с какими потребителями, товарную и ценовую политику.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, эффективность маркетинговой стратегии, пивная отрасль, рыночная доля предприятия, относительная рыночная доля, темп прироста.

In this article the issue of forming a marketing strategy in the beer sector enterprises, the methodological approaches to measuring the effectiveness of marketing strategy that enables businesses to determine which markets work, what the consumers, product and pricing policies.

Keywords: marketing strategy, the effectiveness of the marketing strategy, the beer industry, the market share of the company, the relative market share, growth rate.

УДК 336.748.3

А. А. ДОРОШЕНКО, докт экон. наук, доц., ХИФ УГУФМТ, Харьков

ИНСТРУМЕНТЫ УПРАВЛЕНИЯ ВАЛЮТНЫМИ РИСКАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ НЕФИНАНСОВОГО СЕКТОРА

Неопределенность валютного курса в будущем может стать причиной значительных денежных потерь любого субъекта хозяйствования (предприятия, компании, банка), вероятность этого отражается понятием «валютный риск». Причиной валютных рисков может стать изменение как политических так и экономических факторов. В современных условиях валютные риски влияют на результаты хозяйственной деятельности многих учреждений, даже если их деятельность прямо не связана с осуществлением внешнеэкономических операций. Учитывая это особое значение, приобретает поиск методов управления валютно-конверсионными рисками предприятий с целью снижения вероятных денежных расходов или уклонения от рискованной ситуации в случае неблагоприятных колебаний валютного курса.

Ключевые слова: валютный риск, стратегия управления, хеджирование, внутренние и внешние инструменты, предприятие, срочные сделки.

Введение. Функционирование предприятия связано с огромным количеством рисков, степень влияния которых на результаты деятельности и уровень финансовой безопасности существенно возрастает на современном этапе развития мировой экономики, который характеризуется глобализацией и регионализацией всех процессов. Риски, которые непосредственно связаны с производственно-хозяйственной деятельностью предприятий, принято называть – коммерческими. Особое место среди них занимают валютные риски. Валютный риск представляет собой опасность валютных потерь в результате изменения курса валюты цены контракта (кредита) относительно валюты

платежа в период между подписанием внешнеторгового или кредитного соглашения и осуществлением платежа по нему [1, с. 162]. В основе валютного риска лежит изменение реальной стоимости денежного обязательства в определенный период.

Отечественные предприятия не имеют такого опыта управления валютными рисками, который на протяжении последних 40 лет, начиная с момента перехода к системе плавающих валютных курсов, активно формировался иностранными компаниями. Сначала управление валютным риском применялось на уровне отдельных подразделений транснациональных компаний с целью сокращения расходов, которые возникают в результате колебания валютных курсов. На текущий момент распространение приобрело как кратко-, так и долгосрочное управление валютными рисками в масштабах всей организации, имеющей поступления и расходы в различных валютах, с применением финансовых и нефинансовых стратегий хеджирования. При этом, главное задание управления валютными рисками сводится к сочетанию двух противоположных требований: снижение рисков от неблагоприятных колебаний валютных курсов и получение прибыли в результате их благоприятных изменений. В связи с этим, возникает необходимость формирования стратегии и активного использования инструментов управления рисками, сопровождающими такие операции. Именно этой проблеме посвящена статья.

Анализ последних исследований и литературы. Крупнейшие экспортеры и импортеры начали использовать инструменты управления валютными рисками в начале 70-х годов. Однако на текущий момент амплитуда колебаний валютных курсов имеет настолько разрушительный и непредсказуемый характер, что одноразовые, ситуативные мероприятия не дают необходимого эффекта. Поэтому сформировалась целая система управления валютными рисками, которая включает специальные институты, инструменты, методы. Кроме этого, валютные операции не ограничиваются внешнеэкономической деятельностью, и распространяются на значительную часть всех операций хозяйствующих субъектов. В соответствии с отечественным законодательством, к валютным операциям относят:

- операции, связанные с переходом права собственности на валютные ценности, за исключением операций, которые осуществляются между резидентами в валюте Украины;
- операции, связанные с использованием валютных ценностей в международном обращении как средства платежа, с передачей задолженностей и других обязательств, предметом которых являются валютные ценности;
- операции, связанные с ввозом, переводом и пересылкой на территорию Украины и вывозом, переводом и пересылкой за ее границы валютных ценностей [2].

Из-за огромного перечня факторов, которые влияют на эффективность валютных операций предприятий, они считаются одними из наиболее рискованных видов хозяйственных операций.

Поскольку западные предприятия раньше стали формировать системы управления валютными рисками, то этому вопросу посвящены работы многих ведущих ученых-экономистов: Ю.Ф. Бригхэм, Д. Джеймс, Е. Дж. Долан, Г.М. Мейер, К.Д. Кемпбелл, П.Х. Линдерт, Г. Шоуп, в которых достаточно полно разработаны концептуальные основы риск-менеджмента, в том числе в сфере валютных операций. Среди отечественных экономистов в этом напрямую выделяются работы таких ученых как В.В. Боровик, Ю.В. Василенко, А.С. Гальчинский, В.П. Гетман, Н.И. Дидкивский, А.И. Дробязко, З.О. Луцишин, В.И. Мищенко, С.Ю. Михайличенко, С.В. Науменкова, И.О. Степаненко, В.М. Сутормина, В.М. Федосов. Но эти исследования раскрывают вопрос управления валютными рисками преимущественно на макроэкономическом уровне или в рамках банковской системы.

Цель исследования, постановка проблемы. Ввиду недостаточного уровня разработанности этого вопроса на уровне предприятия, необходимо детальнее исследовать и систематизировать имеющиеся результаты с целью правильной организации системы риск-менеджмента в сфере валютных операций хозяйствующих субъектов. Исходя из этого, целью работы является разработка рекомендаций к построению эффективной системы применения инструментов управления валютными рисками предприятия.

Материалы исследования. Риск валютных операций – наиболее распространенный вид риска, который возникает в результате неблагоприятных

изменений валютного курса на протяжении периода, на который заключено коммерческое соглашение, и периода осуществления платежей в иностранной валюте [3, с. 242].

В связи с распространенностью валютных рисков и весомостью их влияния на финансовые результаты деятельности предприятий, существует множество подходов к их классификации. Исходя из поставленной в работе цели, будем использовать классификацию, предложенную Д. Джеймс. В соответствии с ней, валютные риски предприятия можно разложить на валютно-курсовой риск и риск страны. Риск страны – это риск влияния внешней среды неэкономичного характера, его составляющими являются: политический риск (смена правительства) и риск валютного контроля (запрет ввоза и вывоза валюты, на репатриацию прибыли и финансовых активов, «замораживание» средств, которые размещены на вкладных и депозитных счетах, установление по ним отрицательной процентной ставки). Валютно-курсовой риск, тоже является неоднородным по своему составу и включает: бухгалтерский риск (транзакционный), а также валютно-экономический риск. Бухгалтерский риск – это риск, влияющий на нетто-стоимость активов и пассивов в связи с изменением валютных курсов, что вынуждает субъектов экономической деятельности проводить переоценку своей учетно-балансовой позиции в иностранной валюте. Валютно-экономический риск – это риск, связанный с тем, что под воздействием изменений валютных курсов меняется конъюнктура рынка и, как следствие, изменяются конкурентные позиции предприятия [4, с. 193-197]. В рамках этой работы, основное внимание будет уделено инструментам управления именно валютно-курсовым риском.

Результаты исследования. Управление валютными рисками предприятия представляет собой процесс предвидения и нейтрализации их негативных финансовых последствий, связанных с их идентификацией, оценкой, профилактикой и страхованием [5, с. 142]. Учитывая это целесообразно, чтобы стратегия управления валютными рисками предприятия включала следующие этапы:

1. Идентификация отдельных видов валютных рисков, предусматривает их распределение на внешние и внутренние, систематические и несистематические. При этом осуществляется их детальное описание с определением внутренних или внешних источников возникновения. Такое

деление в дальнейшем будет определять степень внимания к ним и вид применяемых инструментов хеджирования.

2. Выбор и использование соответствующих методов оценки вероятности наступления рисков по отдельным видам валютных рисков. Выбору методов прогнозирования наступления рисков должен предшествовать анализ достаточности и достоверности имеющейся базы данных и уровня компетенции специалистов, которые будут производить такую оценку.

3. Анализ валютных рисков, который включает: анализ последствий наступления рисков; анализ и выбор инструментов, которые могут использоваться на предприятии с целью минимизации риска, с учетом уровня управляемости и корреляционных связей между отдельными видами валютных рисков и применяемыми инструментами.

4. Установление предельно допустимого уровня валютных рисков, т.е. такого размера возможных убытков или недополученной прибыли, достижение которого требует автоматического применения определенного набора инструментов.

5. Выбор конкретных форм управления (принятие, избежание, передача) и видов инструментов нейтрализации негативных последствий отдельных видов валютных рисков при их принятии.

6. Оценка последствий применения выбранного инструмента управления риском по показателям: уровень нейтрализации возможных финансовых потерь; экономичность нейтрализации.

Инструменты управления валютным риском – это конкретные действия, направленные на управление и/или минимизацию рисков предприятия, возникающих при проведении валютных операций. Их классификация в научной литературе представлена достаточно широко, при этом наиболее распространенной является следующая:

- контрактные инструменты (контрактные оговорки, банковские гарантии);
- классические платежные инструменты (аккредитив, вексель);
- финансовые инструменты (фьючерсы, опционы, форвардные контракты, свопы);

- институционные инструменты (страхование экспортных контрактов, финансирования импорта под гарантии иностранных агентств) [6, с. 141-142].

Но в рамках формирования стратегии риск-менеджмента на предприятии целесообразнее разделить инструменты управления валютными рисками на внешние и внутренние.

К внутренним методам управления валютными рисками относят, те которые предприятие может использовать самостоятельно, не вступая в дополнительные договорные отношения с другими учреждениями. К ним относят:

- Ускорение или замедление платежей в иностранной валюте, которое так же может называться, «опережения и отставания», и состоит в изменении сроков осуществления расчетов. Такой инструмент применяется в ожидании резких изменений курсов валюты цены или валюты платежа, а также распространяется на ускорение или замедление репатриации прибыли, погашения тела кредита и процентов по нему, выплаты доходов и дивидендов; регулирование получателем инвалютных средств сроков конверсии поступлений в национальную валюту. Возможность использования подобного метода обусловлена наличием соответствующих договоренностей во внешнеэкономическом контракте.

- Одним из основных элементов административного управления валютными рисками является установление лимитов на валютные операции в разрезе определенных контрагентов, размера предоставленного коммерческого кредита, используемых форм расчетов.

- Выбор в качестве валюты цены и валюты платежа различных валют, эффективность этого инструмента обусловлена небольшой вероятностью одновременного и одинакового изменения курсов разных валют. При этом в контракте может быть зафиксирован способ расчета курса пересчета валюты цены в валюту платежа. Если способ не указан, то в качестве курса пересчета используют средний курс между курсами покупки и продажи на момент открытия и закрытия валютного рынка в стране плательщика, что тоже может снизить уровень валютно-курсового риска.

- Если валюта цены контракта совпадает с валютой платежа, то можно использовать валютные оговорки (одновалютные и мультивалютные) [7, с.1240]. Валютная оговорка – условие в международном торговом, финансовом

или кредитном соглашении, которое предусматривает пересмотр суммы платежа пропорционально изменению курса валюты платежа или валюты цены относительно курса валюты оговорки. Оговорки используют с целью страхования контрагентов от риска обесценивания валюты. Для более надежной защиты интересов импортера и экспортера на практике получили распространение мультивалютные оговорки. Мультивалютные оговорки – условие в международном контракте, которое обуславливает пересмотр суммы платежа пропорционально изменению курса валюты платежа к курсу корзины валют, которые предварительно выбираются сторонами.

- Выбор условий расчета: наличный (по факту получении товара или товарораспорядительных документов, в кредит (с отсрочкой платежа или на условии оплаты авансом) и форм платежа: банковский перевод, аккредитив, инкассо, открытый счет.

- Перемещение риска – организация всех контрактов в домашней валюте компании, когда весь транзакционный риск переносится на иностранного контрагента.

- Создание Центров пересчета – отдельной структуры компании, которая управляет всеми внутрифирменными операциями. Использование таких центров формирует три основных преимущества: централизованное управление всеми транзакционными рисками; возможность устанавливать цены на товары в иностранной валюте и тем самым облегчать процесс бюджетирования в иностранных структурах компании; оптимальное управление внутрифирменными денежными потоками [8, с. 257].

Использование внешних инструментов предусматривает привлечение к выполнению соглашения сторонних организаций (посредников денежного рынка). К этой группе можно отнести:

- форвардные, фьючерские и опционные контракты, базовым активом которых является иностранная валюта;

- соглашение СВОП, которое означает обмен одной валюты на другую на определенный период времени и представляет собой комбинацию кассовой сделки – спот и срочной – форвард;

- хеджирование валютных рисков с использованием производных финансовых инструментов финансовые фьючерсы и финансовые опционы

(опțiuni с ценними бумагами), соглашеніе о будущей процентной ставке, выпуск ценных бумаг с дополнительными страховыми условиями и тому подобное.

Однако окончательный выбор инструментов управления валютными рисками должен опираться на сравнение расходов по его применению к возможной величине убытков при наступлении валютных рисков.

Выводы. Использование инструментов управления валютными рисками не только дает возможность предприятию уменьшить убытки от кризисных явлений, но и содействует последующему развитию предприятия, получению прогнозируемой прибыли. Вместе с тем, расходы предприятия по нейтрализации валютных рисков не должны превышать суммы возможных финансовых потерь при наступлении рисковогo случая, даже с учетом наивысшей степени вероятности его наступления. Критерия экономичности управления рисками должны придерживаться менеджеры предприятия при использовании как внутренних, так и внешних инструментов управления валютными рисками.

Список літератури: 1. Демчук Т.П. Аналіз ризиків при здійсненні підприємствами валютних операцій / Т.П. Демчук // Економічні науки. Серія «Облік і фінанси» – 2009. – № 6 (24). – Ч. 2. – С.159-167. 2. Декрет КМУ «Про систему валютного регулювання і валютного контролю» від 19.02.93 р. №15-93 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/15-93> 3. Зарипов И.А. Валютный риск : оценка и методы управления / И.А. Зарипов, А.В. Мазанов, А.В. Петров – М. : Современ. экономика и право, 2004. – 461 с. 4. James Jessica. Currency Management / Jessica James, – Incisive Financial Publishing Limited, Haymarket House, 2012. – 413 с. 5. Іващенко О.А. Фінансові інструменти управління економічними ризиками / О.А.Іващенко // Зовнішня торгівля: право та економіка. – 2009. – № 2 (25). – С. 141-147. 6. Міщенко В.І., Ющенко В.А. Управління валютними ризиками: Навчальний посібник / В.І.Міщенко, В.А.Ющенко, – К.: Товариство «Знання», КОО, 1998. – 444 с. 7. Brown G. W. How Firms Should Hedge / Gregory W. Brown , Klaus Bjerre Toft // Review of Financial Studies – vol. 15(4). – Oxford: University Press for Society for Financial Studies, 2002. – P. 1283-1324. 8. Shoup Gary. Currency Risk Management: A Handbook for Financial Managers, Brokers, and Their Consultants / Gary Shoup , Amacom. American Management Association 1601 New York, 2012. – 639 p.

Надійшла до редколегії 25.06.2013

УДК 336.748.3

Инструменты управления валютными рисками предприятий нефинансового сектора / Дорошенко А. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 37–45. – Бібліогр.: 8 назв.

Невизначеність валютного курсу у майбутньому через постійні зміни можуть стати причиною значних грошових втрат будь-якого суб'єкта господарювання (підприємства, компанії, банку), імовірність цього відображає поняття “валютний ризик”. Причиною валютних ризиків може стати як зміна політичних так і економічних чинників. В сучасних умовах валютні ризики впливають на результати господарської діяльності багатьох підприємств, навіть якщо вони не здійснюють зовнішньоекономічні операції. З огляду на це особливого значення набуває пошук ефективних

інструментів управління валютно-конверсійними ризиками підприємств з метою зниження або уникнення імовірних грошових витрат у разі несприятливих коливань валютного курсу.

Ключові слова: валютний ризик, стратегія управління, хеджування, внутрішні і зовнішні інструменти, підприємство, строкові угоди.

Due to globalization tendency of the world economy, activities of any company in any form involve a great number of risks. However, their significant increase is typical for companies carrying out foreign economic activity as they are affected not only by internal environment factors, but also by external ones. The strategy of managing currency risks should comprise the following elements: taking all possible measures to avoid risks which lead to significant losses; controlling the risk and minimizing amounts of eventual losses if it is impossible to completely avoid it, assigning the currency risk in case it is impossible to avoid it. After assessing the risk probability, degree, and value, the company selects the appropriate method of minimizing the currency risk. In routine management of foreign economic activity such methods are normally subdivided into “internal” and “external”. The former are measures to avert the emergence of risk and are thus preventive in nature. The “external” methods mainly affect not the process of emergence of risk, but its consequences by way of their elimination.

Keywords: currency risk, management, minimization, hedging, strategy

УДК 336.2

В. В. ИВАНИЧЕНКО, канд. экон. наук, доц., ХГУ «НУА», Харьков

НАПРАВЛЕНИЯ СБЛИЖЕНИЯ БУХГАЛТЕРСКОГО И НАЛОГОВОГО УЧЕТА В УКРАИНЕ

В статье рассмотрены подсистемы бухгалтерского и налогового учета, установлены направления их сближения. Проанализировано законодательное регулирование налоговых разниц и предложена разработка общей учетной политики для целей налогообложения и бухгалтерского учета.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, налоговый учет, доходы, расходы, прибыль, налоговые разницы.

Постановка проблемы. Одним из важнейших элементов, способствующих совершенствованию управления организацией, повышению эффективности производства и получению максимальной прибыли является анализ внутренней информации, полученной на основе данных бухгалтерского и налогового учета.

Бухгалтерский и налоговый учет – разные подсистемы, которые непосредственно связаны друг с другом и являются единым целым в структуре управления предприятием. Возникновение и развитие подсистем бухгалтерского и налогового учета произошло относительно независимо друг от друга, под воздействием разных экономических и политических реалий. Если причиной возникновения налогового учета стала возрастающая роль государства в жизни общества, то причиной возникновения бухгалтерского учета была хозяйственная деятельность. Бухгалтерский учет преследует цель предоставления достоверной информации о финансовом положении

предприятия для потенциального инвестора, налоговый учет выполняет фискальные и регуляторные функции государства [1]. Поэтому определенные расхождения между указанными системами учета будут существовать всегда.

Существующая система налогового учета не позволяет оценить влияние отдельных элементов и статей доходов (расходов) на величину отклонения налогооблагаемой прибыли от учетной. Отсутствие четкой возможности установить взаимосвязь налоговой и бухгалтерской прибыли не позволяет инвесторам оценить влияние налоговой составляющей на финансовый результат деятельности организации. Стремление минимизировать либо совсем упразднить отличие бухгалтерской и налоговой прибыли вызывало в Украине проблему сближения бухгалтерского и налогового учета, или проблему их унификации.

Анализ последних исследований и публикаций. В исследованиях, проводимых в этом направлении, доказывается, что необходимо усовершенствовать нормативную базу бухгалтерского учета или налоговое законодательство, или и то и другое одновременно с целью установления единых подходов к признанию и оценке расходов и доходов, активов и обязательств в расчете бухгалтерской и налоговой прибыли. Основные теоретические положения исследуемой проблемы разрабатывались в трудах таких ученых, как Ю. Иванов, Ф. Бутынец, М. Демьяненко, М. Лучко, В. Пархоменко, П. Мельник и др.

Цель статьи. Главной целью исследования является анализ современного состояния взаимодействия бухгалтерского и налогового учета на примере учета налоговых разниц, возникающих в деятельности предприятий. Достижение поставленной цели требует решения ряда задач, среди которых анализ действующего в Украине законодательства, законопроектов; установление направлений сближения и усовершенствования указанных видов учета.

Изложение основного материала. Некоторые исследователи не видят проблемы в несовпадении бухгалтерской и налоговой прибыли и предлагают вообще две автономные системы учета – бухгалтерский и налоговый учет. При таком подходе создание системы налогового учета объясняют тем, что международные стандарты бухгалтерского учета предусматривают исчисление прибыли лишь для составления финансовой отчетности [2].

Регулирующая функция является одной из главных функций налогов, которая позволяет осуществлять такой принцип налоговой системы, как справедливое распределение налоговой нагрузки между субъектами хозяйствования с учетом соблюдения интересов государства [3]. При этом государство в лице налоговой службы стремится собрать определенную сумму средств в виде налога на прибыль субъектов хозяйствования, то есть его интересует достоверность исчисления объекта налогообложения.

Достоверность расчета налоговой прибыли характеризуется тремя факторами: 1) соблюдением налогового законодательства относительно состава доходов и расходов субъекта хозяйствования; 2) соблюдением налогового законодательства при расчете налоговой базы доходов, расходов, активов и обязательств субъекта хозяйствования; 3) объективностью информационной базы, по данным которой составляется декларация по налогу на прибыль.

В Украине было утверждено Положение бухгалтерского учета «Налоговые разницы» (приказ Минфина от 25.01.2011 г. № 27, действующий с 01.01.2012 г.) – далее ПБУ № 27. Положение определяет методологические основы формирования в бухгалтерском учете информации о налоговых разницах и ее раскрытия в финансовой отчетности. ПБУ № 27 уже успел подвергнуться критике со стороны многих независимых специалистов за то, что в его основе лежит крайне неэффективный и запрещенный к применению международными стандартами метод определения налоговых разниц по доходам и расходам. Кроме того, ПБУ № 27 стандартизирует не собственно финансовую отчетность, а сугубо процедурные алгоритмы внутреннего учета предприятий. Причем в таком неоднозначном сегменте, как налогообложение.

Что же такое налоговые разницы согласно ПБУ № 27? Согласно п. 3 ст. 1 ПБУ № 27 налоговая разница – это разница, возникающая между оценкой и критериями признания доходов, расходов, активов, обязательств по положениям (стандартам) бухгалтерского учета и доходами и расходами, определенными налоговым законодательством, то есть разница между показателями бухгалтерского и налогового учета. Такое же определение содержится и в Налоговом кодексе Украины (далее – НКУ). Налоговые разницы могут быть постоянные и временные. Согласно п. 1 ст. 2 ПБУ № 27 при определении налоговой прибыли (убытка) отчетного периода по данным

бухгалтерского учета финансовый результат до налогообложения, который определен путем сравнения доходов отчетного периода с расходами, которые были осуществлены для получения этих доходов, которые признаны и оценены в соответствии с положениями (стандартами) бухгалтерского учета, корректируется на сумму постоянных налоговых разниц и часть суммы временных разниц, принадлежащих к отчетному периоду. Согласно п. 9 ст. 2 ПБУ № 27 информация о временных и постоянных налоговых разницах накапливается в регистрах бухгалтерского учета, в том числе путем выделения отдельных граф для их отражения (по соответствующей классификации – временная или постоянная) или другим способом, обеспечивающим ее регистрацию и накопление для раскрытия в финансовой отчетности. Это единственное требование, содержащееся в ПБУ № 27. Поскольку Министерство финансов Украины еще не разработало рекомендаций относительно учета налоговых разниц, по мнению некоторых экспертов, не известно, как этот учет вести.

С 1 января 2013 года вступил в силу абзац третий пункта 46.2 статьи 46 НКУ [4], согласно которому в составе финансовой отчетности налогоплательщик указывает временные и постоянные налоговые разницы по форме, установленной центральным органом исполнительной власти, обеспечивающим формирование государственной финансовой политики.

Одним из преимуществ НКУ является приближение налогового учета к бухгалтерскому, лишь приближение, а не унификация. Поэтому бухгалтеры и далее вычисляют бухгалтерские расходы (себестоимость) и налоговые расходы. При этом появился и третий вид учета.

Таким образом, с учетом действующего законодательства мы имеем:

1) постоянные и временные налоговые разницы, о величине которых следует отчитываться. Это и есть третий вид учета, ведь согласно пп. 17.1.12 НКУ плательщик налога на прибыль должен вести учет временных и постоянных налоговых разниц, и использовать его данные для составления декларации по налогу на прибыль;

2) вместе с налоговой отчетностью следует подавать и финансовую отчетность (при унификации учета финансовая отчетность была бы лишней);

3) в Украине до сих пор нет четкой методики расчета бухгалтерской себестоимости, в частности нет соответствующих П(С)БУ, не действует

постановление Кабинета Министров Украины от 26.04.1996 г. № 473 «Об утверждении Типового положения по планированию, учету и калькуляции себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности». Остаются только Методические рекомендации по формированию себестоимости продукции (работ, услуг) в промышленности, утвержденные приказом Министерства промышленной политики Украины от 09.07.2007 г. № 373;

4) в налоговую себестоимость относится то, что никогда не войдет в бухгалтерскую (пп. 140.1.8 НКУ).

Для Украины наиболее рациональным представляется вариант формирования налогооблагаемой базы путем корректировки финансовой прибыли на суммы доходов и расходов, которые используются в целях налогообложения. В этой связи Министерством доходов и сборов Украины разработан проект Закона Украины «О внесении изменений в Налоговый кодекс Украины» от 27.05.2013 г., который оно разместило на своем официальном web-сайте (www.minrd.gov.ua). Данным проектом предлагается целый ряд новшеств, которые, как отмечают его авторы, должны обеспечить сближение бухгалтерского и налогового учета в Украине. В частности, изменениями предлагается исключить понятия «налоговая разница» и «временная налоговая разница», а термин «постоянная налоговая разница» заменить понятием «налоговые корректировки» – суммы, на которые увеличивается или уменьшается финансовый результат до налогообложения, определенный по правилам бухгалтерского учета, с целью определения объекта обложения налогом на прибыль.

Кроме того, ст. 139 Законопроекта предлагается ввести налоговые корректировки в виде сумм расходов, не связанных с ведением хозяйственной деятельности, и сумм расходов, которые учитываются при исчислении объекта налогообложения с учетом определенных ограничений. Принятие указанного регуляторного акта позволит унифицировать и упростить отчетность по налогу на прибыль путем построения ее на основе финансовой отчетности. В случае принятия Законопроекта должна разрешиться проблема определения прибыли для разных целей по отдельным правилам ее расчета. Законопроектом предусматривается применение для определения суммы налогов данных

финансовой отчетности, а также применение к финансовому результату предприятия корректировки в сторону увеличения/уменьшения.

Принимаемые изменения и дополнения в НКУ, П(С)БУ и другие нормативные акты бухгалтерского и налогового законодательства существенно сближают правила признания доходов и расходов в налоговом и бухгалтерском учете и вносят существенный вклад в интеграцию этих видов учета. Однако и после этих изменений остаются существенные и не всегда оправданные различия в правилах формирования одной и той же информации для целей налогообложения и для ее отражения в системе бухгалтерского учета, продолжается параллельное ведение бухгалтерского и налогового учета, отвлекающее значительные силы учетных работников. Чем больше правила налогового учета соответствуют правилам бухгалтерского учета, тем проще подготовка налоговых деклараций, расчет налогового обязательства, а также налоговое администрирование. Конечно, всегда будут существовать некоторые различия, поскольку налоговые правила отражают приоритеты налоговой политики, а правила бухгалтерского учета служат для измерения экономического благосостояния организации.

Выводы. В результате проведенного исследования выделены основные характеристики учета налоговых разниц, их регулирование на уровне действующего и перспективного законодательства, а также определены направления сближения правил налогового и бухгалтерского учета, заключающиеся в совершенствовании нормативно-законодательной базы и дальнейшей разработке методического обеспечения учета налоговых разниц.

Одним из главных рычагов создания единой системы налогового и бухгалтерского учета может являться разработка общей учетной политики для целей налогообложения и бухгалтерского учета. При этом наиболее целесообразным будет построить учетную политику для целей налогового учета на основе учетной политики для целей бухгалтерского учета. Следует отметить, что необходима также оценка корректности и целесообразности внедрения механизма налоговых разниц, его надежности, научной доказуемости и практической ценности [5].

Перспективы дальнейших исследований. Вместе с тем, требуется проведение дополнительных исследований в сфере выработки рекомендаций по практической организации взаимосвязи налогового и бухгалтерского учета на

предприятия, процедур их внутреннего контроля на различных этапах формирования налогооблагаемой базы по налогу на прибыль.

Список литературы: 1. Податкова політика України : навч. посіб. / П. В. Мельник, З. С. Варналій, Л. Л. Тарангул [та ін.] ; за ред. П. В. Мельника. – К. : Знання України, 2011. – 505 с. 2. *Ловинская Л.* Расчет налоговых разниц по данным бухгалтерского учета [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consult.kharkov.ua/?page=article_show&article_id=911. 3. *Литвиненко Я. В.* Удосконалення регулювання податку на прибуток у сучасних умовах розвитку економіки України / Я. В. Литвиненко // Бизнес Информ. – 2012. – № 5. – С. 207 – 209. 4. *Налоговый кодекс Украины* [Текст] : изм. – 2013. – Х. : Фактор, 2013. – 623 с. 5. *Малишкін О. І.* Механізм податкових різниць з податку на прибуток: крок уперед чи назад ? / О. І. Малишкін // Реформування податкової системи України відповідно до європейських стандартів: зб. матер. наук.-практ. конференції, 18 грудня 2012 р. / Держ. подат. Служба України, Нац. унів. ДПС України, Наук.-досл. центр з проблем оподатк. – Ірпінь, 2012. – С. 231–235.

Надійшла до редколегії 15.06.2013 р.

УДК 336.2

Направления сближения бухгалтерского и налогового учета в Украине / Иваниченко В. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 45–51. – Бібліогр.: 5 назв.

У статті розглянуті підсистеми бухгалтерського та податкового обліку, встановлені напрями їх зближення. Проаналізовано законодавче регулювання податкових різниць та запропонована розробка загальної облікової політики для цілей оподаткування та бухгалтерського обліку.

Ключові слова: бухгалтерський облік, податковий облік, доходи, витрати, прибуток, податкові різниці.

The article considers subsystems of accounting and taxation, set directions of their convergence. Analyzed the legislative regulation of tax differences and proposed development of a common accounting policy for taxation and accounting.

Keywords: accounting, tax accounting, revenues, expenses, profit, tax differences.

УДК 351.863

І. В. ЖУРАВЛЬОВА, канд. екон. наук, проф., ХНЕУ, Харків;
С. В. ЛЕЛЮК, аспірантка, ХНЕУ, Харків.

МОРФОЛОГІЧНИЙ АНАЛІЗ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТА ПІДПРИЄМНИЦТВА

Проводиться дослідження суті поняття фінансової безпеки на основі використання морфологічного аналізу. Проведено аналіз існуючих визначень фінансової безпеки. Виділено їх ключові ознаки. Досліджено міру подібності існуючих трактувань за відображенням елементів фінансової безпеки суб'єктів підприємництва. На підґрунті морфологічного аналізу виведено та запропоноване уточнене визначення сутності фінансової безпеки суб'єкта підприємництва.

Ключові слова: фінансова безпека, морфологічний аналіз, міра подібності, ключові характеристики, морфологічні параметри

Вступ. Тенденції сучасного економічного розвитку та затяжна фінансова криза зумовили проведення низки досліджень присвячених питанням

фінансової безпеки. Багато наукових доробків вчених мають на меті вивчення сутності поняття «фінансова безпека» на підґрунті використання низки методичних інструментів та методологічних підходів.

Аналіз основних досягнень і літератури. Теоретико-методичні аспекти фінансової безпеки підприємства, її оцінки та особливості управління досліджували в своїх роботах як вітчизняні науковці: Арєф'єва О.В. [1], Бланк І.О. [2], Горячева К.С. [3], Єрмошенко А.М. [4], Каркавчук В.В. [5], Кім Ю.Г. [6], Кузенко Т.Б. [1], Кучеренко О.О. [7], Мунтіян В.І. [8], Орлова В.В. [9], Петренко Л.М. [10], Пластун О.Л. [11], Погосова М.Ю. [12], Приказюк О.В. [13], так і закордонні вчені: Папєхін Р.С. [14], Шахлаков Т.І., Z.-S. Liu, D. Zhang [15], W. Xiaohong, W. Guanxiong [16] та ін.. В їх працях розкриті питання сутності, методів і моделей забезпечення фінансової безпеки. Віддаючи належне здобутками науковців, присвячених цій тематиці, разом із тим слід відзначити відсутність до теперішнього часу єдності методологічного підґрунтя фінансової безпеки, яке базується на двох теоретичних концепціях – розгляді фінансової безпеки як певної характеристики системи та як певного її стану [17]. Це потребує проведення подальших наукових досліджень в цьому напрямку.

Мета дослідження, постановка задачі. Тому метою статті є уточнення такого багатоаспектного, багатовимірного поняття як «фінансова безпека» на підґрунті виявлення найбільш повного трактування її сутності з використанням морфологічного аналізу. Для досягнення поставленої мети в дослідженні були вирішені наступні завдання: аналіз ключових характеристик фінансової безпеки; виявлення подібностей існуючих визначень даного поняття; виділення найбільш істотних ознак та уточнення поняття фінансової безпеки суб'єктів підприємництва на підґрунті формування його найбільш змістовного визначення.

Матеріали досліджень. Сутність поняття «фінансова безпека» суб'єктів підприємництва є складною і неоднозначною. Для уточнення сутності цього поняття був використаний метод морфологічного аналізу, запропонований Ф. Цвіккі [18]. Вибір цього методу пояснюється тим, що він має за мету систематизацію різноманітних варіантів вирішення певного завдання. Перевагою даного методу є простота застосування, та серед недоліків даного інструменту – великий обсяг поля пошуку можливих варіантів трактування

досліджуваного поняття [19]. В перебігу дослідження сутності поняття фінансової безпеки суб'єкта підприємництва було розроблено методичний підхід, що ґрунтується на морфологічному аналізі та дозволяє визначити найбільш влучне трактування даного терміну і включає наступні етапи.

1. Створення багатовимірної таблиці морфологічних ознак та альтернатив об'єкту дослідження. Для проведення морфологічного аналізу сутності фінансової безпеки формується багатовимірна таблиця, в якості вимірів якої виступають морфологічні ознаки – складові та характеристики досліджуваного об'єкту, та їх альтернативи (параметри). Комбінації альтернатив морфологічних ознак досліджуваного об'єкту формують низку варіантів його опису (табл. 1).

Таблиця 1. Багатовимірна таблиця для проведення морфологічного аналізу

Морфологічні ознаки	Альтернатива 1	Альтернатива 2	...	Альтернатива n
Ознака 1				
Ознака 2				
...				
Ознака n				

2. Ідентифікація ключових ознак. На даному кроці визначаються найважливіші елементи структури поняття «фінансова безпека суб'єкта підприємництва» як об'єкта дослідження – морфологічні ознаки, які є складовими компонентами визначення. У дослідженні [17] відмічається наявність двох концепцій, що формують методологічні основи вивчення фінансової безпеки: як певної характеристики системи або як певного стану.

Для виявлення ключових ознак фінансової безпеки суб'єктів підприємництва аналізується подібність та відмінність існуючих визначень даного терміну, що належать різним науковим школам та авторам. За результатами аналізу встановлюється приналежність досліджуваного поняття до однієї із зазначених раніше теоретичних концепцій (табл. 2).

Таблиця 2. Оцінка морфологічних параметрів поняття «фінансова безпека суб'єкта підприємництва»

		Ареф'єва О.В., Кузенко Т.Б. [1]	Арефев В.О. [20]	Барановський О.І. [21]	Бланк І.А. [2]	Горячева К.С. [3]	Єрмошенко А.М. [4]	Мунтян В.І. [8]	Каркавчук В.В. [5]	Кім Ю.Г. [6]	Кучеренко О.О. [7]	Папехін Р.С. [14]	Петренко Л.М. [10]	Пластун О.Л. [11]	Погосова М.Ю. [12]	Приказюк О.В. [13]	Z.-S. Liu, D. Zhang [15]
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
Ключові характеристики	Зв'язок із категорією «безпека»													+			
	Зв'язок із категорією «економічна безпека»						+										
Характер дії системи на зміни середовища	Проактивний характер		+												+		+
	Стратегічний характер		+		+		+	+			+	+	+				
Засоби забезпечення	Врахування протидіючого (забезпечуючого) аспекту загрозам фінансової безпеки		+		+	+	+		+	+	+		+	+	+	+	+
	Сталий розвиток системи					+			+								
	Ефективне використання ресурсів	+						+						+			
	Виконання зобов'язань			+			+										+
	Задоволення потреб,			+									+				
	Забезпечення реалізації власних фінансових інтересів		+		+	+			+	+					+	+	
Мета	Ліквідність									+			+				
	Платоспроможність									+							
	Фінансова стійкість										+	+	+				
	Рентабельність	+						+									
Методичні підходи	Характеристика системи		+	+				+	+					+	+		+
	Певний стан системи	+			+	+	+			+	+	+	+			+	

3. Визначення істотних ознак. На основі дослідження наведених трактувань поняття «фінансова безпека» формується перелік можливих

альтернатив – характеристик або варіантів істотних ознак даного терміну, які наведені в табл. 3.

4. Створення матриці образів ключових характеристик. Для побудови системи морфологічного аналізу використовуються розглянуті тлумачення поняття «фінансова безпека», представлені в табл. 1. Кожному авторському визначенню – об'єкту системи – привласнюється позначення Si . На підґрунті досліджених трактувань формується система морфологічних параметрів визначення, їх цільове спрямування та ключове слово. У якості істотної ознаки морфологічного аналізу обираються ключові характеристики фінансової безпеки Zj .

На основі аналізу визначень сутності поняття «фінансова безпека» було обрано морфологічні параметрів Zj , представлені в табл. наступні: понять їх цільове спрямування та ключове слово. ключові характеристики фінансової безпеки суб'єктів підприємництва та позначено їх як Zj (табл. 2).

Таблиця 3. Варіанти істотної ознаки

Показник (Z_j)	Ключові характеристики визначень фінансової безпеки
Z_1	Зв'язок із категорією «безпека»
Z_2	Зв'язок із категорією «економічна безпека»
Z_3	Проактивний характер
Z_4	Стратегічний характер
Z_5	Врахування протидіючого (забезпечуючого) аспекту загрозам фінансової безпеки
Z_6	Сталий розвиток системи
Z_7	Ефективне використання ресурсів
Z_8	Виконання зобов'язань
Z_9	Задоволення потреб
Z_{10}	Забезпечення реалізації власних фінансових інтересів
Z_{11}	Ліквідність
Z_{12}	Платоспроможність
Z_{13}	Фінансова стійкість
Z_{14}	Рентабельність
Z_{15}	Характеристика системи
Z_{16}	Певний стан системи

5. Формування таблиці подібності морфологічних параметрів визначень сутності фінансової безпеки на основі аналізу їх морфологічних параметрів – таблиці подібності. Аналіз морфологічних параметрів дозволяє виявити ключові характеристики (X_{ij}), досліджуємих визначень сутності фінансової безпеки суб'єктів підприємництва. Результати проведеного аналізу представлені у вигляді матриці образів ключових характеристик в табл. 3.

Кожен елемент такої матриці означає наявність або відсутність варіанту сутнісної ознаки (Z_j) в аналізованому визначенні (S_i). Якщо j -та сутнісна ознака (ключова характеристика) присутня в i -ому об'єкті системи (визначенні фінансової безпеки підприємства), то на перетині i -го рядка та j -го стовпця виставляється 1, інакше – 0. Для з'ясування подібності визначень на основі аналізу їх морфологічних параметрів було сформовано таблицю подібності (табл. 4) для якої вихідною інформацією є матриця образів (X_{ij}).

Таблиця 4. Матриця образів ключових характеристик визначень фінансової безпеки підприємства

		Z_1	Z_2	Z_3	Z_4	Z_5	Z_6	Z_7	Z_8	Z_9	Z_{10}	Z_{11}	Z_{12}	Z_{13}	Z_{14}	Z_{15}	Z_{16}
Ареф'єва О.В., Кузенко Т.Б.	S_1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Ареф'єв В.О.	S_2	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Барановський О.І.	S_3	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0
Бланк І.А.	S_4	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Горячева К.С.	S_5	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Єрмошенко А.М.	S_6	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Каркавчук В.В.	S_7	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0
Кім Ю.Г.	S_8	0	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Кучеренко О.О.	S_9	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	1
Мунтіян В.І.	S_{10}	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Папехін Р.С.	S_{11}	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1
Петренко Л.М.	S_{12}	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1
Пластун О.Л.	S_{13}	1	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Погосова М.Ю.	S_{14}	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0
Приказюк О.В.	S_{15}	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Z.-S. Liu, D. Zhang	S_{16}	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0

6. Розрахунок матриці міри подібності визначень сутності «фінансової безпеки суб'єктів підприємництва». Міра подібності двох визначень за відображенням елементів фінансової безпеки суб'єктів підприємництва ($C(S_{i_1}, S_{i_2})$) визначається за формулою (1) [22]:

$$C(S_{i_1}, S_{i_2}) = \frac{\sum_{j=1}^n x_{i_1 j} x_{i_2 j}}{\sum_{j=1}^n x_{i_1 j} + \sum_{j=1}^n x_{i_2 j}} \quad (1)$$

де i_1, i_2 – номери двох визначень, що перевіряються на подібність (якщо порівнюються третє і п'яте визначення, то для одного $i_1=3$, а для іншого $i_2=5$, то відповідний елемент матриці буде позначатися як $C(S_3, S_5)$);

$x_{i_1 j}$ та $x_{i_2 j}$ – значення елементів матриці образів ключових характеристик Z_{ij} для двох визначень фінансової безпеки суб'єктів підприємництва відповідно (табл. 3);

j – номер істотної ознаки ($j = 1 \dots n; n = 13$).

Матрицю міри подібності для визначень фінансової безпеки суб'єктів підприємництва подано у табл. 5.

Таблиця 5. Матриця міри подібності визначень поняття «фінансова безпека суб'єкта підприємництва»

	S_1	S_2	S_3	S_4	S_5	S_6	S_7	S_8	S_9	S_{10}	S_{11}	S_{12}	S_{13}	S_{14}	S_{15}	S_{16}
S_1	1,00	0,00	0,00	0,14	0,14	0,13	0,29	0,00	0,13	0,14	0,17	0,11	0,14	0,00	0,17	0,00
S_2	0,00	0,50	0,13	0,33	0,22	0,20	0,22	0,33	0,20	0,22	0,13	0,18	0,22	0,44	0,25	0,33
S_3	0,00	0,13	1,00	0,00	0,00	0,13	0,14	0,14	0,00	0,00	0,00	0,11	0,14	0,14	0,00	0,29
S_4	0,14	0,33	0,00	1,00	0,38	0,33	0,13	0,25	0,33	0,38	0,29	0,30	0,13	0,25	0,43	0,13
S_5	0,14	0,22	0,00	0,38	1,00	0,22	0,00	0,38	0,33	0,25	0,14	0,20	0,13	0,25	0,43	0,13
S_6	0,13	0,20	0,13	0,33	0,22	1,00	0,11	0,11	0,20	0,33	0,25	0,27	0,11	0,11	0,25	0,22
S_7	0,29	0,22	0,14	0,13	0,00	0,11	1,00	0,13	0,00	0,13	0,14	0,10	0,25	0,13	0,00	0,13
S_8	0,00	0,33	0,14	0,25	0,38	0,11	0,13	1,00	0,22	0,13	0,00	0,10	0,25	0,38	0,29	0,25
S_9	0,13	0,20	0,00	0,33	0,33	0,20	0,00	0,22	1,00	0,22	0,13	0,27	0,11	0,22	0,38	0,11
S_{10}	0,14	0,22	0,00	0,38	0,25	0,33	0,13	0,13	0,22	1,00	0,43	0,40	0,13	0,13	0,29	0,13
S_{11}	0,17	0,13	0,00	0,29	0,14	0,25	0,14	0,00	0,13	0,43	1,00	0,33	0,00	0,00	0,17	0,00
S_{12}	0,11	0,18	0,11	0,30	0,20	0,27	0,10	0,10	0,27	0,40	0,33	1,00	0,10	0,10	0,22	0,10
S_{13}	0,14	0,22	0,14	0,13	0,13	0,11	0,25	0,25	0,11	0,13	0,00	0,10	1,00	0,25	0,14	0,25
S_{14}	0,00	0,44	0,14	0,25	0,25	0,11	0,13	0,38	0,22	0,13	0,00	0,10	0,25	1,00	0,29	0,38
S_{15}	0,17	0,25	0,00	0,43	0,43	0,25	0,00	0,29	0,38	0,29	0,17	0,22	0,14	0,29	1,00	0,14
S_{16}	0,00	0,33	0,29	0,13	0,13	0,22	0,13	0,25	0,11	0,13	0,00	0,10	0,25	0,38	0,14	1,00

7. Аналіз міри подібності визначень поняття «фінансова безпека суб'єкта підприємництва». Результати морфологічного аналізу поняття «фінансова безпека суб'єктів підприємництва» показали, що дослідники наводять розрізнені тлумачення досліджуваного поняття, оскільки кожен із них виділяють суб'єктивно важливі аспекти фінансової безпеки. Найбільша можлива подібність із мірою рівною 0,44 виявлена між визначеннями Погосової М. Ю. та Арефєва В.О.. Також сильну подібність визначено між тлумаченням Приказюка О.В. з Горячевою К. С. (0,43) та Бланком І. А.. Визначення поняття фінансової безпеки суб'єкта підприємництва, запропоноване Єрмошенко А. М. має високу міру подібності 0,42 із тлумаченнями таких науковців, як Палехін Р.С. та Кучеренко О. О.

8. Формування уточненого поняття «фінансової безпеки суб'єкта підприємництва» на основі аналізу доцільності включення ознак визначень. Аналіз міри включення визначень між собою проводиться з метою найбільш повного розкриття сутності терміну «фінансова безпека суб'єкта підприємництва» за формулою (2) [22], де $w_{i_1 i_2}$ – міра включення одного поняття до іншого.

$$W_{i_1 i_2}(S_{i_1}, S_{i_2}) = \frac{\sum_{j=1}^n x_{i_1 j} x_{i_2 j}}{\sum_{j=1}^n x_{i_2 j}} \quad (2)$$

Результати розрахунків значень матриці міри включення визначень представлені в табл. 6.

Таблиця 6. Матриця міри включення визначень поняття «фінансова безпека суб'єктів підприємництва»

	S ₁	S ₂	S ₃	S ₄	S ₅	S ₆	S ₇	S ₈	S ₉	S ₁₀	S ₁₁	S ₁₂	S ₁₃	S ₁₄	S ₁₅	S ₁₆
S ₁	1,00	0,00	0,00	0,25	0,25	0,20	0,50	0,00	0,20	0,25	0,33	0,17	0,25	0,00	0,33	0,00
S ₂	0,00	1,00	0,33	0,75	0,50	0,40	0,50	0,75	0,40	0,50	0,33	0,33	0,50	1,00	0,67	0,75
S ₃	0,00	0,20	1,00	0,00	0,00	0,20	0,25	0,25	0,00	0,00	0,00	0,17	0,25	0,25	0,00	0,50
S ₄	0,33	0,60	0,00	1,00	0,75	0,60	0,25	0,50	0,60	0,75	0,67	0,50	0,25	0,50	1,00	0,25
S ₅	0,33	0,40	0,00	0,75	1,00	0,40	0,00	0,75	0,60	0,50	0,33	0,33	0,25	0,50	1,00	0,25
S ₆	0,33	0,40	0,33	0,75	0,50	1,00	0,25	0,25	0,40	0,75	0,67	0,50	0,25	0,25	0,67	0,50
S ₇	0,67	0,40	0,33	0,25	0,00	0,20	1,00	0,25	0,00	0,25	0,33	0,17	0,50	0,25	0,00	0,25
S ₈	0,00	0,60	0,33	0,50	0,75	0,20	0,25	1,00	0,40	0,25	0,00	0,17	0,50	0,75	0,67	0,50
S ₉	0,33	0,40	0,00	0,75	0,75	0,40	0,00	0,50	1,00	0,50	0,33	0,50	0,25	0,50	1,00	0,25
S ₁₀	0,33	0,40	0,00	0,75	0,50	0,60	0,25	0,25	0,40	1,00	1,00	0,67	0,25	0,25	0,67	0,25
S ₁₁	0,33	0,20	0,00	0,50	0,25	0,40	0,25	0,00	0,20	0,75	1,00	0,50	0,00	0,00	0,33	0,00
S ₁₂	0,33	0,40	0,33	0,75	0,50	0,60	0,25	0,25	0,60	1,00	1,00	1,00	0,25	0,25	0,67	0,25
S ₁₃	0,33	0,40	0,33	0,25	0,25	0,20	0,50	0,50	0,20	0,25	0,00	0,17	1,00	0,50	0,33	0,50
S ₁₄	0,00	0,80	0,33	0,50	0,50	0,20	0,25	0,75	0,40	0,25	0,00	0,17	0,50	1,00	0,67	0,75
S ₁₅	0,33	0,40	0,00	0,75	0,75	0,40	0,00	0,50	0,60	0,50	0,33	0,33	0,25	0,50	1,00	0,25
S ₁₆	0,00	0,60	0,67	0,25	0,25	0,40	0,25	0,50	0,20	0,25	0,00	0,17	0,50	0,75	0,33	1,00

Аналіз матриці міри включення визначень поняття «фінансова безпека» показав, що найбільша кількість (2 одиниці) максимальних значень матриці (1,00) знаходиться на перетині дванадцятого рядка зі стовпцями матриці. Це означає, що найбільш повним серед проаналізованих визначень фінансової безпеки є визначення S₁₂ (автор – Петренко Л.М. [10]), яке розкриває сутність фінансової безпеки за найбільшою кількістю істотних ознак. Таким чином, ми вважаємо, що фінансову безпеку суб'єктів підприємництва доцільно розглядати як багатовимірну характеристику підсистеми економічної безпеки та стан підприємства, який дозволяє забезпечувати найбільш ефективне використання ресурсів підприємства, виконання його зобов'язань та задоволення потреб на підґрунті певної системи оцінювання, своєчасно виявляти загрози та гармонізувати інтереси власників та стейкхолдерів, реалізувати можливості сталого розвитку, досягнення стратегічних цілей функціонування суб'єкта підприємництва на ринку.

Висновки. Аналіз наукових доробків, присвячених питанням методології фінансової безпеки, показав наявність низки підходів до трактування даного поняття на що вплинула його багатоаспектність та багатовимірність, суб'єктивність розуміння даного питання серед науковців, що спричинило відповідно Натомість проведений морфологічний аналіз сприяв виявленню ряду відмінностей у його розумінні. Проведені дослідження засвідчили, що на розрізненість у трактуваннях фінансової безпеки вплинула суб'єктивність розуміння даного питання серед науковців, яка спричинила відповідне виділення істотних ознак. На основі аналізу результатів розрахунку міри включення визначень між собою було виявлено повне розкриття поняття фінансова безпека та запропоноване власне визначення сутності терміну «фінансова безпека суб'єктів підприємництва». Але доробки вчених щодо сутності фінансової безпеки не враховують її особливостей в умовах економіки знань, коли суб'єкти підприємництва функціонують в умовах глобальної інформатизації, віртуалізації та консьюмерізації бізнес-процесів. Тому подальша розвідка проведених досліджень полягає у з'ясуванні особливостей сутності фінансової безпеки в умовах нового економічного укладу, що зароджується.

Список літератури. 1. *Ареф'єва О.В.* Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки / *О.В. Ареф'єва, Т.Б. Кузенко* // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №1 (91). – С. 98-103. 2. *Бланк И.А.* Управление финансовой безопасностью предприятия / *И.А. Бланк*. – Киев: Эльга, 2009. – 778 с. 3. *Горячева К.С.* Механізм управління фінансовою безпекою підприємства: автореферат дис. канд. екон. наук: 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами / *К.С. Горячева* ; КНУТД. – К. : КНУТД, 2006. – 16 с. 4. *Єрмошенко А.М.* Механізм забезпечення фінансової безпеки страхових організацій: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01 / *А. М. Єрмошенко*; КНЕУ. – К., 2006. – 19 с. 5. *Каркавчук В.В.* Математичне моделювання управління фінансовою безпекою підприємств в Україні: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.11 / *В.В. Каркавчук*; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Л., 2010. – 20 с. 6. *Кім Ю.Г.* Управління системою фінансової безпеки підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 21.04.02 / *Ю.Г. Кім*; Вищий навчальний заклад "Університет економіки та права "КРОК". – К., 2009. – 21 с. 7. *Кучеренко О.О.* Фінансова безпека в системі економічної безпеки підприємства / *О.О. Кучеренко* // Проблеми та перспективи розвитку підприємництва: міжнар. наук.-практ. конф., 14-15 грудня 2007р.: тези допов. – Х., 2007. – Ч.1. – С. 52-54. 8. *Мунтіян В.І.* Економічна безпека України / *В.І. Мунтіян*. – К.: КВІЦ, 1999. – 464 с. 9. *Орлова В.В.* Моделювання механізмів управління фінансовою безпекою підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.11 / *В.В. Орлова*; Хмельниц. нац. ун-т. – Хмельниц., 2008. – 19 с. 10. *Петренко Л.М.* Моделювання процесів управління фінансовою безпекою підприємства: автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.11 / *Л.М. Петренко* ; ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана". – К., 2010. – 19 с. 11. *Пластун О.Л.* Розвиток системи фінансової безпеки суб'єктів підприємництва сфери матеріального виробництва: дис. канд. екон. наук : 08.00.08 – « Гроші, фінанси і кредит» / *О.Л. Пластун* ; ДВНЗ «Українська академія банківської справи України ». – Суми, 2007. – 250 с. 12. *Погосова М.Ю.* Діагностування фінансової безпеки промислового підприємства: автореферат дис. канд. екон. наук : 08.00.08 / *М.Ю. Погосова* ; Ун-т банк. справи Нац. банку України. – К. : [б. и.], 2010. – 20 с. 13. *Приказюк О.В.* Прибуток у формуванні фінансової безпеки аграрного підприємництва: автореф.

дис... канд. екон. наук: 08.00.08 / *О.В. Приказюк*; Київський національний ун-т ім. Тараса Шевченка. – К., 2009. – 20 с. **14.** *Панехин Р.С.* Индикаторы финансовой безопасности предприятий / *Р.С. Панехин*. – Волгоград: Волгоградское научное изд-во, 2007 – 16 с. **15.** *Liu Z.-S.* Valuation on financial fragility and selection of China's financial security policy / *Z.-S. Liu, D. Zhang* // Conference papers «Emergency Management and Management Sciences (ICEMMS)», 2nd IEEE International Conference on 8-10 Aug. 2011. – 2011. – р. 215-219. **16.** *Xiaohong W.* The mode of government intervention in financial security: Simple game and empirical research in incentive regulation / *W. Xiaohong, W. Guanxiong* // Conference Paper «E - Business and E -Government (ICEE)» on 6-8 May 2011. – 2011. – р. 1-4. **17.** *Журавльова І.В.* Фінансова безпека економічних систем в умовах економіки знань / *І.В. Журавльова* // Вісник економіки, транспорту і промисловості. – 2010. – № 29. – С. 254-256. **18.** *Zwicky F.* Discovery Invention, Research Through the Morphological Approach / *F. Zwicky*. – Toronto: McMillan, 1969. – 273 p. **19.** Морфологический анализ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mandeced.ru/lektsii-poupravlencheskim-resheniyam/268-morfologicheskij-analiz-2.html>. **20.** *Ареф'єв В.О.* Управління формуванням фінансової безпеки підприємств : автореферат дис. канд. екон. наук : 08.00.04 / *В.О. Ареф'єв*; Укр. держ. акад. залізн. трансп. – Х.: [б. и.], 2012. – 20 с. **21.** *Барановський О.І.* Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення): монографія / *О.І. Барановський*. – К.: КНЕУ, 2004. – 759 с. **22.** *Біденко К.Р.* Уточнення змісту поняття "антикризове фінансове управління підприємством" з використанням морфологічного аналізу / *К.Р. Біденко* // Упрвління розвитком. – 2013. – № 3(143). – С. 165-169.

Надійшла до редколегії 11.06.2013

УДК 351.863

Морфологічний аналіз фінансової безпеки суб'єктів підприємництва / Журавльова І. В., Лелюк С. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: «Актуальні проблеми управління та фінансово господарської діяльності підприємства». – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 51–60. – Бібліогр.: 22 назви.

Проводится исследование сути понятия финансовой безопасности на основе использования морфологического анализа. Проведен анализ существующих определений финансовой безопасности. Выделены их ключевые признаки. Исследованы меры сходства существующих трактовок по отражению элементов финансовой безопасности субъектов предпринимательства. На основе морфологического анализа выведено и предложено уточненное определение сущности финансовой безопасности субъекта предпринимательства.

Ключевые слова: финансовая безопасность, морфологический анализ, степень сходства, ключевые характеристики, морфологические параметры

The essence of the concept of financial safety is researched through the use of morphological analysis. The existing definitions of financial security were analyzed and their key features were defined. Investigated similarity measures existing treatments to repel the elements of financial safety entities. On the basis of morphological analysis are derived and suggested refined definition of the nature of financial safety of a business entities.

Keywords: financial security, morphological analysis, similarity, key characteristics, morphological parameters

УДК 657.421.3.003.12

А. О. КАСИЧ, докт. екон. наук, проф., КрНУ ім. М. Остроградського, Кременчук;

І. Г. ХІМИЧ, студентка, КрНУ ім. М. Остроградського, Кременчук.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ ТА ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ В УКРАЇНІ

У даній статті досліджено сутність нематеріальних активів, визначено їх роль для вітчизняних підприємств, виявлено проблеми, пов'язані з оцінкою та обліком даних активів, а також запропоновано шляхи їх вирішення. Зроблено висновки щодо доцільності використання у діяльності підприємств нематеріальних активів.

Ключові слова: нематеріальні активи, підходи, оцінка, ідентифікація, класифікація, ознаки.

Вступ. В сучасних умовах нематеріальні активи (НМА) є досить важливим об'єктом бухгалтерського обліку на провідних підприємствах світу, адже саме їх наявність значною мірою визначає конкурентоспроможність. Але, на відміну від підприємств з розвинених країн, в українській практиці існує безліч проблем, пов'язаних із оцінкою та відображенням в обліку даних активів. Відповідно актуальності набуває питання визначення ролі та впливу нематеріальних активів на діяльність вітчизняних підприємств, а також виявлення проблемних аспектів їх оцінки та обліку.

Аналіз основних досягнень і літератури. Значний внесок у дослідження методики аналізу використання нематеріальних активів у вітчизняній практиці зробили Т. Банасько [4], О. Бондаренко [5], І. Боярко [6], Н. Кузик [7], Н. Мамонтова [8], В. Манакін [9], М. Мартіянова [10], О. Фурманчук [13] та багато інших вчених. Однак ще безліч питань, пов'язаних з темою даного дослідження, залишаються невирішеними, зокрема: зарахування на баланс підприємства об'єктів НМА; розроблення порядку їх визнання та чіткої методики обліку; достовірна оцінка та ідентифікація НМА; прийняття єдиної класифікації НМА, а також реальне відображення даних активів у звітності.

Мета дослідження, постановка задачі. Метою написання даної статті є дослідження сутності нематеріальних активів, їх ролі для вітчизняних суб'єктів господарювання; виявлення проблем, пов'язаних з їх обліком, а також пошук шляхів їх вирішення.

Результати досліджень. На відміну від зарубіжного досвіду, повне відображення вітчизняними підприємствами у своїй звітності нематеріальних

активів є рідкісним явищем, оскільки зазвичай дані активи хоча й використовуються в діяльності підприємства, але в документації не наводяться в повній мірі. Так, як свідчить звітність підприємств України, нематеріальні активи займають лише 2-5% у складі всіх активів. Натомість у провідних компаніях світу частка НМА становить 30-40%, а в наукомістких компаніях цей показник досягає 70-80% [11]. Крім того, у складі НМА вітчизняних підприємств відображаються, інші НМА, які представлені переважно комп'ютерними програмами.

Відповідно вихідною проблемою під час обліку НМА є проблема їх достовірної ідентифікації, тобто виділення даного виду активу серед інших активів, надання лише йому властивих ознак та характеристик. Адже одні науковці розглядають НМА серед ресурсів підприємства як частину необоротних фондів, інші досліджують сферу нематеріального виробництва, а деякі – виділяють дані активи як об'єкти інтелектуальної власності [4].

Використання НМА, а також методологія їх обліку на підприємствах України регулюються П(С)БО 8 «Нематеріальні активи» [3], а також Податковим кодексом України [2]. В зарубіжній практиці – Міжнародним стандартом фінансової звітності 38 «Нематеріальні активи» [1]. Згідно вказаних положень НМА трактують наступним чином (рис. 1).

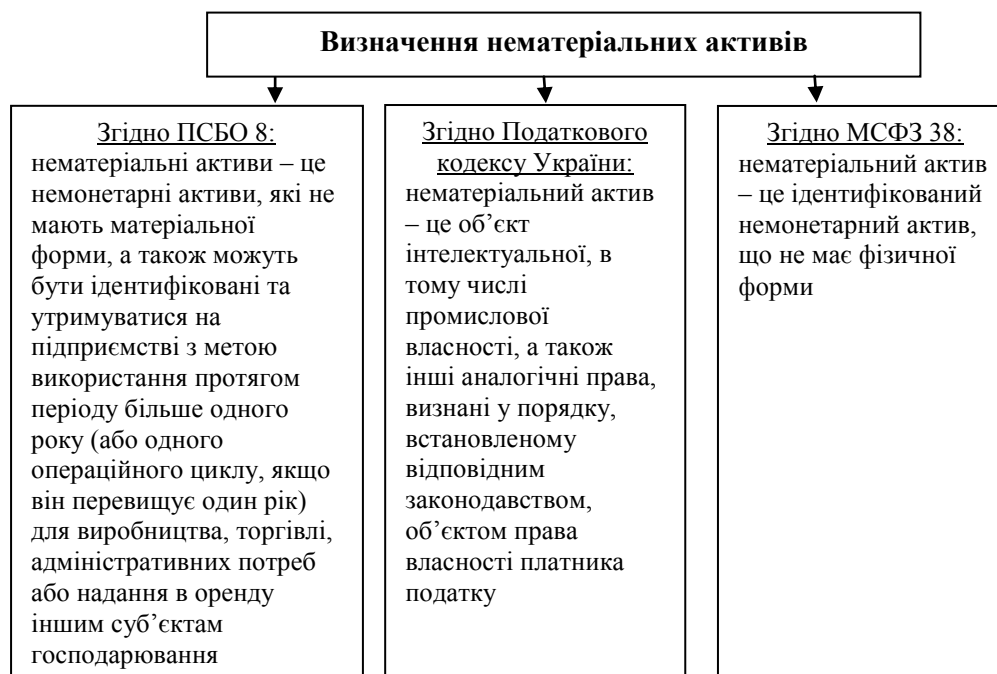


Рис. 1 – Визначення нематеріальних активів в Україні та за кордоном

Однак загальне значення «нематеріальні активи» в різних країнах практично не відрізняється. Характерними ознаками віднесення активів до такого виду є:

- 1) відсутність матеріальної форми;
- 2) тривалість використання (більше одного року);
- 3) їх контроль відбувається в результаті минулих подій;
- 4) можуть бути ідентифіковані;
- 5) утримуються підприємством з метою їх використання, а не в якості інвестицій;
- 6) складність визначення величини майбутнього прибутку від їх використання;
- 7) мають цінність лише для одного підприємства;
- 8) мають схильність до технічного старіння.

Ще однією не менш важливою проблемою обліку нематеріальних активів є складність їх оцінки, оскільки неможливо розробити єдину методику розрахунку цінності для кожного об'єкта нематеріального активу.

Слід відмітити, що у вітчизняній практиці оцінка нематеріальних активів ще не набула свого поширення. Але якщо підприємство зможе достовірно оцінити об'єкти НМА, то воно отримає ряд переваг: збалансування обліку всіх активів на підприємстві; оптимізація співвідношення активів, а також їх структури; підвищення ринкової вартості підприємства; врахування повної вартості НМА при злитті чи поглинанні даного підприємства; контроль величини амортизаційних відрахувань.

Тому необхідно зосередити увагу на зарубіжних підходах щодо оцінки даних активів з метою запозичення їх досвіду та удосконалення обліку НМА на вітчизняних підприємствах.

Для того, щоб визначити цінність нематеріальних активів, у світовій практиці використовують наступні підходи оцінки їх вартості [5]:

- 1) витратний – полягає у розрахунку витрат на відтворення нематеріального активу;
- 2) дохідний – полягає у врахуванні економічних вигід, які планується отримати від використання даного об'єкта активу в майбутньому;

3) порівняльний (ринковий) – полягає в порівнянні об'єкта нематеріального активу, який оцінюється, з аналогічними об'єктами на ринку.

Кожний з цих підходів має свою методологію, і тому внаслідок їх одночасного використання підприємство отримує різні значення оцінки нематеріальних активів. Щоб уникнути цього, слід використовувати порівняльний аналіз оцінки вартості даних активів на основі вище наведених підходів. В свою чергу, це дасть змогу більш достовірно визначити вартість об'єкта НМА.

Основою процесів оцінки та обліку НМА повинна бути їх класифікація, яка більш глибоко розкриває змістовну характеристику НМА. Класифікація НМА у вітчизняній практиці регламентується ПСБО 8, а у зарубіжній – МСФЗ 38 (табл. 1).

Таблиця 1. Порівняльна класифікація нематеріальних активів за ПСБО 8 та МСФЗ 38

ЗАКОНО- ДАВЧИЙ АКТ	ВИД НЕМАТЕРІАЛЬНОГО АКТИВУ	ОБ'ЄКТИ, ЩО ВХОДЯТЬ ДО ВІДПОВІДНОГО ВИДУ
ПСБО 8	Права користування природними ресурсами	Право користування надрами, іншими ресурсами природного середовища, геологічною та іншою інформацією про природне середовище
	Права користування майном	Право користування земельною ділянкою, право користування будівлею, право на оренду приміщень
	Права на комерційні позначення	Права на торговельні марки, комерційні найменування
	Права на об'єкти промислової власності	Право на винаходи, корисні моделі, промислові зразки, сорт рослин, породи тварин, ноу-хау, захист від недобросовісної конкуренції
	Авторське право та суміжні з ним права	Право на літературні та музичні твори, програми для ЕОМ, бази даних
	Інші нематеріальні активи	Право на провадження діяльності, використання економічних та інших привілеїв тощо
МСФЗ 38	Пов'язані з маркетингом	Права на знаки для товарів та послуг
	Пов'язані з мистецтвом	Літературні, художні і музичні твори, відео-, аудіовізуальні матеріали
	Пов'язані з технологіями	Технології, патенти, програмне забезпечення, бази даних, ноу-хау
	Пов'язані з клієнтами	Клієнтські контракти, списки клієнтів
	Пов'язані з контрактами	Ліцензії, роялті, ліцензійні договори, договори франчайзингу права користування ресурсами, трудові договори

Джерело: складено авторами за даними [5, 7, 12, 14]

Слід відмітити, що вітчизняне облікове законодавство досить відчутно звужує склад нематеріальних активів. Це пов'язано з труднощами при віднесенні даних об'єктів до певних груп активів та при їх обліку.

В зарубіжних країнах, окрім наведених груп, також виділяють неідентифіковані нематеріальні активи. До них, перш за все, відносять гудвіл – унікальний внутрішній ресурс, що характеризує приріст вартості підприємства, який досягається за рахунок ефективного управління [5]. На вітчизняних підприємствах, на відміну від зарубіжної практики, гудвіл не ідентифікується.

Відповідно до Податкового кодексу України, гудвіл – це нематеріальний актив, вартість якого визначається як різниця між балансовою вартістю активів підприємства та його звичайною вартістю, як цілісного майнового комплексу, що виникає внаслідок використання кращих управлінських якостей, домінуючої позиції на ринку товарів (робіт, послуг), нових технологій тощо [2]. Нематеріальний актив від гудвілу можна відрізнити тільки в тому випадку, коли його можна продати, обміняти чи орендувати.

Також слід відмітити, що на вітчизняних підприємствах гудвіл відображається в балансі лише у випадку злиття з іншим підприємством або у разі продажу.

Загалом, слід наголосити, що НМА відіграють досить важливу роль у діяльності підприємства (див. рис. 2): є основою та індикатором технологічного розвитку підприємства, відображають інноваційну спрямованість його діяльності. Дані активи створюються та купуються заради досягнення позитивного ефекту функціонування підприємства, який втілюється в показниках результативності діяльності.



Рис. 2 – Переваги від використання НМА у діяльності підприємства

Однак недосконалість законодавчої бази, несформований ринок НМА і недостатнє вивчення методики оцінки призводять до того, що нематеріальні активи, на відміну від зарубіжної практики, майже не обліковуються на вітчизняних підприємствах.

Окрім зазначених перешкод, існує низка інших проблем, пов'язаних з обліком нематеріальних активів у вітчизняній практиці. Для оптимізації процесів оцінки НМА та їх відображення в обліку слід чітко ідентифікувати проблеми та обґрунтувати пропозиції щодо їх усунення (табл. 2).

Таблиця 2. Пропозиції щодо усунення проблем оцінки та обліку нематеріальних активів

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ ТА ОБЛІКУ НЕМАТЕРІАЛЬНИХ АКТИВІВ	ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ЇХ ПОДОЛАННЯ
• неоднозначне визначення «нематеріальні активи»; • неефективне управління даними активами; • відсутність єдиної доцільної методики оцінки НМА; • недосконалість організації збалансованості обліку; • відсутність єдиної класифікації НМА; • відсутність методики інвентаризації НМА; • проблеми при визнанні активів нематеріальними; • недооцінювання такої категорії як гудвіл	• удосконалити правову бази з обліку НМА; • удосконалити системи контролю НМА; • визначити єдиний, оптимальний підхід щодо оцінювання вартості НМА; • підвищувати рівень кваліфікації, знань бухгалтерів з обліку НМА; • розробити єдині критерії щодо віднесення того чи іншого об'єкта НМА до відповідної групи; • запозичувати зарубіжний досвід щодо оцінки та обліку НМА

Джерело: розробка авторів

Вищенаведені проблеми присутні майже на кожному вітчизняному підприємстві. Вони призводять до порушення облікового процесу, недостатнього висвітлення у звітності інформації про нематеріальні активи, недостовірної їх оцінки. Вирішувати дані проблеми потрібно системно, використовуючи всі можливі засоби і набуті знання. Наведені пропозиції дають можливість покращити ситуацію в питаннях оцінки та обліку нематеріальних активів, а також стимулюють до більш повного відображення даних активів у звітності суб'єктів господарювання.

Висновки. У даній статті досліджено сутність нематеріальних активів, визначено їх роль для вітчизняних підприємств, виявлено проблеми, пов'язані з оцінкою та обліком даних активів, а також запропоновано шляхи їх вирішення. Отримані результати підтверджують, що використання нематеріальних активів у діяльності підприємства має безліч переваг і сприяє збільшенню

прибутковості суб'єкта господарювання. Тому підприємствам слід більш активно залучати, ефективніше використовувати та обліковувати нематеріальні активи на основі запозичення досвіду зарубіжних країн.

Список літератури: 1. Міжнародний стандарт фінансової звітності (IAS) 38 «Нематеріальні активи»: затверджений радою КМСБО у липні 1998 р., зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: ade-solutions.com. 2. Податковий кодекс України від 02.12.2010 р., зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: zakon4.rada.gov.ua. 3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 8 «Нематеріальні активи»: затверджено наказом Міністерства фінансів України від 18 жовтня 1999 р. №242, зі змінами і доповненнями [Електронний ресурс]. – Режим доступу: buhgalter911.com. 4. Банасько Т. Проблеми та перспективи дослідження нематеріальних активів в Україні / Банасько Т. // Економіст. – 2010. – №2. – с. 30-33. 5. Бондаренко О. С. Визнання нематеріальних активів у вітчизняній і зарубіжній практиці господарювання // Бондаренко О. С., Гончаренко М. С. // Ефективна економіка. – 2010. – №9. 6. Боярко І. М. Роль нематеріальних активів у створенні цінності компанії / Боярко І. М., Самусевич Я. В. // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – №3 (117). – с. 86-94. 7. Кузик Н. П. Актуальні проблеми обліку та оцінки нематеріальних активів / Кузик Н. П., Боярова О. А. // Облік і фінанси АПК. – 2010. – №3. – с.40-44. 8. Мамонтова Н. А. Новітні підходи до визначення вартості нематеріальних активів / Мамонтова Н. А. // Актуальні проблеми економіки. 2010. – №5 (107). – с. 228-235. 9. Манакін В. Проблема обліку нематеріальних активів в Україні / Манакін В., Рябенко О. // Схід. Економіка. – 2010. – №2 (102). – с. 63-66. 10. Мартіянова М. П. Нематериальные активы предприятия / Мартіянова М. П., Ширина Т. Г. // Бизнес Информ. – 2010. – №3 (2). – с.71-72. 11. Офіційний сайт Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua. 12. Стрельченко А. В. Види нематериальных активов предприятия. Устранение недостатков в системе их учета / Стрельченко А. В., Матющенко С. С. // Бизнес Информ. – 2011. – №3. – с. 89-91. 13. Фурманчук О. С. Актуальні проблеми обліку та контролю нематеріальних активів / Фурманчук О. С., Нижник А. В. // Економіка і регіон. – 2010. – №4 (27). – с.111-116. 14. Щур О. В. Визначення та ідентифікація нематеріальних активів / Щур О. В., Олексієнко Т. В. // Економіка і регіон. – 2010. – №1 (24). – с. 80-85.

Надійшла до редколегії 15.06.2013

УДК 657.421.3.003.12

Теоретичні основи оцінки та обліку нематеріальних активів в Україні / Касич А. О., Хіміч І. Г. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: «Актуальні проблеми управління та фінансово господарської діяльності підприємства». – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 61–67. – Бібліогр.: 14 назв.

В данной статье исследована сущность нематериальных активов, определена их роль для отечественных предприятий, выявлены проблемы, связанные с оценкой и учетом данных активов, а также предложены пути их решения. Сделаны выводы о целесообразности использования в деятельности предприятий нематериальных активов.

Ключевые слова: нематериальные активы, подходы, оценка, идентификация, классификация, признаки.

In this article you can find the study of the main of intangible assets, the determination of their role for national enterprises, the description of problems connected with the estimation and registration of assets in question and the ways of their solving, as well as the conclusions concerning the practicability of using intangible assets in the activity of enterprises.

Keywords: intangible assets, approaches, estimation, identification, classification, indications.

УДК 658.8

А. В. КРИСЕНКО, студентка, НТУ «ХПІ»;

В. Д. ІВАНИЦЬКИЙ, канд. екон. наук, НТУ «ХПІ».

РОЛЬ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ У РОЗВИТКУ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

В статті обґрунтовано роль корпоративної культури у розвитку трудового потенціалу. Розкрито завдання, функції позитивної корпоративної культури, сутність впливу на розвиток якісних характеристик трудового потенціалу підприємства. Виявлено недоліки у впровадженні корпоративної культури на вітчизняних підприємствах, розроблено пропозиції щодо їх усунення.

Ключові слова: корпоративна культура, трудовий потенціал, трудова активність, інноваційна активність.

Вступ. Дослідження свідчать, що результати діяльності будь-якого підприємства значною мірою залежать від якості трудового потенціалу персоналу, його знань, прагнень до всебічного розвитку та ефективної праці [1].

Ситуація, в якій сьогодні опинилися підприємства багатьох країн, стала своєрідним іспитом, що перевіряє реальну якість трудового потенціалу, передусім здатність і готовність персоналу до щоденного прояву професіоналізму, майстерності, мобільності, трудової та інноваційної активності, знань і вміння консолідуватися, бути єдиною командою, підтримувати продуктивною працею імідж конкурентоспроможного підприємства. Такий іспит нелегко витримувати багатьом вітчизняним підприємствам в умовах впливів глобальної фінансової кризи, погіршення соціально-економічної ситуації в Україні, що суттєво обмежує можливості збереження здоров'я, працездатності, освітньо-професійного розвитку особистості. Тим часом учені констатують, що на підприємствах, де сформована розвинена корпоративна культура, панують позитивні корпоративні цінності, значно легше розв'язують проблеми виживання підприємства й одночасно – проблеми збереження та розвитку трудового потенціалу [1, 2].

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Вітчизняна наука лише недавно розпочала вивчати роль корпоративної культури у тісному зв'язку з проблемами формування та розвитку трудового потенціалу. Дослідженню цих питань присвячені публікації А. Воронкової, О. Грішньої, І. Мажури, Т. Кицак, І. Петрової та ін. Проте в наукових працях все ще немає однозначної

думки щодо сутності корпоративної культури та механізмів її впливу на трудовий потенціал підприємства, його розвиток та використання.

Мета дослідження та постановка проблеми. Метою статті є з'ясування сутності корпоративної культури та її ролі у розвитку трудового потенціалу підприємств. Наукова проблема даного дослідження полягає у відсутності ефективної системи впровадження корпоративної культури на підприємствах, що в свою чергу впливає на показники розвитку трудового потенціалу.

Виклад основного матеріалу. Аналіз наукової літератури засвідчив, що під трудовим потенціалом підприємства найчастіше розуміють сукупність якісних характеристик працівників, котрі відображають їхні трудові можливості та здібності до роботи певного змісту, що впливають на продуктивність праці, мотивацію і здатність до подальшого розвитку [4, с. 21]. У структурі трудового потенціалу виділяють такі основні складові: здоров'я, освіта, інтелектуальні здібності, рівень культури (трудова ментальність), рівень кваліфікації, професійний досвід, рівень компетенції, мотивація до трудової діяльності, здатність до праці, організованість, трудова активність, мобільність, здатність до навчання, здатність до розроблення і впровадження інновацій, прояву творчості. Останнім часом фахівці дедалі більшу увагу звертають саме на останню складову – здатність до впровадження інновацій, оскільки, чим розвиненішою є ця складова трудового потенціалу працівників, тим вищі шанси підприємства підвищити свою конкурентоспроможність шляхом швидкої адаптації до нових вимог ринку.

Вивчення досвіду економічно розвинених країн та наукової думки доводить, що розкриття творчих можливостей людини, її прагнень до реалізації здібностей, трудової та інноваційної активності можливо досягти на засадах запровадження корпоративної культури [2]. У літературі корпоративну культуру розглядають як складову організаційної культури підприємства [1], особлива система, яка охоплює, по-перше, ієрархію цінностей, які домінують серед працівників підприємства, по-друге, сукупність способів їх реалізації, що переважають на даному етапі розвитку організації. Корпоративна культура підприємства дає змогу розв'язати дві ключові проблеми: по-перше, встановлення оптимальних зв'язків підприємства із зовнішнім середовищем (зовнішня адаптація); по-друге, сприяти стабільній та продуктивній роботі

персоналу на партнерських засадах (внутрішня інтеграція). Завдяки своїм специфічним функціям та спрямованості (позитивній чи негативній) корпоративна культура може суттєво впливати на трудову поведінку, мотивацію саморозвитку працівників, збагачення чи збіднення (деградацію) трудового потенціалу підприємства. Для переконання в можливості такого впливу розглянемо нижче функції корпоративної культури:

- надання співробітникам організаційної ідентичності, визначення внутрішнього уявлення про підприємство та його головні цінності, що слугує важливим джерелом самоідентифікації персоналу як команди (впливає на рівень компетенції і трудовий менталітет – складові трудового потенціалу);

- допомога новим співробітникам швидко адаптуватись і прилучитися до ефективної роботи, правильно сприймати явища, що відбуваються на підприємстві, завдяки знанням про головні принципи корпоративної культури (впливає на організованість і трудову активність);

- стимулювання прояву індивідуальної і колективної відповідальності при виконання окреслених завдань, зокрема у сфері інновацій (впливає на мобільність і здатність до розроблення інновацій).

Зміст корпоративної культури відображається ступенем особистої значимості професійно-трудової діяльності для більшості працівників. Корпоративна культура на різних підприємствах може мати неоднакову орієнтованість на розвиток персоналу і виробничі функції. В літературі корпоративна культура класифікована на негативну і позитивну залежно від впливу на формування трудових цінностей персоналу:

- позитивна корпоративна культура фіксує для працівника цінність своєї професійної діяльності як способу особистісної трудової, творчої самореалізації й саморозвитку та цінність свого підприємства як умови забезпечення власних актуальних потреб;

- негативна корпоративна культура відбиває ситуацію, коли трудова діяльність для персоналу на конкретному підприємстві різною мірою вигідна, проте не цінна з точки зору саморозвитку персоналу та творчої самореалізації.

Роль корпоративної культури у розвитку трудового потенціалу українських підприємств менеджери поки що недооцінюють. Пояснення цьому бачимо у недостатній адаптації багатьох вітчизняних підприємств до ринкового середовища, в якому дедалі більшого попиту набуває максимальна швидкість

надання послуг, їхня висока якість, відмінний сервіс. Відповідати таких вимогам може те підприємство, де співпадають інтереси керівника і персоналу, де зростання конкурентоспроможності продукції турбує і керівництво, і кожного працівника.

Висновок. На основі викладеного матеріалу можна зробити висновок, що в інтересах високоякісного розвитку трудового потенціалу вітчизняних підприємств украї необхідним є формування позитивної корпоративної культури. Це, своєю чергою, потребує перегляду діючих на підприємствах систем управління працею, організації оплати праці, трудового виховання молоді та професійного навчання, вдосконалення колективно-договірного регулювання праці. Необхідні формування іміджу підприємства в уявленнях персоналу і споживачів, розроблення власної системи цінностей, привабливих для колективу. З цією метою доцільно розробити Положення про корпоративну культуру підприємства. Слід удосконалювати положення колективного договору, що мають регулювати умови й оплату праці, заохочення трудових досягнень працівників, їх участь у розробленні та впровадженні інновацій, питання управління корпоративною культурою має перебувати у центрі уваги менеджерів, підпорядковуватися досягненню максимальних результатів на основі наближення інтересів адміністрації і найманих працівників. Сьогодні й у подальшому корпоративну культуру варто розглядати як важливий чинник впливу на трудовий потенціал підприємства. Перспективи подальших досліджень у цьому напрямку мають передбачати вивчення способів оцінки та регулювання такого впливу в контексті розвитку окремих складових трудового потенціалу підприємства.

Список літератури: 1. *Воронкова А. Е.* Корпорації: управління та культура: Монографія./ За ред. А. Е. Воронкової. – Дрогобич: Вимір, 2006. – 376 с. 2. *Грішнова О. А.* Корпоративна культура та стратегія підприємства: взаємозв'язок та взаємообумовленість // К.: Знання-Прес, 2007. – С. 176–186. 3. *Кицак Т. Г.* Основні напрями формування корпоративної культури на підприємстві: Монографія./ За ред. Т.Г.Кицак. – К.: Знання-Прес, 2007. – 45 с. 4. *Харчишина О.В.* Організаційна культура як фактор мотивації персоналу підприємства / О.В. Харчишина // Вісник ДАУ. – 2008. – № 1. – С. 226–235.

Надійшла до редколегії 15.06.2013

УДК 658.8

Роль корпоративної культури у розвитку трудового потенціалу підприємства / Крисенко А. В., Іваницький В. Д. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: «Актуальні проблеми управління та фінансово господарської діяльності підприємства». – Х– Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 68–72. – Бібліогр.: 4 назви.

В статье обоснована роль корпоративной культуры в развитии трудового потенциала. Раскрыты задачи, функции позитивной корпоративной культуры, сущность влияния на развитие качественных характеристик трудового потенциала предприятия. Выявлены недостатки во внедрении корпоративной культуры на отечественных предприятиях, разработаны предложения по их устранению.

Ключевые слова: корпоративная культура, трудовой потенциал, трудовая активность, инновационная активность.

The role of corporate culture in development of labour potential is based in the article. A task, functions of positive corporate culture, essence of influence, is exposed on development of high-quality descriptions of labour potential of enterprise. Failings are discovered in introduction of corporate culture on domestic enterprises, suggestions are developed in relation to their removal.

Keywords: corporate culture, labour potential, labour activity, innovational activity.

УДК 336.221.24

А. М. КУЛИК, ст. викладач, НТУ «ХПІ»

ВИЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ СУТНОСТІ ПОНЯТТЯ НЕРУХОМОСТІ ПРИ ВВЕДЕНІ ПОДАТКУ НА НЕРУХОМЕ МАЙНО

В статі проводиться аналіз визначення поняття нерухомість, нерухоме майно та об'єкт нерухомості для цілей оподаткування. Наведені специфічні риси, що притаманні нерухомому майну. Визначено сутність майнового оподаткування.

Ключові слова: податок, нерухомість, майно, майнові відносини, податкова система, економічна сутність.

Вступ. Податкова система будь-якої країни функціонує, спираючись на об'єктивні методологічні засади, які фактично створюють комплекс теоретичних та науково-практичних засад бази оподаткування. Різні національні податкові системи застосовують різні концепції ресурсного та майнового оподаткування, вартості кінцевих результатів, доходу; переважного оподаткування угод купівлі-продажу; рентне оподаткування та ін. Вибір концепції залежить від рівня економічного добробуту та ступеня політичної зрілості того чи іншого суспільства. Ухвалення вибраної концепції звичайно відбувається законодавчим шляхом.

На сучасному етапі реформування економіки України важливе значення приймають відношення пов'язані з власністю взагалі, та ринок нерухомості зокрема. В першу чергу це обумовлено положенням об'єктів нерухомості на ринку інвестицій. Практично будь-які реальні інвестиції (в виробництво, будівництво тощо) та чи інакше пов'язані з ринком нерухомості. Також великого значення дане питання набуває у світлі введення в дію податку на нерухоме майно.

Деякі аспекти та питання пов'язані з визначенням поняття нерухомість, майно, та обґрунтування саме економічної сутності нерухомості та майнового оподаткування висвітлюються в роботах багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців та законотворців. Таких як Ю. Іванов, І. Балабанов, В. Григор'єв, В. Павленко, Г. Харрісон та інші.

Постановка завдання. На сьогодні у вітчизняній літературі поки що відсутні спеціальні наукові праці що носять комплексний концептуально – методологічний та методичний характер, що розкривають зміст нерухомості як соціально – економічної категорії, визначають її місце у системі ринкових відносин, принципи оподаткування. Частіше, вчені – економісти обмежуються лише деякими припущеннями з цих питань. Теж саме можна зазначити, аналізуючи роботи й російських вчених. Таким чином метою даної статті є визначення поняття нерухомості та її сутності для майнового оподаткування.

Основний матеріал. Місце нерухомості в ринковій моделі економіки обумовлено сутністю та взаємозв'язком наступних основних елементів: право власності, свобода підприємництва, ринкова система цін, мотивація поведінки особистості, регулююча роль держави в ринковій економіці.

Як відомі, основою ринкової економіки є право власності. Право власності – це сукупність юридичних норм, що закріплюють та охороняють матеріальні блага, які належать певному суб'єкту. Воно складається з трьох прав:

- володіння – фактичне володіння річчю, що створює для власника можливість безпосередньо впливати на річ;
- користування – право споживання річчі в залежності від її призначення, а також отримання прибутків, що приносить річ;
- розпорядження – визначення юридичної долі речі шляхом здійснення динаміки майнових відносин [1, с. 9].

До теперішнього часу поняття майна у цілях оподаткування не має чіткого визначення. Однак, можна спробувати виділити поняття майно взагалі. Глава 13 Цивільного Кодексу України визначає поняття майно та речі наступним чином. Стаття 179 ЦК У «поняття речі» визначає «річчю є предмет матеріального світу, щодо якого можуть виникати цивільні права та обов'язки», стаття 190 «майно» визначає наступне «майном як особливим об'єктом

вважаються окрема річ, сукупність речей, а також майнові права та обов'язки». В свою чергу стаття 181 цього ж Кодексу визначає «нерухомі та рухомі речі» наступним «до нерухомих речей (нерухоме майно, нерухомість) належать земельні ділянки, а також об'єкти, розташовані на земельній ділянці, переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення. Режим нерухомої речі може бути поширений законом на повітряні та морські судна, судна внутрішнього плавання, космічні об'єкти, а також інші речі, права на які підлягають державній реєстрації. Рухомими речами є речі, які можна вільно переміщувати у просторі.» [2, ст. 71, 69]. Також стаття 191 визначає «підприємство як єдиний майновий комплекс», який використовується для здійснення підприємницької діяльності. Ця стаття визначає підприємство як єдиний майновий комплекс – нерухомістю, а також уточнює що саме входить до складу підприємства як єдиного майнового комплексу «усі види майна, призначені для його діяльності, включаючи земельні ділянки, будівлі, споруди, устаткування, інвентар, сировину, продукцію, права вимоги, борги, а також право на торговельну марку або інше позначення та інші права, якщо інше не встановлено договором або законом». Визначає поняття майна також і Господарський Кодекс України тільки з боку господарської діяльності, так згідно статті 139 «майно у сфері господарювання» майном визначається «сукупність речей та інших цінностей (включаючи нематеріальні активи), які мають вартісне визначення, виробляються чи використовуються у діяльності суб'єктів господарювання та відображаються в їх балансі або враховуються в інших передбачених законом формах обліку майна цих суб'єктів. Залежно від економічної форми, якої набуває майно у процесі здійснення господарської діяльності, майнові цінності належать до основних фондів, оборотних засобів, коштів, товарів. Основними фондами виробничого і невиробничого призначення є будинки, споруди, машини та устаткування, обладнання, інструмент, виробничий інвентар і приладдя, господарський інвентар та інше майно тривалого використання, що віднесено законодавством до основних фондів.» [3, ст. 95].

Закон України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обмежень» уточнює поняття «об'єкт нерухомого майна (нерухоме майно, нерухомість)». До останнього належать земельні ділянки, а також

об'єкти, розташовані на земельній ділянці (будівля, споруда тощо), переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни їх призначення [4].

Таким чином до поняття нерухомість (нерухоме майно) віднесені:

- по перше, сукупність фізичних об'єктів (земля та все що нерозривно пов'язано з нею);

- по друге, нерухома власність, до якої окрім сукупності майнових матеріальних об'єктів, ще входять офіційно зареєстровані права та пов'язані з ними інтереси та переваги, обумовлені володінням, користуванням та розпорядженням цими об'єктами.

Однак наведений перелік визначень нерухомого та рухомого майна служить для здійснення та регулювання цивільно-правових угод. Крім того не заперечним є факт, що згідно з ЦК України «режим нерухомої речі може бути поширений законом на ...також інші речі, права на які підлягають державній реєстрації» [2, ст. 69]. Законодавець закріплює за собою безумовне право встановлювати та відносити до об'єктів нерухомості ті чи інші матеріально – речові цінності незалежності від того, чи є данні об'єкти об'єктами нерухомості в її класичному розумінню («...розташовано на земельній ділянці...», «...переміщення яких є неможливим без їх знецінення та зміни призначення...»). Безумовно, це приносить додаткові проблеми та неясності до господарського обігу, створює передумови для розвитку правової казуїстики, що може бути особливо негативним при умові введення в дію податку на нерухомість.

Виходячи з усього вищевикладеного можна зробити висновок, що категорія нерухомості включає в себе наступні складові:

- земельна ділянка – обмежена поверхня землі, що містить розташовані на ній природні об'єкти;

- нерухоме майно – такі що неможливо відокремити, доповнення, створені людиною, у вигляді будівель, споруд, багатовікових насаджень;

- власне нерухомість, до якої входить нерухоме майно а також сукупність юридичних прав, що пов'язані з володінням, користуванням та розпорядженням нерухомого майна.

Узагальнюючи усе вищезазначене, автор статті дає наступне визначення поняття нерухомості. Нерухомість – це ділянка землі з розташованими на ній

природними ресурсами, будівлями та спорудами, які є об'єктами відносин між громадянами, суб'єктами господарювання та державою з приводу їх володіння, користування та розпорядження.

Наведене визначення найбільш відповідає економічній сутності досліджуваної категорії. По-перше, наводиться вказівка на земельну складову нерухомості, яка є її головною компонентою, а всі доповнення, створені людиною, нерозривно пов'язані з нею; по-друге, в ринковій економіці майнові права на нерухомість виступають об'єктами відносин між громадянами, суб'єктами господарювання та державою.

Як соціально-економічне поняття, нерухомість визначає наступне. З одного боку, вона належить до засобів виробництва, при чому істотно визначає їх масштаби (земельні ділянки, адміністративні, виробничі, складські, торгівельні та інші будівлі, а також інші споруди), та виступає базою господарської діяльності та розвитку для підприємств та організацій всіх видів та форм власності. З іншого – нерухомість виступає базою особистого існування громадян та використовується для невиробничого, особистого споживання. До такого майна належать, по перше житлові будинки, квартири, дачні будівлі, будівництва господарського призначення, гаражі тощо, що знаходяться у власності громадян та використовуються для мешкання та інших особистих потреб.

Виходячи з визначення нерухомості, її місця в системі ринкових відносин автор статі доходить висновку, що нерухомості притаманна низка специфічних рис:

- стаціонарність: об'єкти нерухомості, найчастіше, міцно поєднані з землею, та їх переміщення можливо лише з завданням даному об'єкту певного чималого збитку;
- зберігання об'єктом на протязі всього його житлового циклу натурально-речової форми, та повільна втрата споживчої вартості частинами, виходячи з зношування;
- унікальність: різноманітність та несхожість об'єктів нерухомості між собою. Кожному об'єкту притаманні специфічні, що вирізняють саме його, ознаки. В принципі неможливо казати про дві однакові земельні ділянки, будівлі чи про дві однакові квартири, адже у них обов'язково будуть відмінності у розташуванні по відношенню до інших об'єктів, до комунікацій,

до лінії обрію та сторонам світу. Це дозволяє кожному покупцю, що бажає стати власником, приймати відповідне рішення спираючись на основу поєднання власних уподобань та наявних можливостей, що наприкінці й визначає привабливість об'єкта нерухомості та його вартісні характеристики;

- необхідність керування: всі об'єкти нерухомості потребують постійного керування. Це може бути, з одного боку, здійснення ремонту та різних профілактичних робіт, реконструкція об'єкту, а саме підтримка фізичної форми нерухомості, з іншого боку, керування рухом прав власності на нерухоме майно;

- регламентація та обов'язкова реєстрація всіх угод з нерухомістю державними органами в зв'язку з тим, що використання будь-якого об'єкта нерухомості торкається інтересів держави, юридичних осіб та населення.

Вирізняє нерухомість й те, що при індивідуальному споживанні (квартира, кімната, будинок, дачна ділянка) вона виступає як приватний товар, а при колективному споживанні – як частина загальнонаціональної інфраструктури та суспільний товар. Отже, нерухомість, як і всілякий товар на ринку, має ринкову вартість, яка складається враховуючи її споживчу вартість (здатність задовольняти визначені потреби), середньої вартості аналогічної нерухомості, а також залежить від ціни конкурентів та універсальності об'єкту.

Нерухомість – це особливий тип власності, що пов'язано з її подвійним характером (одночасно й приватний та суспільний товар). Тому права її володіння, користування та розпорядження суттєво відрізняються від прав власності на інші майнові об'єкти. В зв'язку з цим будь-яка операція, що пов'язана з економічним оборотом нерухомості (дозвіл на створення, купівлю – продаж, дарування, обмін, наслідування, уточнення часток) пов'язана з обов'язковими правовими процедурами, що покликані забезпечити облік інтересів всіх учасників: держави, органів місцевої влади, юридичних осіб, та окремих громадян.

Інтереси держави у сфері обігу нерухомості виявляються у трьох напрямках. По-перше, ефективне використання нерухомості, що знаходиться у суспільній власності; по-друге, захист прав власників; по-третє, забезпечення державних доходів за рахунок реалізації фіскальної функції в частині оподаткування.

Відомо що податки виражають відносини власності та являють собою фінансову форму реалізації державою свого економічного права на отримання частки створеного в суспільстві доходу для виконання своїх політичних, соціальних та інших функцій.

Що ж стосується майнового оподаткування, то його сутність в економічній літературі розкрита недостатньо, як правило, міркування обмежуються деякими пропозиціями.

В рамках вивчення питання сутності майнового оподаткування автор статті вважає, що об'єктом майнового оподаткування може бути майно двох типів: що приносить та не приносить прибуток. До першого типу можна віднести основні виробничі фонди, земельні ділянки, до другого – майно, що необхідне для обслуговування процесу виробництва, об'єкти соціального характеру та інфраструктури, майно фізичних осіб.

Єдиним для всіх типів майнового оподаткування є те, що розмір майнового податку в будь-якому випадку залежить від вартості майна або його споживчих якостей, а не від доходу, що виникає як результат його використання.

Висновки. Підбиваючи підсумки можна дійти висновку, що в умовах ринку зміст майнового податку в багатьох випадках визначається станом інституту приватної власності, існування її у різних економічних формах та на паритетних умовах, гідним правовим забезпеченням. Ступінь розвитку та ефективність функціонування сфери нерухомості в ринковій моделі економіки обумовлюється сутністю и взаємозв'язком наступних основних моментів: свобода підприємництва та вибору, ринкова система цін, особисте мотивування поведінки, регулююча роль держави.

Нові відносини власності передбачують й необхідність оновлення її керування, поставною частиною якого її оподаткування. Таким чином, дане питання потребує подальшого розгляду та більш поглибленого вивчення у подальших роботах.

Список літератури: 1. Дзера О. В., Кузнєцова Н.С. та ін. Право власності в Україні. – Х.: ТОВ «Одіссей», 2006. – 424 с. 67. 2. Цивільний кодекс України. – Х.: ТОВ «Одіссей», 2006. – 424 с. 3. Господарський кодекс України. – Х.: ТОВ «Одіссей», 2007. – 240 с. 4. Закон України «Про державну реєстрацію речових прав на нерухоме майно та їх обмежень» // Відомості Верховної Ради (ВВР), № 51, 2004. ст.55 – 63.

Надійшла до редколегії 25.08.2013 р.

УДК 336.221.24

Визначення економічної сутності поняття нерухомості при введенні податку на нерухоме майно / Кулик А. М. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 72–79. – Бібліогр.: 4 назви.

В статье проводится анализ определения понятия недвижимость, недвижимое имущество и объект недвижимости для целей налогообложения. Приведены специфические черты, которые присущие недвижимому имуществу. Определена сущность имущественного налогообложения.

Ключевые слова: налог, недвижимость, имущество, имущественные отношения, налоговая система, экономическая сущность.

The article analyzes the definition of real estate, real estate and property for tax purposes. These specific features inherent property. The essence of property taxation is given.

Keywords: tax, real estate, estate, property, taxation, economical essence.

УДК 338.2

Е. А. КУЧМА, экономист, Внедренческое предприятие «Центр-Персонал», Харьков

ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ СТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ИНВЕСТИЦИОННУЮ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ

В работе рассматриваются основные показатели финансово-экономического состояния, как одного из параметров, характеризующих инвестиционную привлекательность строительного предприятия. Произведена детализация отдельных локальных показателей и выявлена их соотносительная значимость.

Ключевые слова: финансово-экономические показатели, декомпозиция локальных показателей, комплексная модель, инвестиционная привлекательность, строительное предприятие, потенциальный инвестор.

Введение. Строительное производство представляет собой сложную многофункциональную систему с большим разнообразием видов деятельности. Динамичность строительного производства, его пространственная и временная протяженность, а так же влияние рынка с характерными для него случайными факторами определяют функционирование строительного комплекса. Проводимые в стране экономические преобразования с использованием механизмов управления инвестиционной деятельностью обуславливают необходимость совершенствования теоретической базы для анализа инвестиционной привлекательности предприятий строительного комплекса.

Анализ последних исследований и публикаций показал, что проблемы влияния финансово-экономических показателей на инвестиционную привлекательность строительного предприятия, недостаточно изучены [2-8]. В

анализируемых источниках недостаточно обоснованы финансово-экономические показатели, влияющие на инвестиционную привлекательность и адаптированные к условиям украинского рынка, а также, недостаточно уделяется внимания анализу локальных показателей с целью выявления более обоснованного их влияния.

Постановка проблемы заключается в выявлении основных показателей финансово-экономического состояния и степени их влияния на инвестиционную привлекательность строительного предприятия в модели комплексной оценки [1].

Целью статьи является формирование основных финансово-экономических показателей, в наибольшей степени влияющих на инвестиционную привлекательность, и их декомпозиция с дальнейшим применением в комплексной модели инвестиционной привлекательности строительного предприятия.

Для достижения поставленной цели рассматриваются следующие задачи:

- Анализ финансово-экономических показателей, влияющих на инвестиционную привлекательность строительного предприятия.
- Выбор основных финансово-экономических показателей инвестиционной привлекательности с позиции строительного предприятия и потенциального инвестора.
- Декомпозиция отдельных финансово-экономических показателей и оценка их соотносительной значимости с целью детального исследования их влияния на инвестиционную привлекательность строительного предприятия.

Объектом исследования является финансово-экономическое состояние строительных предприятий различной организационно-правовой формы.

Предметом исследования является выявление и анализ локальных показателей финансово-экономического состояния и их декомпозиция с целью конкретизации влияния в комплексной оценочной модели инвестиционной привлекательности строительного предприятия.

Анализ состоит в выявлении полного набора таких показателей с позиции, как потенциального инвестора, так и строительного предприятия.

На основании анализа финансово-экономических показателей, являющихся индикатором инвестиционной привлекательности, как для

потенциального инвестора, так и для строительного предприятия, выявлен следующий перечень локальных показателей:

1. Коэффициенты ликвидности – характеризуют способность предприятия удовлетворять претензии держателей краткосрочных долговых обязательств.

2. Коэффициент автономности (финансовая независимость) – характеризует зависимость фирмы от внешних займов.

3. Коэффициенты деловой активности – позволяют проанализировать, насколько эффективно предприятие использует свои средства.

4. Коэффициенты рентабельности – показывают, насколько прибыльна деятельность предприятия.

5. Коэффициенты эффективности акций – показывают эффективность инвестиций в акции предприятия.

Приведенный перечень может быть дополнен и скорректирован в зависимости от специфики или особенностей строительного предприятия и конкретных рыночных условий.

Для исследования влияния финансово-экономического состояния строительного предприятия на его инвестиционную привлекательность произведена декомпозиция отдельных локальных показателей и оценка их соотносительной значимости с позиции строительного предприятия и потенциальных инвесторов на основе парных сравнений, результаты которой представлены в таблицах 1-4.

Таблица 1. Определение удельных весов значимости оценочных параметров уровня ликвидности строительного предприятия

№ п/п	Оцениваемые параметры	Парные сравнения			Сумма значим.	Уд. вес
		1	2	3		
1	Абсолютная ликвидность		6	7	13	0,433
2	Срочная ликвидность	4		6	10	0,333
3	Текущая ликвидность	3	4		7	0,233
Итого					30	1,0

Таблица 2. Определение удельных весов значимости оценочных параметров уровня деловой активности строительного предприятия

№ п/п	Оцениваемые параметры	Парные сравнения					Сумма значим.	Уд. вес
		1	2	3	4	5		
1	Оборачиваемость оборотного капитала		6	7	7	7	27	0,270
2	Оборачиваемость основных средств	4		6	5	6	21	0,210
3	Оборачиваемость активов	3	4		4	5	16	0,160
4	Оборачиваемость запасов	3	5	6		5	19	0,190
5	Оборачиваемость дебиторской задолженности	3	4	5	5		17	0,170
Итого							100	1,0

Таблица 3. Определение удельных весов значимости оценочных параметров уровня рентабельности строительного предприятия

№ п/п	Оцениваемые параметры	Парные сравнения		Сумма значим.	Уд. вес
		1	2		
1	Рентабельность продаж		5	5	0,5
2	Рентабельность инвестиций	5		5	0,5
Итого				10	1,0

Таблица 3. Определение удельных весов значимости оценочных параметров уровня эффективности акций строительного предприятия

№ п/п	Оцениваемые параметры	Парные сравн знач.		Сумма значим.	Уд. вес
		1	2		
1	Прибыль на акцию		5	5	0,500
2	Дивиденды на акцию	5		5	0,500
			Итого	10	1,0

Определение окончательного результата значимости финансово-экономического состояния, как оцениваемого параметра в комплексной (интегральной) оценке инвестиционной привлекательности строительного предприятия является предметом дальнейшего исследования.

Выводы:

1. Выявление показателей финансово-экономического состояния, как одного из оценочных параметров в комплексной (интегральной) оценке инвестиционной привлекательности строительного предприятия с учетом декомпозиции отдельных локальных показателей произведено в интересах, как строительного предприятия, так и потенциальных инвесторов.

2. Дальнейшие исследования в данном направлении состоят в выявлении наиболее точного влияния финансово-экономического состояния на инвестиционную привлекательность строительного предприятия.

Список литературы: 1. Кучма Е.А. Комплексная оценка инвестиционной привлекательности строительного предприятия: Коммунальное хозяйство городов – Харьков., 2011 – с.50-54. 2. Рябых Д. Наиболее распространенные финансовые показатели: Корпоративный менеджмент. Интернет-проект. <http://www.cfin.ru/finanalysis/finratios.shtml>. 3. Ковалев В. В., Волкова О. К. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. – М.: ТК Велби, Издательство «Проспект», 2004 – 424 с. 4. Никольская Ю.П., Спиридонов А.А. Финансовая отчетность предприятия. – СПб.: Питер, 2004 – 256 с. 5. Ковалёв В.В. Финансовый анализ: Управление капиталом. Выбор инвестиций. Анализ отчетности. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 432 с. 6. Методика анализа финансового состояния предприятия в условиях перехода к рынку. – Деньги и кредит, 2009. №5 – 39 с. 7. Гиляровская Л.Т. Комплексный анализ финансово – экономических результатов деятельности. – М.: изд. Питер, 2005. 8. Алексеева О.В., Николаева О.Е. Система сбалансированных показателей (The Balanced Scorecard, BSC) комплексный подход в управленческом учете // Аудит и финансовый анализ. 2003. №3. С. 88-104.

Надійшла до редколегії 10.07.2013 р.

УДК 338.2

Влияние финансово-экономического состояния строительного предприятия на инвестиционную привлекательность / Кучма Е. А.// Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 79–83. – Бібліогр.: 8 назв.

У роботі розглядаються основні показники фінансово-економічного стану, як одного з параметрів, що характеризують інвестиційну привабливість будівельного підприємства. Проведена деталізація окремих локальних показників та виявлена їх співвідносна значимість.

Ключові слова: фінансово-економічні показники, декомпозиція локальних показників, комплексна модель, інвестиційна привабливість, будівельне підприємство, потенційний інвестор.

The paper examines the main figures of financial-economic status, as one of the parameters that characterize the investment attractiveness of the construction company. Produced detailing some local indicators and revealed their correlative significance.

Keywords: financial and economic indicators, local indicators of decomposition, the integrated model, investment attractiveness, construction company, a potential investor.

УДК 658.14

Ю. І. ЛЕРНЕР, канд.. екон. наук, проф., НТУ «ХПІ»,
А. В. ЛУЦЮК, студент, НТСєрікУ «ХПІ».

МЕТОДИ УПРАВЛІННЯ ВАРТІСТЮ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ

У роботі пропонується методика по оцінці вартості банківського бізнесу на основі трьох підходів: прибутковий, ринковий, витратний. Базовим підприємством було обрано ЗАТ «Фінансовий союз банк». Був проведений аналіз діяльності і фінансового стану досліджуваного об'єкту. Як результат були виявлені основні проблеми в діяльності банку і важливі переваги, які можуть підвищити його вартість.

Ключові слова: вартість реального капіталу, кредитні операції, ризик, статутний капітал.

Вступ. Вартість банківського бізнесу може визначатися не лише в контексті його продажу, за умови злиття чи поглинання, залучення інвестицій або розміщення акцій на фондовому ринку, але й розглядатися як важливий інформативний комплексний показник, який становить інтерес для широкого кола контрагентів та дає оцінку ефективності менеджменту, успішності, стійкості, інвестиційної привабливості банку. Це створює можливість розгляду зростання вартості банківського бізнесу як інтегрального індикатора успішності діяльності банку. Важливою складовою загальної проблеми оцінки вартості банківського бізнесу є проблема формування системи оцінки, що дасть можливість виділити основні елементи, підсистеми та зв'язки між ними.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Фундаментальні проблеми визначення вартості бізнесу та складових, зв'язків між цими складовими та системне представлення оцінки бізнесу знайшли відображення у працях вітчизняних та закордонних вчених, зокрема: Е. Дамодорана, Т. Коупленда, Т. Коллера, Дж. Мурина, С. Валдайцева, А. Грязнової, А. Іванова, Є. Колбачева, К. Решоткиної та ін. Окремі проблеми визначення вартості банків розглянуті у працях: З. Васильченко, М. Федотової, Р. Шамгунова, В. Рутгайзера, А. Будицького та ін. Проте, незважаючи на значну кількість наукових публікацій, проблема побудови системи оцінки вартості банківського бізнесу залишається не вирішеною остаточно.

Мета дослідження. аналіз та удосконалення діючих підходів, методологій і практичних рекомендацій щодо поліпшення фінансового стану банківської структури і оцінці вартості її бізнесу.

Завдання дослідження. Перевірка відповідності фактичному положенню звітної документації ФСБ банку, аналіз фінансового та економічного стану банку, рекомендації щодо їх поліпшення;

Об'єкт дослідження – процеси управління оптимальною і надійною роботою ФСБ банку;

Предмет дослідження – теоретичне, методологічне та практичне забезпечення обґрунтування оптимального і надійного функціонування ФСБ банку.

Матеріали дослідження. В якості базового підприємства був обраний ЗАТ «Фінансовий союз банк».

Методи дослідження, застосовувані в даній роботі, наступні:

- а) техніко-економічний аналіз;
- б) методи обліку зовнішнього середовища і фактори часу;

в) теорія ймовірностей, математична статистика, економіко-математичні методи;

г) регресійний, дисперсійний, корекційні аналізи;

д) комп'ютерне програмування.

Наукова новизна одержаних в роботі результатів:

а) вперше розробили (проф. Лернер Ю. І.):

- модифікована методологія оцінки фінансового стану соціально-економічної системи;

- модифікована методологія оцінки вартості соціально-економічної системи;

- методологія побудови просторових економіко-математичних моделей;

- методологія обліку і зменшення невизначеностей ризиків, похибок визначення показників діяльності соціально-економічних систем;

- методологія моніторингу та аналізу діяльності банківської структури;

- система аналізу і кількісної оцінки діяльності банківських структур в ретроспективі та перспективі;

- інформаційні системи комп'ютерного забезпечення зазначених вище завдань.

б) вдосконалені (авторами роботи) – методологія кількісного аналізу банківських структур, вибору оптимального варіанту їх функціонування в перспективі, кількісного аналізу діяльності в перспективі і еластичності показників їх діяльності в той же період.

Для оцінки вартості банківського бізнесу була розроблена методика оцінки їх вартості, за допомогою якої також автоматизований громіздкий процес оцінки вартості банківського бізнесу.

Зазначена методика заснована на традиційних методах оцінки вартості соціально-економічних систем в Україні та за кордоном, для чого були проаналізовані зазначені методи, підходи та принципи оцінки. В результаті цього аналізу традиційні методи оцінки вартості соціально-економічних систем були модифіковані для умов банківських структур, а також для умов урахування невизначеностей, ризиків і динаміки витрат і результатів.

З використанням зазначеної методики були проведені розрахунки по оцінці вартості банківського бізнесу для ФСБ банку.

Таблиця – Оцінка вартості банківської структури

I Частині оцінки вартості				IV Величина оцінки вартості банківської структури, млн. грн.									
№ п/п	Умовні позначення	Величина, млн.грн.	Найменування показників	розрахункова			рекомендована						
				min значення	детермінована	max значення	вага оцінки, част.од		зважена оцінка				
				min	детер	max	min	детер	max	min	детерм	max	
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	$\Pi_{1,t}^{(p)}$	$\Pi_{1,t}^{(min)}$	108,37	Метод непрямої капіталізації доходу при використанні коефіцієнтів фінансового стану банку	M_t^1	107,87	188,08	0,10	0,10	0,10	8,95	10,79	18,81
2		$\Pi_{1,t}^{(det)}$	158,34										
3		$\Pi_{1,t}^{(max)}$	169,86										
4	$\Pi_{2,t}^{(p)}$	$\Pi_{2,t}^{(min)}$	12,18	Метод непрямої капіталізації доходу при використанні коефіцієнтів фінансового стану банку	M_t^2	111,26	138,40	0,13	0,13	0,13	8,72	14,46	17,99
5		$\Pi_{2,t}^{(det)}$	14,67										
6		$\Pi_{2,t}^{(max)}$	17,17										
7	$\Pi_{3,t}^{(p)}$	$\Pi_{3,t}^{(min)}$	16,19	Метод непрямої капіталізації доходу при використанні коефіцієнтів фінансового стану банку	Традиційний спосіб	19,50	22,82	0,02	0,02	0,02	0,32	0,39	0,46
8		$\Pi_{3,t}^{(det)}$	19,50										
9		$\Pi_{3,t}^{(max)}$	22,82										
10	$\Pi_{4,t}^{(p)}$	$\Pi_{4,t}^{(min)}$	26,24	Метод непрямої капіталізації доходу при використанні коефіцієнтів фінансового стану банку	M_t^1	155,67	193,73	0,16	0,16	0,16	14,97	24,91	31,00
11		$\Pi_{4,t}^{(det)}$	31,62										
12		$\Pi_{4,t}^{(max)}$	37,00										

Продовження таблиці

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14			
II Коефіцієнти				Модифікований спосіб обліку динаміки та зовнішнього середовища	M _t ¹	103,59	167,79	207,91	0,06	0,06	0,06	10,07	12,47			
№	Найменування	Ум. познач.	Значення, од.													
13	фінансового стану	M _t ¹	0,86													
14		M _t ³	0,61													
15		M _t ⁴	0,72													
16	реверсії	K _н	1,3515		M _t ³	81,11	128,21	158,23	0,07	0,07	0,07	5,68	8,97	11,08		
17	дисконтування	Y	23,25													
18	ймовірності	K _а	0,83 (P=91%)													
III Акції				Верхня межа оцінки вартості (сума)										80,55	128,22	164,61
19	звичайних	Кількіс	P _{об} ^(t)	Нижня межа оцінки вартості	163,95	197,53	231,11	1,00	1,00	1,00	163,95	197,53	231,11			
20			привілейованих											P _{пр} ^(t)		
21	звичайних	Ціна	Ц _{об} ^(t)													
22			привілейованих											Ц _{пр} ^(t)		

На підставі цих розрахунків вдалося оцінити вартість банківського бізнесу детерміновано, «дисконтовано» і «ймовірносно».

Основними показниками діяльності банку досліджуваної сукупності були наступні показники: активи, пасиви, статутний фонд і капітал, а також показники оцінки вартості банку.

Результати дослідження. Резюмуючи результати проведеного аналізу фінансового стану банку та проведеної оцінки вартості його банківського бізнесу, наведені вище, можна відзначити наступне:

1. Банк має високий кредитний ризик: резерви під кредитні операції збільшуються при збільшенні заборгованості за кредитами – це говорить про погіршення якості обслуговування кредитів і погіршення фінансового стану позичальників; кредити недостатньо забезпечені – застава складає 63,61% від загальної суми виданих кредитів (ринкова вартість застави повинна перевищувати суму основного боргу і відсотків по ньому). Розмір кредитного ризику має бути уточнений за допомогою вивчення первинних документів.

2. У майбутньому прогнозується зниження рентабельності в банку, у тому числі за рахунок віднесення на поточні витрати витрат майбутніх періодів у розмірі 12,78 млн. грн.

3. У 2013 р. прогнозується зниження рівня капіталізації банку внаслідок повернення 24.10.12 субординованого боргу в розмірі 13000 000,00 грн.

4. Розрахункове мінімальне значення верхньої межі вартості бізнесу банку, після зважування всіх способів визначення її величини, склало 80,55 млн. грн. або близько 10,07 млн. дол США; детерміноване (розрахункове) – 128,22 млн. грн. або 16,03 млн. дол США; максимальне – 164,61 млн. грн. або 20,58 млн. дол США. Статутний капітал банку складає 197,53 млн. грн. або 24,69 млн. дол США.

5. В аналізованому періоді банк демонстрував тенденцію до погіршення фінансового стану, що показує значення рейтингового числа Mt, розрахованого різними методами. Вивчення первинних документів з великою часткою імовірності призведе до виявлення нових факторів, що негативно впливають на оцінку фінансового стану банку та зниженню розрахункової вартості.

6. Основною за обсягом складовою оцінки вартості банку по всіх варіантах розрахунку є величина реального капіталу, розрахована на момент t (момент проведення даного дослідження) в розмірі, приблизно, 160 млн. грн.

Всі складові по всіх варіантах розрахунку на наступні після моменту 1; моменти часу (перспективи) не відіграють такої ролі у формуванні оцінок вартості і складає приблизно 10% основної складової. Тому більш об'єктивне співвідношення оцінок для верхньої і нижньої меж вартості можливо після початку процесу покупки банку, коли буде надана для аналізу вся первинна інформація.

Висновки. Розрахунки за розробленою проф. Лернером Ю.І. методикою показали, що банк має в даний час структуру капіталу близьку до оптимальної. Показники фінансового стану та вартості його бізнесу мають позитивні значення як в ретроспективі, так і прогнозуються в перспективі. Отримані результати підтверджують адекватність методики і можуть бути використані в подальшому для аналізу банківських структур в соціально-економічній системі України.

Список літератури: 1. Лернер Ю.І. Фінанси підприємств. Вид-во «Консульт», Харків, 2006 р. 2. Лернер Ю.І. Бізнес-планування виробничої та підприємницької діяльності в умовах ризиків. 3. Багратян Г., Кравченко І. «Криза та регулювання фінансової системи: уроки і перспективи»// Вісник Національного банку України. – 2009. – № 11.-С 19-23. 4. «Банківська справа» / Под ред. О.І. Лавришин. – М: Банківський і біржовий науково-консультаційний центр, 1992. 5. Сайт Ассоциации украинских банков / / www.aub.com.ua. 6. Сайт Национального банка Украины www.bank.gov.ua / <http://www.ukrslat.gov.ua>.

Надійшла до редколегії 25.03.2013

УДК 658.14

Методи управління вартістю банківського бізнесу / Лернер Ю. І., Луцюк А. В. / / Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 83–89. – Бібліогр.: 6 назв.

В работе предлагается методика по оценке стоимости банковского бизнеса на основе трех подходов: доходный, рыночный, затратный. Базовым предприятием был избран ЗАО «Финансовый союз банк». Был проведен анализ деятельности и финансового состояния исследуемого объекта. Как результат были выявлены основные проблемы в деятельности банка и важные преимущества, которые могут повысить его стоимость.

Ключевые слова: стоимость реального капитала, кредитные операции, риск, уставный капитал.

This paper proposes a methodology for assessing the value of the banking business, based on three approaches: a profitable, market, cost. Bank «Financial Union Bank» was chosen as a basic enterprise. The analysis of activity and financial condition of the investigated object was conducted. As a result basic problems in activity of bank and important advantages which can promote his cost were revealed.

Keywords: real cost of capital, credit transactions, risk, equity.

УДК 330.101

Д. Ю. МИРГОРОДСЬКИЙ, аспірант Харківського гуманітарного університету «Народна українська академія»

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ДЕФІНІЦІЇ ПОНЯТТЯ «ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКОНОМІКИ»

У статті розглянуто сутність державного регулювання економіки, визначено основні підходи суті державного регулювання економіки.

Ключові слова: державне регулювання, державна економічна політика, інструменти державного регулювання.

Вступ. Питання щодо ролі держави в регулюванні економіки є досить проблематичним. Одні вчені-економісти вважають необхідним жорстке державне регулювання всіх відносин у сфері економіки, у зв'язку із цим пропонують свої методи та напрями державного впливу на економіку, інші ж – вимагають обмежити роль держави у впливі на економіку аж до повного його заперечення. Такі крайності, як надмірне втручання держави в ринкові економічні процеси (адміністративно-командна економіка) чи повне невтручання у сферу економіки (нерегульований ринок), призводять до негативних наслідків у розвитку економічної системи.

В Україні неабиякий внесок у певні аспекти дослідження проблеми державного регулювання економічного розвитку зробили такі відомі вчені, як: Ю. Бажал, О. Білорус, В. Геєць, Н. Гончарова, А. Гриценко, М. Долішній, М. Данько, С. Дорогунцов, Д. Євдокимова, І. Лукінов, Д. Лук'яненко, А. Мар'єнко, Б. Панасюк, Ю. Пахомов, В. Пономаренко, А. Поручник, М. Соколик, М. Чумаченко, А. Філіпенко, А. Шегда. Напрацювання у цій сфері акцентовано навчального характеру належать ученим-викладачам З. Ватаманюку, А. Задой, Л. Корнійчуку, Г. Климку, С. Мочерному, С. Панчишину, А. Савченку.

Мета дослідження. Тому, метою роботи є обґрунтування актуальності теоретичних підходів щодо визначення суті державного регулювання економіки.

Виклад основного матеріалу. У сучасній науковій літературі поняття «державне регулювання» не визначене, разом з тим багато вчених називають його різноманітні форми та методи. Так, ряд учених-економістів вважає, що державне регулювання здійснюється шляхом соціально-економічного

прогнозування, за допомогою антимонопольної політики і розвитку конкуренції, державної стандартизації, системи оподаткування, інших форм регулювального впливу держави. Разом з нормативно-правовим регулюванням відповідних сфер господарювання для економічної діяльності держави характерною є розробка комплексних і регіональних програм тощо.

Державне регулювання, разом із плануванням (програмуванням) організаційної діяльності, стимулюванням і контролем, державним моніторингом і протекціонізмом (підтримкою приватного підприємництва), правовою організацією державного сектора ринкової економіки, є одним із напрямів державного впливу на розвиток економічних процесів.

На основі вищевикладеного наведемо деякі визначення державного регулювання економіки.

На нашу думку, всі визначення суті державного регулювання можна згрупувати за такими ознаками:

1. Державне регулювання трактується як економічна діяльність держави.

Так, деякі автори вважають, що державне регулювання економіки – це діяльність держави щодо створення правових, економічних і соціальних передумов, необхідних для функціонування економічного механізму згідно з цілями й пріоритетами державної економічної політики, заради реалізації національних інтересів держави [5, с. 95]. Проте державне регулювання не підмінює, а посилює, доповнює ринковий механізм, держава бере на себе тільки ті функції, які непідвладні даному механізму. На наш погляд, ця дефініція на сьогодні є актуальною, оскільки ми погоджуємося з думкою, що держава повинна законодавчо «вибудувати» тло, на якому суб'єкти господарювання та інші учасники національного ринку зможуть сповна реалізувати власні можливості.

2. Державне регулювання розглядається як система заходів.

До прихильників такого підходу належать: І. Михасюк: «Державне регулювання – це комплекс заходів держави, спрямованих на скерування суб'єктів економічної діяльності в напрямі, необхідному для досягнення поставлених органами державної влади й управління цілей» [6, с. 8]. Дане визначення дещо спрощує функції держави і відводить їй роль виключно

регулятора та контролера. Проте, в даному визначенні повністю ігнорується стимулююча функція інституційного сектору, що не є правильно.

А. Булатов наводить наступне визначення: «державне регулювання економіки в умовах ринкового господарства – система типових заходів законодавчого, виконавчого та контролюючого характеру, здійснюваних уповноваженими державними установами та громадськими організаціями з метою стабілізації та пристосування соціально-економічної системи до умов, що змінюються» [7, с. 371]. Щодо визначення А. Булатова, єдиним зауваженням є незрозумілість вживання виразу «система типових заходів». На наш погляд, недоліком державного апарату є імплементація традиційних методів державного управління в динамічних зовнішніх умовах, особливо в середовищі України, інституційний сектор якої є в багатьох аспектах далеким від ідеалу. Тобто, інструменти державного впливу, які застосовувалися раніше, виявляють свою неієдздатність. З огляду на це, характеризувати державне регулювання як систему типових заходів не варто.

Л. Ходов зазначає: «Державне регулювання економіки в умовах ринкового господарства є системою типових заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, здійснюваних правомочними державними установами і громадськими організаціями з метою стабілізації і пристосування існуючої соціально-економічної системи до умов, що змінюються» [10, с. 45]. Це визначення повністю повторює дефініцію А. Булатова і не містить жодного авторського характеру.

Д. Зухба, Е. Зухба, Н. Каптуренко вважають: «державне регулювання – комплекс економічних і політичних заходів, які здійснюють державні органи з метою координації економічних процесів, спрямованих на підтримку оптимальних пропорцій суспільного виробництва і запобігання в ньому кризовим ситуаціям» [3]. У такому формулюванні, на наш погляд, не беруть до уваги динамічний аспект, тобто не вказується знову ж таки на стимулюванні державою динамічного розвитку суб'єктів ринку, а не виключно дотримання стійкого рівноважного стану.

3. Державне регулювання представляється як комплекс основних форм і методів впливу на певний процес чи об'єкт.

Прихильниками такого підходу є: С. Мочерний: «державне регулювання – комплекс основних форм і методів цілеспрямованого впливу державних

установ і організацій на розвиток суспільного способу виробництва (у тому числі продуктивних сил, техніко-економічних, організаційно-економічних та соціально-економічних відносин) для його стабілізації та пристосування до умов, що змінюються» [7, с. 379].

В. Орешина: «державне регулювання економіки – це діяльність органів влади щодо впливу їх на процес суспільного відтворення з метою досягнення суспільно корисних результатів» [4, с. 92]. Це визначення є дуже загальним і не відображає специфіки власне державної діяльності.

Л. Дідківська та Л. Головка: «державне регулювання – вплив держави на соціальний розвиток країни» [2, с. 14]. На нашу думку, визначати єдиним вектором та ціллю державного регулювання соціальний розвиток не є повністю правильним, оскільки соціальний розвиток є наслідком інституційних змін через трансформацію економічних механізмів. Більш гнучким та адаптивним до сучасного рівня розвитку України є визначення Д. Стеченко: «державне регулювання – вплив держави на відтворювальні процеси в економіці відповідними засобами з метою зорієнтувати суб'єктів господарювання та окремих громадян на досягнення цілей та пріоритетів державної політики суспільного розвитку» [8, с. 5].

Дуже звуженим є визначення В. Братишко: «Державне регулювання економіки – це процес цілеспрямованого впливу на підприємство, тобто на створення нових вартостей, а також виробництво і використання ВВП. І входить цей процес до кола інтересів винятково держави як керівної системи в суспільстві» [6]. Оскільки державне регулювання спрямоване не тільки на окремі підприємства, а на різні сфери прояву суспільних відносин, дане поняття слід розширити, що й зробила Н. Саніахметова: «державне регулювання економіки – заснована на законодавстві одна з форм державного впливу на економіку шляхом встановлення та застосування державними органами правил, націлених на коригування економічної діяльності фізичних і юридичних осіб, що підтримується можливістю застосування правових санкцій при їх порушенні» [5, с. 22].

Однак ці визначення, на наш погляд, мають такі недоліки: по-перше – відсутній системний підхід; по-друге – не повністю виокремлено об'єкт

державного регулювання, обмежуючи його тільки «відтворювальними процесами».

Проаналізувавши наведені визначення, можемо зробити висновок, що вони по-різному розкривають суть даного поняття і, як наслідок, кожне визначення по-різному трактує кінцеву мету державного регулювання.

Так, прихильники першого підходу вбачають необхідність такого регулювання заради реалізації національних інтересів держави; прихильники другого підходу – вважають метою державного регулювання стабілізацію та пристосування соціально-економічної системи до умов, що змінюються; прихильники третього підходу – у впливі на розвиток суспільного способу виробництва і покращення соціального розвитку країни. Така понятійна невизначеність породжує значну кількість різноманітних заходів державного регулювання, які не призводять до бажаних результатів.

Найбільш повно це поняття можна представити наступним чином: державне регулювання економіки – це процес управлінського впливу держави на стан окремих сегментів ринку (реального ринку, грошового ринку, ринку праці, зовнішньоекономічного сегмента) за рахунок зміни мікро- і макроекономічних параметрів з метою досягнення збалансованого зростання (економічного зростання при повній зайнятості всіх факторів) економічної системи. Отже, державне регулювання – це система заходів держави задля забезпечення виконання усіх своїх функцій.

За визначеннями Р. Склярова [9, с. 58], поняття «державне регулювання економіки» передбачає наступне:

1. Системою – об'єктом регулювання є ринкова економіка. Позасистемним утворенням – суб'єктом регулювання є держава.
2. Ринкова економіка функціонує автономно без участі держави.
3. Державне регулювання здійснюється одночасно у відношенні до тривалості функціонування ринкової економіки через внесення змін до законодавства (етимологія слова «регулювання» підтверджує саме нормотворчий характер регулювання будь-якої сфери діяльності суспільства).
4. Зміни до законодавства передбачають введення у законодавчу базу нових норм або зміну вже існуючих, що може спричинити виникнення нових приватних економічних інститутів об'єктів у ринковій економіці.

5. За рахунок вступу в дію нових (змінених) норм та/або економічних інститутів чи зв'язків, що виникли після їх вступу в дію, ринкова економіка продовжує функціонувати автономно, однак за новим принципом роботи, що автоматично забезпечує її розвиток у рамках і напрямі, що корисні державі.

6. Державне регулювання ринкової економіки ліквідує причину недосконалості роботи ринкової економіки, її внутрішній дефект, який може бути пов'язаний з інституційними, адміністративними або іншими особливостями діяльності господарських суб'єктів у рамках ринкової економіки.

Економічна теорія і практика країн з ринковою економікою виробила складний і різноманітний державний механізм реалізації структурної політики. Він охоплює цілу систему форм, методів та засобів впливу на вітчизняних та зарубіжних виробників з метою формування конкурентоспроможних національних комплексів і виробництв.

До нього належать політика фінансова, грошово-кредитна, митна, цінова, валютна, доходів, антимонопольна, інституціональна, зовнішньоекономічна тощо. Цей механізм впливає на реалізацію економічної політики як безпосередньо, так і опосередковано, коригуючи дію ринкового механізму.

Важливим кроком у правовому врегулюванні питань участі держави у сфері господарювання стало прийняття 16 січня 2003 року Господарського кодексу України. Основними напрямками економічної політики, що визначаються державою, є [1]:

- структурно-галузева політика, спрямована на здійснення державою прогресивних змін у структурі народного господарства, удосконалення міжгалузевих та внутрішньогалузевих пропорцій, стимулювання розвитку галузей, які визначають науково-технічний прогрес, забезпечують конкурентоспроможність вітчизняної продукції та зростання рівня життя населення. Складовими цієї політики є промислова, аграрна, будівельна та інші сфери економічної політики, щодо яких держава здійснює відносно самостійний комплекс заходів стимулюючого впливу;

- інвестиційна політика, спрямована на створення суб'єктам господарювання необхідних умов для залучення і концентрації коштів на потреби розширеного відтворення основних засобів виробництва, переважно у

галузях, розвиток яких визначено як пріоритети структурно-галузевої політики, а також забезпечення ефективного і відповідального використання цих коштів та здійснення контролю за ним;

- амортизаційна політика, спрямована на створення суб'єктам господарювання найбільш сприятливих та рівноцінних умов забезпечення процесу простого відтворення основних виробничих і невиробничих фондів переважно на якісно новій техніко-технологічній основі;

- політика інституційних перетворень, спрямована на формування раціональної багатокладної економічної системи шляхом трансформування відносин власності, здійснення роздержавлення економіки, приватизації та націоналізації виробничих фондів, забезпечення на власній основі розвитку різних форм власності і господарювання, еквівалентності відносин обміну між суб'єктами господарювання, державну підтримку і захист усіх форм ефективного господарювання та ліквідацію будь-яких протизаконних економічних структур;

- цінова політика, спрямована на регулювання державою відносин обміну між суб'єктами ринку з метою забезпечення еквівалентності в процесі реалізації національного продукту, дотримання необхідної паритетності цін між галузями та видами господарської діяльності, а також забезпечення стабільності оптових та роздрібних цін;

- антимонопольно-конкурентна політика, спрямована на створення оптимального конкурентного середовища діяльності суб'єктів господарювання, забезпечення їх взаємодії на умовах недопущення проявів дискримінації одних суб'єктів іншими, насамперед у сфері монопольного ціноутворення та за рахунок зниження якості продукції, послуг, сприяння зростанню ефективної соціально орієнтованої економіки;

- бюджетна політика, спрямована на оптимізацію та раціоналізацію формування доходів і використання державних фінансових ресурсів, підвищення ефективності державних інвестицій у народне господарство, узгодження загальнодержавних і місцевих інтересів у сфері міжбюджетних відносин, регулювання державного боргу та забезпечення соціальної справедливості при перерозподілі національного доходу;

- податкова політика, спрямована на забезпечення економічно обґрунтованого податкового навантаження на суб'єктів господарювання,

стимулювання суспільно необхідної економічної діяльності суб'єктів, а також дотримання принципу соціальної справедливості та конституційних гарантій прав громадян при оподаткуванні їх доходів;

- грошово-кредитна політика, спрямована на забезпечення народного господарства економічно необхідним обсягом грошової маси, досягнення ефективного готівкового обігу, залучення коштів суб'єктів господарювання та населення до банківської системи, стимулювання використання кредитних ресурсів на потреби функціонування і розвитку економіки;

- валютна політика, спрямована на встановлення і підтримання паритетного курсу національної валюти щодо іноземних валют, стимулювання зростання державних валютних резервів та їх ефективне використання;

- зовнішньоекономічна політика, спрямована на регулювання державою відносин суб'єктів господарювання з іноземними суб'єктами господарювання та захист національного ринку і вітчизняного товаровиробника.

Висновки. Отже, цілями державного регулювання економіки є економічне зростання, справедливий розподіл доходів, повна зайнятість, соціально-економічна ефективність, стабільність цін, збалансованість платоспроможного і торговельного балансу. Державне регулювання економіки повинне здійснюватися з дотриманням таких принципів:

- системний вплив на розвиток соціально-економічних процесів з урахуванням тісних взаємозв'язків ринку капіталів, фінансів, товарів, праці на базі формування необхідних економічних регуляторів і нормативів, методичної бази,

- ефективне управління підприємствами державного сектора економіки,
- суворі відповідальність органів державної влади за отримані результати від регулювання економіки.

Список літератури: 1. Господарський Кодекс України 17.09.2008, стаття 10. 2. Дідківська Л. І., Головка Л. С. Державне регулювання економіки: Навч. посіб. / Л. І. Дідківська, Л. С. Головка. – К.: Знання-Прес, 2008. – 213 с. 3. Зухба Д.С., Зухба Е.Н., Каптуренко Н.Г. Принципы и проблемы государственного регулирования экономики. – Донецк: ИПЦ «Донецк», 2002. – 25 с. 4. Малиш Н. А. Макроекономіка: навч. посіб. [для студ. вищ. навч. закл.] / Н. А. Малиш. – [3-тє вид. стереотип.]. – К.: МАУП, 2007. – 184 с. 5. Макроекономіка: Підручник / А. Г. Савченко, Г. О. Пухтаєвич, О. М. Тітьонко та ін.; За ред. А. Г. Савченка. – К.: Либідь, 2005. – 208 с. 6. Михасюк І. Р., Швайка Л. А. Державне регулювання економіки: Підручник / І. Р. Михасюк, Л. А. Швайка. – Львів: «Магнолія плюс»; видавець СПД ФО «В.М. Піча», 2006. – 220 с. 7. Мочерний С. В. Економічна теорія: навч. посіб. / С. В. Мочерний. – 4-тє вид., стереотип. – К.: ВЦ «Академія», 2009. – 640 с. 8. Стеченко Д. М. Державне регулювання економіки: Навч. посібник / Д. М. Стеченко. – К.: Знання,

2007. – 271 с. **9.** Складов Р. В. Поняття державного регулювання і державного управління економікою в умовах ринку / Р. В. Складов // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – № 2 (18). – 2012. – С. 56-60. **10.** Ходов Л. Г. Основы государственной экономической политики: Учебник / Л. Г. Ходов. – М.: Изд-во БЭК, 2007. – 332 с.

Надійшла до редколегії 05.07.2013 р.

УДК 330.101

Теоретичні підходи до дефініції поняття державне регулювання економіки / Миргородський Д. Ю. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 90–98. – Бібліогр.: 10 назв.

В статье рассматривается сущность государственного регулирования экономики, определены основные подходы сути государственного регулирования экономики. Обоснована система инструментов государственного регулирования, как составная часть механизма реализации экономической политики государства.

Ключевые слова: государственное регулирование, государственная экономическая политика.

In article the essence of state regulation of economy is considered, the main approaches of an essence of state regulation of economy are defined.

Keywords: government regulation, government economic policy.

УДК 369.06

Н. А. МОЛОЗИНА, аспірант, Класичний приватний університет,
Запоріжжя

МОДЕЛЬ ВИЗНАЧЕННЯ ОПТИМАЛЬНОГО РОЗМІРУ СТРАХОВОГО ТАРИФУ ОBOB'ЯЗКОВОГО СОЦІАЛЬНОГО МЕДИЧНОГО СТРАХУВАННЯ

У статті запропоновано модель визначення оптимального розміру страхового тарифу обов'язкового соціального медичного страхування, яка побудована на проведенні оцінки ступеня соціальних ризиків та їх оптимізації за рахунок врахування результатів оцінювання при визначенні розміру страхового тарифу.

Ключові слова: страховий тариф, обов'язкове соціальне медичне страхування, структура страхового тарифу, соціальні ризики, страхові кошти.

Обов'язкове соціальне медичне страхування є економічною категорією, яка знаходиться в підпорядкованому зв'язку з категорією фінансів. Ефективна та дієва методика визначення розміру тарифної ставки забезпечує фінансову стійкість страхових операцій та забезпечує ефективне виконання функцій та вирішення задач медичного страхування. Визначення необхідного розміру страхових тарифів із обов'язкового медичного соціального страхування надзвичайно важливе для формування і використання фондів страхування, їх подальшого розподілу і перерозподілу, для здійснення соціального захисту застрахованих на випадок захворювання.

Сьогодні актуальним є розробка методичних підходів для визначення розміру страхових тарифів з обов'язкового соціального медичного страхування і встановлення необхідного обсягу страхового фонду із цього виду страхування.

Медичне страхування є інститутом фінансового та соціального захисту, воно передбачає передачу страховику відповідальності страхувальника та застрахованого за ризиками втрати та погіршення стану здоров'я. Основним інструментом та засобом передачі відповідальності є сплата страхового внеску, в основу якого покладено визначений розмір страхового тарифу для роботодавців та самого застрахованого.

Аналіз останніх досліджень і пiтератури. В науковій літературі не існує єдиного визначення страхового тарифу. Так у Загороднього А.Г. , страховий тариф – це ставка платежу за страхування з одиниці страхової суми чи об'єкта страхування за певний період. [1.с. 91]

Вовчак О.Д. зазначає, що актуарні розрахунки є основою визначення страхових тарифів. Страховий тариф, на її думку визначається як ставка страхового внеску з одиниці страхової суми за визначений період страхування, яка забезпечує страховику формування страхових резервів, достатніх для виплати страхових відшкодувань і страхових сум, та коштів, необхідних для розвитку страхової компанії. [2]

Таркуцяк А.О. має свою думку, щодо страхового тарифу. Він вважає, що страховий тариф – це ставка страхової премії з одиниці страхової суми або вартості об'єкта страхування за визначений період страхування. [3.с. 41]

Російський вчений Шелехов К.В. визначає страховий тариф так: „Тарифная ставка – это цена страхового риска, адекватное денежное выражение обязательств страховщика по заключенному договору страхования”. [4.с.123]

Александрова М.М. визначає цей термін, як встановлений розмір плати за послуги страхування, за використання страхового продукту, за передачу ризику чи його частини страховику [5.с.153]

Статтею 10 Закону України „Про страхування ” визначається страховий тариф, як ставка страхового внеску з одиниці страхової суми за визначений період страхування. Також в цій статті визначається і страховий платіж, він визначається, як плата за страхування, яку страхувальник зобов'язаний внести страховику згідно з договором страхування. [6]

Статтею 1 Закону України «Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» визначається страховий тариф, як єдиний внесок на загальнообов'язкове державне соціальне страхування, стаття 8 вказаного Закону визначає розмір єдиного соціального внеску в залежності класу професійного ризику виробництва до яких віднесено платників. [7]

За визначенням Базилевича В.Д. страховий тариф є грошовою платою з одиниці страхової суми або з вартості об'єкта страхування (тобто з повної страхової суми) за визначений період страхування. На його думку розмір страхового тарифу залежить від переліку подій, на випадок яких відбувається страхування, ступеня ризику згідно з фізичними властивостями об'єкта страхування та строку дії страхового договору. В структурі страхового тарифу він визначає два основних компоненти – нетто премію та навантаження до нетто тарифу. Нетто-премія призначена для фінансування виплат за договором страхування, а навантаження використовується для фінансування виплат з ведення страхової справи та формування прибутку страховика.

Ризиковий внесок формується під впливом багатьох чинників, які відображають конкретні умови страхування. Він використовується для покриття ризику за всіма видами страхування, тобто для покриття виплат у разі настання страхового випадку.

Ризикова (гарантійна) надбавка формується в залежності від специфіки конкретної страхової операції і використовується для компенсації можливого перевищення фактичних виплат над розрахунковими.

Накопичувальний (ощадний внесок) використовується для накопичення суми, яка виплачується за умовами довгострокового договору. Накопичувальний внесок повинен інвестуватися з метою отримання прибутку.[8.с.440-444]

Решетніков А.В. до структури навантаження у брутто ставці страхового тарифу включає витрати на превентивні заходи, але при цьому, в структуру нетто ставки не включає ощадний внесок.[9]

За визначенням Вовчак О.Д., у структурі страхового тарифу нетто ставка формує страховий фонд та запасні фонди, які переходять у страхові резерви [2]

Всі наведені структури страхового тарифу запропоновані авторами для добровільного приватного страхування і спрямовані на реалізацію

комерційного принципу їх діяльності. Реалізація комерційного принципу діяльності добровільного приватного страхування знаходить своє відображення у структурі страхового тарифу, оскільки у надбавці що входить до бруто ставки тарифу завжди включається прибуток страхової компанії.

Стосовно страхових тарифів обов'язкового соціального страхування, що розроблено та досліджено науковцями на теперішній час, то їх розмір встановлюється законодавчо для роботодавців – у відсотках до фонду оплати праці найманих працівників, а для застрахованих у відсотках до розміру заробітної плати, що не забезпечує гнучкого врахування імовірності настання страхового випадку і в більшості випадків, як свідчить звітність діяльності Фондів про виконання їх бюджетів призводить до дефіциту страхових коштів. Тому дослідження та розробка методики визначення страхового тарифу обов'язкового соціального медичного страхування, яка буде враховувати специфіку та особливості обов'язкового соціального медичного страхування та умови його функціонування в національній економіці науковцями майже не досліджено.

Мета досліджень, постановка проблеми. Побудова методичних основ визначення страхового тарифу для нарахування внесків обов'язкового соціального медичного страхування, на основі врахування економічних умов нашої держави. Завданням наведеної методики визначення страхового тарифу є оптимізація та зниження рівня існуючих соціальних ризиків та мотивація роботодавців до формування умов до їх зниження.

Обов'язкове соціальне медичне страхування є економічною категорією, яка знаходиться в підпорядкованому зв'язку з категорією фінансів. Ефективна та дієва методика визначення розміру тарифної ставки забезпечує фінансову стійкість страхових операцій та забезпечує ефективне виконання функцій та вирішення задач медичного страхування. Визначення необхідного розміру страхових тарифів із обов'язкового медичного соціального страхування надзвичайно важливе для формування і використання фондів страхування, їх подальшого розподілу і перерозподілу, для здійснення соціального захисту застрахованих на випадок захворювання.

Сьогодні актуальним є розробка методичних підходів для визначення розміру страхових тарифів з обов'язкового соціального медичного страхування

і встановлення необхідного обсягу страхового фонду із цього виду страхування.

Медичне страхування є інститутом фінансового та соціального захисту, воно передбачає передачу страховику відповідальності страхувальника та застрахованого за ризиками втрати та погіршення стану здоров'я. Основним інструментом та засобом передачі відповідальності є сплата страхового внеску, в основу якого покладено визначений розмір страхового тарифу для роботодавців та самого застрахованого.

Матеріали досліджень. При визначенні розмірів страхових тарифів на теперішній час використовуються декілька науково обґрунтованих методів їх розрахунку.

Для розрахунку тарифів можуть бути використані такі методи: [2. с.35-38.]

- на основі теорії імовірності та методів математичної статистики з використанням часових рядів;
- на базі експертних оцінок;
- за аналогією до інших об'єктів або компаній;
- з використанням математичної статистики і розрахунку дохідності.

Методика розрахунку за статистичними методами полягає в наступному:

- 1) вивчення статистики втрат за данним видом ризику – при рішенні про допустимість ризику визначається не ймовірність рівня втрат, а ймовірність того, що вони не перевищать деякого встановленого значення;
- 2) встановлення ймовірності віддачі – R – за допомогою розрахунку показника варіації можливих альтернативних рішень (віддачі) – $p(a)$;
- 3) визначення дисперсії – міри відхилення ознаки від середнього значення;
- 4) встановлення величини ризику та можливого значення, ефективності страхування що розглядається;
- 5) розрахунок страхового тарифу на основі оцінки ймовірності страхового випадку – отримання віддачі нижче встановленої межі, але до беззбиткового рівня.

Методика групової експертної оцінки використовується, коли у фінансових системах страхування виникають проблеми, що виходять за межі

формальних математичних постановок задач. Основний принцип – з'ясування колективної думки. Порядок експертної оцінки наступний:

- 1) формування цілі;
- 2) постановка задачі;
- 3) створення групи управління;
- 4) описання форми отримання необхідного результату;
- 5) вибір методів отримання результатів;
- 6) підбір експертної групи (можлива оцінка компетентності експертів);
- 7) складання анкет опитування;
- 8) опитування експертів;
- 9) обробка (методом надання переваг, методом рангів) та аналіз результатів;
- 10) складання звіту;
- 11) встановлення страхового тарифу та страхових платежів.

За тими ризиками, де неможливо застосувати зазначені методи, використовують метод аналогій з іншими страховими компаніями або іншими об'єктами, що страхуються.

Методика розрахунку страхового тарифу та страхових платежів методом аналогій передбачає:

- вибір економічних показників для оцінки співставлення об'єктів, що розглядаються;
- розрахунок відносних показників для оцінки середніх значень;
- вибір бази розрахунку тарифу;
- розрахунок страхового тарифу та страхових платежів.

Методика розрахунку страхового тарифу за допомогою регресійних методів ґрунтується на апараті лінійного регресійного аналізу, який є важливим розділом сучасної математичної статистики. Розрахунки та їх аналіз за даною методикою здійснюється за допомогою імітаційного моделювання за допомогою ЕОМ.

Зазначена методика передбачає:

- по кожному *i*-тому року розраховується фактична збитковість страхової суми із розрахунку на 100 грн. страхової суми;

– на основі отриманого ряду у вихідних даних розраховується прогнозний рівень збитковості страхової суми, для чого використовується модель лінійного тренду, згідно якої фактичні значення збитковості страхової суми вирівнюються на основі лінійного тренду;

– тариф-нетто основний визначається, як прогноз очікуваної збитковості на $(n + 1)$ рік;

– ризикова надбавка представляє собою довірчий інтервал прогнозу очікуваної збитковості на $(n + 1)$ рік, розраховується множенням середньоквадратичного відхилення фактичних значень збитковості від вирівняних на вибране значення коефіцієнту розподілу Стюдента.

– далі визначається навантаження звичайними розрахунковими методами.

Результати досліджень. Для забезпечення більш повної реалізації економічної та соціальних функцій обов'язкового соціального медичного страхування, а також ефективної його діяльності у довгостроковій ретроспективі, пропонуємо наступну структуру страхового тарифу обов'язкового соціального медичного страхування, яка наведена наочно на рис.1.



Рис. 1 – Структура страхового тарифу обов'язкового соціального медичного страхування.

Застосування наведеної структури страхового тарифу дозволить визначати розмір страхового тарифу, за яким буде забезпечено можливості до ефективного та стабільного функціонування системи обов'язкового соціального медичного страхування, в частині його фінансової стійкості та реалізації основних завдань даного виду медичного страхування.

Згідно з наведеним аналізом методів, вважаємо за доцільне, розрахунок страхових тарифів здійснюється за наступними етапами:

1 етап – розрахунок максимального страхового тарифу (брутто-ставки) за галузями (сферах управління, видах виробництв на підставі статистичних даних). Максимальний страховий тариф розраховується з метою визначення та подальшого затвердження нормативів платежів обов'язкового страхування, що відносяться на собівартість продукції. Розрахунок максимальних страхових тарифів можливо здійснювати на підставі даних збитковості за попередні роки викликаних даним видом страхового ризику.

2 етап – розрахунок страхових тарифів для кожного об'єкта страхування;

3 етап – урахування міри ризику.

Наведені методи та принципи визначення страхових тарифів при законодавчому затвердженні розміру сплати єдиного страхового внеску враховані і використані у обов'язковому соціальному страхуванні тільки частково.

Зважаючи на те, що всі види соціального страхування є ризиковими по своїй суті, на нашу думку, методика визначення страхового тарифу повинна спрямовуватись на використання всіх важелів впливу на зниження ступеня ризику (рівня захворювальності та смертності внаслідок захворювань). Для цього пропонуємо алгоритм економічної оцінки та оптимізації страхових ризиків за рахунок визначення оптимального розміру страхових тарифів обов'язкового соціального медичного страхування, рис. 2.



Рис. 2. – Алгоритм визначення оптимального розміру страхового тарифу обов'язкового соціального медичного страхування.

Даний алгоритм передбачає визначення розміру страхового тарифу проводити на основі оцінки існуючих соціальних ризиків та їх прогнозуванню. Оцінку існуючих ризиків пропонуємо проводити за їх кількісними та якісними показниками, а саме:

1. Кількісними показниками ступеня ризику у медичному страхуванні, на нашу думку, можна вважати:

- кількість страхових випадків протягом певного періоду часу та визначення ймовірності їх настання;

- сума виплат застрахованим за всіма страховими випадками (внаслідок захворювань, при вагітності та пологах, при народженні дитини, при настанні

інвалідності внаслідок захворювання та смерті застрахованого внаслідок захворювання або нещасного випадку на виробництві).

2. Якісна оцінка ризиків у медичному страхуванні передбачає ідентифікацію та визначення міри впливу ризикоутворюючих чинників на ступень ризику.

До таких чинників, які виникають за місцем роботи застрахованого можна віднести:

- умови праці застрахованого за показниками шкідливості для стану здоров'я (за результатами атестації робочих місць);

- витрати роботодавців на забезпечення належного рівня життя та стану здоров'я працівників, до таких витрат пропонуємо віднести:

 - а) рівень заробітної плати робітників;

 - б) витрати роботодавця на проведення заходів з охорони праці;

 - в) витрати роботодавця на придбання санаторно-курортних та оздоровчих путівок для робітників та членів їх сімей;

 - г) виплата матеріальної допомоги за рахунок прибутку на лікування та оздоровлення працівників;

 - д) витрати на утримання спортивних комплексів для занять робітників та членів їх сімей;

 - е) витрати роботодавців на пропаганду та стимулювання робітників до здорового образу життя.

На нашу думку, розрахунок страхових тарифів за запропонованою методикою більш доцільно за наступних наявних переваг:

1. Розрахований розмір страхового тарифу більшим чином враховує ймовірність настання страхової події та ступінь страхового ризику, що призводить до підвищення економічної ефективності соціального страхування;

2. Детальне врахування ступеня ризику дозволяє більш достовірно розрахувати необхідний обсяг надходження страхових коштів для покриття видатків за усіма видами соціального страхування, що підвищує показники його стабільності а також забезпечує виконання його соціальної функції;

3. Дана методика спрямована на стимулювання роботодавців інвестувати кошти в стан здоров'я працівників та належні умови їх праці, що дозволить знижувати ймовірність настання захворювань та інших страхових випадків.

Висновки. Розроблена модель визначення розміру страхових тарифів для сплати єдиного соціального внеску та внеску на загальнообов'язкове соціальне медичне страхування базується на застосуванні методів теорії імовірності та математичної статистики з використанням часових рядів. Виконання дій за наведеним алгоритмом оцінки і врахування ступеня ризику при розрахунках ставок страхового тарифу за обов'язковим соціальним страхуванням, дозволить проводити його оптимізацію. Оцінка ступеня ризику враховується в розмірі страхового тарифу шляхом визначення імовірності виникнення страхової події та імовірності виникнення захворювання. Проведення оптимізації зазначених ризиків запропонована шляхом включення у страхові тарифи стимулюючих коефіцієнтів, розмір яких призводить до зростання чи зниження розміру страхового тарифу для роботодавців в залежності від стану умов праці, витрат на забезпечення гідних умов праці та стану здоров'я, а також рівня захворювальності працівників на підприємстві.

Методика розрахунку та визначення розміру страхового тарифу за обов'язковим соціальним медичним соціальним страхуванням повинна бути спрямована на:

- врахування імовірності настання страхової події та ступінь страхового ризику, що призведе до підвищення економічної ефективності соціального страхування;

- виходити з спрогнозованого та попередньо визначеного оптимального обсягу надходження страхових коштів для покриття видатків на випадок настання страхового випадку, що дозволить підвищувати показники стабільності діяльності фонду обов'язкового соціального медичного страхування а також забезпечити виконання його соціальної функції;

- бути спрямована на стимулювання роботодавців інвестувати кошти в стан здоров'я працівників та належні умови їх праці, що дозволить знижувати імовірність настання захворювань та інших страхових випадків.

Список літератури: 1. Загородній А.Г., Страхування: Термінологічний словник. / А.Г.Загородній, Г.Л. Вознюк. – 2-е вид., випр. та доп. – Львів: Видавництво „Бескид Біт”, 2002. – 104с. 2. Страхова справа – Вовчак О.Д. Бібліотека українських підручників.[Електроний ресурс] Режим доступу: http://libfree.com/165184857_strahova_spravasklad_struktura_metodika_pobudovi_strahovih_tarifiv_maynovogo_strahuvannya.html. 3. Таркуцяк А.О. Страхування: Навч. посіб. / А.О.Таркуцяк – К.: Вид-во Європ. ун-ту фінансів, інформ. систем, менеджм. і бізнесу, 2001. – 115 с. 4. Шелехов К.В. Страхование: Учеб. пособие./ К.В.Шелехов, В.Д.Бигдаш – К.: МАУП, 1998. – 424 с. 5. Александрова М.М. Страхування: Навч. посібник./ М.М.Александрова – К.: Цул, 2002. – 208с. 6. Закон України „Про страхування” ; 2745-№ (2745-14) від 04.10.2001, ВВР, 2002. 7. Закон України

«Про збір та облік єдиного внеску на загальнообов'язкове державне соціальне страхування» [Електронний ресурс], Режим доступу :<http://rada.gov.ua>. 8. Решетников А.В. Финансовый менеджмент в системе обязательного медицинского страхования. Экономика здравоохранения. [Електронний ресурс] , Режим доступу: <http://www.medi.ru>. 9. Страхування: Підручник / за ред. В. Д. Базилевича. – К.: Знання, 2008 – 1019 с.

Надійшла до редколегії 16.07.2013 р.

УДК 369.06

Модель визначення оптимального розміру страхового тарифу обов'язкового соціального медичного страхування / Молозіна Н. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 98–109. – Бібліогр.: 9 назв.

В статье предложено модель определения оптимального размера страхового тарифа обязательного социального медицинского страхования, которая основана на проведении оценки степени социальных рисков и их оптимизации за счет учета результатов оценивания при определении размера страхового тарифа.

Ключевые слова: страховой тариф, обязательное социальное медицинское страхование, структура страхового тарифа, социальные риски, страховые средства.

The insurance tariff optimal size's definition model of the obligatory social medical insurance, based on the estimation exercising of the social risks' degree and their optimization on the account of the estimation results at definition of the insurance tariff size, is offered in the article.

Keywords: insurance tariff, obligatory social medical insurance, the structure of insurance tariff, social risks, insurance means.

УДК 336.13.051

О. В. ПОРТНА, канд. екон. наук, доц., ХІНЕМ, Харків

ФІНАНСОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ КОМЕРЦІЙНИХ БАНКІВ ЯК СКЛADOVA СУКУПНОГО ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

У статті досліджено підходи до визначення фінансового потенціалу банку. Запропоновано визначення фінансового потенціалу комерційних банків як складової сукупного фінансового потенціалу країни. Розглянуто основні показники діяльності банків з точки зору формування, функціонування та використання як їх фінансового потенціалу та сукупного фінансового потенціалу України.

Ключові слова: комерційні банки, фінансовий потенціал банку, сукупний фінансовий потенціал країни.

Вступ. Зміни зовнішнього середовища, проблеми діяльності комерційних банків та надання банківських послуг, серед яких: недостатня капіталізація банківських установ, недосконалість вимог до якості та диверсифікації і ліквідності їх активів, дисбаланс між очікуваною доходністю і спроможністю компенсувати прийняті ризики, відсутність ефективної системи захисту прав споживачів банківських послуг, низький рівень прозорості діяльності

банківських установ, недостатня інституційна спроможність інститутів державного регулювання, позначається на спроможності вживати заходів з підвищення ефективності діяльності банківських установ та поліпшення їх результатів як складових сукупного фінансового потенціалу України задля зміцнення останнього.

Фінансовий потенціал банківської системи як складова сукупного фінансового потенціалу України набуває особливої актуальності в умовах розвитку фінансової економіки, поширення банківського сектору. Актуалізуються питання дослідження діяльності банківських установ, їх результатів, створення об'єктивних передумов їх використання з метою збільшення обсягів продажів, прибутків банківських установ, тобто і зміцнення сукупного фінансового потенціалу країни. Тому особливої значущості набуває забезпечення стійкості банківської системи, визначення пріоритетів спрямування фінансових ресурсів, запасів, засобів, результатів діяльності, капіталу комерційних банків через відповідні механізми та інструменти на розвиток економіки України, досягнення цілей національного добробуту.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Сутність, складові та засоби фінансового потенціалу банківських установ майже завжди були предметом серйозних наукових досліджень. Останнім часом ці проблеми розглядали у своїх працях вітчизняні та зарубіжні вчені та практики такі як: О. Васюренко, Г. Лазаренкова, М. Савлук, А. Мороз, А. Лузин, О. Воробйова, Е. Каврук, Ю. Сердюк-Копчекчі, С. Вольська, Я. Кривич та багато інших. Незважаючи на різноплановість та глибину проведених досліджень питання місця фінансового потенціалу банків у сукупному фінансовому потенціалу країни залишаються недостатньо розкритими та обґрунтованими і потребують додаткового опрацювання. Це стосується формування, функціонування та використання фінансового потенціалу банківського сектору у складі сукупного фінансового потенціалу країни і є досить актуальними як із наукового, так і з практичного погляду. Адже банкіри постійно шукають нові, досконаліші та привабливіші способи залучення та використання ресурсів, тим самим беручі активну участь у функціонуванні та зміцненні сукупного фінансового потенціалу України та підвищуючи стабільність як окремої банківської установи, всієї банківської системи, окремих суб'єктів економіки і країни загалом.

Мета досліджень, постановка проблеми. Дослідити підходи до визначення фінансового потенціалу банків, взаємозв'язок фінансового потенціалу комерційних банків з іншими складовими сукупного фінансового потенціалу України. Розглянути підходи до оцінки фінансового потенціалу банківського сектору у складі сукупного фінансового потенціалу. Розкрити перспективи розвитку банківської системи як складової фінансового потенціалу країни.

Результати досліджень. Наукові підходи й інструментарій підвищення ефективності діяльності комерційних банків мають виняткове значення для розвитку банківської системи, окремих суб'єктів господарювання і країни загалом, а отже і зміцнення сукупного фінансового потенціалу України. Слабкі позиції України у банківській сфері, з врахуванням сучасних умов фінансіаризації та глобалізації, є неприйнятними для суспільства та економіки з кількох причин – це складність та хаотичність державного регулювання, обмеженість фінансового потенціалу фактичних і потенційних інвесторів та недовіра до банківського сектору, нестабільність залучення та використання фінансового потенціалу комерційних банків. Все це обмежує діяльність комерційних банків, їх ефективну взаємодію з іншими суб'єктами економіки, а отже і участь у зміцненні фінансового потенціалу країни.

Як вже зазначалося вище у багаточисленних наукових доробках широко розглянуто фінансовий потенціал банків. Наведемо деякі з них. Досліджуючи кредитно-інвестиційний потенціал банків України, О. Воробйова визначила, що під фінансовим потенціалом слід розуміти суму власного капіталу та зобов'язань [1, с. 10].

Розглядаючи фінансову стійкість банку та механізми її забезпечення, С. Вольська визначила фінансовий потенціал банку, що означає наявність ресурсів у даний період часу, можливості їх подальшого формування та забезпечення ефективного руху банківських ресурсів у перспективі [2, с. 8].

Аналізуючи фінансовий потенціал суб'єктів господарювання як чинник сталого розвитку ринкової економіки, В. Глущенко зазначив, що «саме фінансовий потенціал є основою всіх інших видів потенціалу. Він характеризує минуле, теперішнє і майбутнє сукупністю показників, які повинні як кількісно (ресурси), так і якісно (результат) визначити розвиток суб'єкта

господарювання. Виходячи з цього, фінансовий потенціал є сукупність ресурсів та результатів діяльності, що забезпечує розвиток суб'єкта на найближчу та довгострокову перспективу» [3, с. 21].

Ці визначення розглядають різні аспекти фінансового потенціалу, виходячи з понятійної неконкретності останнього, що виникає в силу масовості та різноманітності явищ, які він описує. Тобто можемо констатувати, що виправдано існування безлічі різноаспектних підходів до фінансового потенціалу банків: ресурсний, результативний, фактографічний, змішаний тощо. У такому різноманітті не слід забувати про сутність банківської діяльності, а тобто і про специфіку фінансового потенціалу банків у складі сукупного фінансового потенціалу країни (СФПК), що обумовлюється функцією перерозподілу з одних сфер різновидів обігу та використання в інші без переходу критичних меж, загрози, загибелі, руйнування. Перерозподіл полягає в тому, що фінансові ресурси, вивільнені на окремих стадіях відтворювального процесу, з допомогою банківської системи спрямовуються в інші сектори економічної системи, що прискорює обіг капіталу, сприяє прогресивному коригуванню всієї структури виробництва, створює можливості для запровадження новітніх технологій [4, с. 7], отже сприяє розвитку інших суб'єктів економіки, а, відтак, зміцненню сукупного фінансового потенціалу країни.

На основі наведених визначень та проведеного аналізу розглянемо фінансовий потенціал комерційних банків як складових СФПК, що можемо розуміти як функціонування сукупності ресурсів, запасів, засобів та результатів діяльності комерційних банків як капіталу, забезпечуючи зростання вартості, доходу, досягнення соціально-економічних ефектів й розвитку як окремих суб'єктів економіки, так і країни загалом у найближчій та довгостроковій перспективах.

Розглянемо функціонування фінансового потенціалу комерційних банків у складі СФПК. Досліджуючи фінансовий потенціал України С. Шумська враховує у його складі тільки статутний капітал банківської системи зазначаючи, що оскільки в організаційному плані фінансовий ринок є сукупністю ринкових фінансових інституцій, які супроводжують потоки коштів від власників фінансових ресурсів до користувачів, їх власний капітал окремо включено у величину сукупного фінансового потенціалу країни (як суб'єктів,

що роблять важливий внесок у його формування). Тому у розрахунках ФП України окремою складовою виділено блок ресурсів фінансового ринку, до якого віднесено лише обсяги статутного капіталу комерційних банків БС [5, с. 60-61].

Але, враховуючи вищезазначене, цей підхід є невиправданим. Поділяємо думку В. Глуценка, що протиставляти фінансовий потенціал фінансовим ресурсам немає сенсу. Ресурси торкаються глибинних засад господарської поведінки суб'єкта, визначаючи стратегічну лінію перетворень та збочень у діяльності суб'єкта. Саме тому ресурси знаходяться у полі зору дослідників, визначають центр їх наукової уваги. В той же час необхідно зважити на те, що ресурси є «запас», а не «потік», грошових засобів, який враховує фінансовий потенціал суб'єктів господарювання. Вимірювання фінансового потенціалу не може спиратись на «запас»; воно неодмінно передбачає і вимір «потоків» цих ресурсів [3, с. 15].

Таким чином, узагальнюючи можна зазначити, що аналіз функціонування фінансового потенціалу комерційних банків у складі СФПК повинен спиратись на комплексний розгляд ресурсів, потоків, запасів, засобів та результатів їх діяльності. А наведені вище підходи до визначення фінансового потенціалу комерційних банків є тому підтвердженням. Тому, вважаємо за доцільне провести такий аналіз.

За даними Національного банку України станом на 01 січня 2013 року капітал банків становив 169,8 млрд. грн., або 15,1% пасивів банків. Сплачений зареєстрований статутний капітал банків становив 175,4 млрд. грн. Зобов'язання банків на 01 січня 2013 року становили 957,4 млрд. грн. Основними складовими зобов'язань були: кошти фізичних осіб – 364,7 млрд. грн., або 38,1%; кошти суб'єктів господарювання – 202,6 млрд. грн., або 21,2%; міжбанківські кредити та депозити – 119,3 млрд. грн., або 12,5%. Структура коштів фізичних осіб у банках така: строкові кошти – 289,5 млрд. грн., або 79,4%; кошти на вимогу – 75,2 млрд. грн., або 20,6%. Активи банків України на 01 січня 2013 року становили 1 127,3 млрд. грн., загальні активи – 1 267,8 млрд. грн. Структура загальних активів банків така: готівкові кошти, банківські метали та кошти в Національному банку України – 5,1%; кореспондентські рахунки, що відкриті в інших банках, – 7,9%; кредити надані – 63,7%;

вкладення в цінні папери – 8,2%; дебіторська заборгованість – 5,1%; основні засоби та нематеріальні активи – 4,3%; нараховані доходи до отримання – 4,2%; інші активи – 1,5% [6].

За станом на 01.01.2012 капітал банків за 2011 рік зріс на 16,9% і за станом на 01.01.2012 становив 161,0 млрд. грн., або 15,2% пасивів банків. Сплачений зареєстрований статутний капітал банків збільшився на 17,8% – до 171,9 млрд. грн. Зобов'язання банків зросли на 11,6% – до 897,6 млрд. грн. Основними складовими зобов'язань на 01.01.2012 були: кошти фізичних осіб – 306,2 млрд. грн., або 34,1%; кошти суб'єктів господарювання – 186,2 млрд. грн., або 20,7%; міжбанківські кредити та депозити – 166,5 млрд. грн., або 18,6%. Структура коштів фізичних осіб у банках така: строкові кошти – 237,4 млрд. грн., або 77,5%; кошти на вимогу – 68,8 млрд. грн., або 22,5%. Активи банків України збільшилися на 12,4% і на 01.01.2012 становили 1 058,6 млрд. грн., загальні активи – 1 212,9 млрд. грн. Структура загальних активів банків така: готівкові кошти, банківські метали та кошти в Національному банку України – 4,9%; кореспондентські рахунки, що відкриті в інших банках – 6,5%; кредитні операції – 68,0%; вкладення в цінні папери – 7,2%; дебіторська заборгованість – 3,4%; основні засоби та нематеріальні активи – 4,6%; нараховані доходи до отримання – 4,4%; інші активи – 1,0% [6].

За станом на 01 січня 2011 року власний капітал банків склав 141,7 млрд. грн. або 15,0 % пасивів банків. Власний капітал банків має таку структуру. Сплачений зареєстрований статутний капітал складає 102,9% від капіталу; дивіденди, що спрямовані на збільшення статутного капіталу – 0,3%; емісійні різниці – 6,0%; загальні резерви та фонди банків – 8,9%; результати минулих років – (-20,5%); результати звітнього року, що очікують затвердження – 0,3%; результати поточного року – (-6,2%); результат переоцінки основних засобів, нематеріальних активів, цінних паперів у портфелі банку на продаж та інвестицій в асоційовані компанії – 8,3%. Зобов'язання банків становили 803,8 млрд. грн. Основні складові зобов'язань: кошти фізичних осіб – 270,7 млрд. грн., або 33,7% від зобов'язань; строкові вклади (депозити) інших банків та кредити, що отримані від інших банків, – 172,8 млрд. грн., або 21,5%; кошти суб'єктів господарювання – 144,0 млрд. грн., або 17,9%. Банки мають таку структуру коштів населення з точки зору строковості. Строкові кошти складають 206,6 млрд. грн., або 76,3% від загальної суми коштів населення, а

кошти на вимогу – 64,1 млрд. грн., або 23,7%. Активи банків становили 945,5 млрд.грн., загальні активи – 1 090,1 млрд. грн [6].

Банки мають таку структуру загальних активів. Готівкові кошти, банківські метали та кошти в НБУ – 4,9% від суми загальних активів, залишки коштів на коррахунках, що відкриті в інших банках – 6,2%, кредитні операції – 69,3%, вкладення в цінні папери – 7,7%, дебіторська заборгованість – 1,9%, основні засоби та нематеріальні активи – 4,0%, нараховані доходи до отримання – 4,6%, інші активи – 1,4% [6].

Аналізуючи результати діяльності комерційних банків на основі даних НБУ, розглянемо їх доходи та витрати. Доходи банків України у 2012 році порівняно з 2011 роком збільшилися на 5,4% і становили 150,4 млрд. грн. Витрати банків України зменшилися на 3,3% і становили 145,5 млрд. грн. За 2012 рік система банків отримала прибуток у розмірі 4,9 млрд. грн. (за 2011 рік – збиток 7,7 млрд. грн.). Доходи банків України у 2011 році порівняно з 2010 роком збільшилися на 4,3% і становили 142,8 млрд. грн. Витрати банків України за зазначений період збільшилися на 0,4% і становили 150,5 млрд. грн. Доходи банків у 2010 році порівняно з 2009 роком скоротились на 4,3% і склали 136,8 млрд. грн. Витрати банків скоротились на 17,4% і склали 149,9 млрд. грн. Від’ємний фінансовий результат по системі банків на 01.01.2011 склав 13,0 млрд. грн., що майже втричі менше, ніж за станом на 01.01.2010 (38,4 млрд. грн.) [6].

Як бачимо з наведених даних та таблиці 1, показники і результати діяльності банків постійно покращуються, що позитивно впливає як на фінансовий потенціал комерційних, так безпосередньо і на СФПК.

Приєднуємось до думки Ж. Довгань, що у механізмі забезпечення фінансової стійкості банківської системи одне з провідних місць належить інструментам монетарної політики [7, с. 223]. Їх можемо також вважати інструментами регулювання та зміцнення фінансового потенціалу.

Таблиця. Основні показники діяльності банків України (млн.грн.)*

№	Назва показника	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013
1.	Кількість банків	182	176	176	176
1.1	з них: з іноземним капіталом	51	55	53	53
	у т.ч. зі 100% іноземним капіталом	18	20	22	22
2.	Частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків, %	35,8	40,6	41,9	39,5
	Активи				
I.	Активи банків	880 302	942 088	1 054 280	1 127 192
	Загальні активи	1 001 626	1 090 248	1 211 540	1 267 892
1.	Готівкові кошти та банківські метали	21 725	26 749	27 008	30 346
2.	Кошти в НБУ	23 337	26 190	31 310	33 740
3.	Кореспондентські рахунки, що відкриті в інших банках	51 323	67 596	78 395	99 472
4.	Кредити надані	747 348	755 030	825 320	815 327
	з них:				
4.1	кредити, що надані суб'єктам господарювання	474 991	508 288	580 907	609 202
4.2	кредити, надані фізичним особам	222 538	186 540	174 650	161 775
5.	Довгострокові кредити	441 778	420 061	426 430	394 246
5.1	з них: довгострокові кредити суб'єктам господарювання	244 412	262 199	290 348	276 683
6.	Прострочена заборгованість за кредитами	69 935	84 851	79 292	72 520
7.	Вкладення в цінні папери	39 335	83 559	87 719	96 340
8.	Резерви під активні операції банків	122 433	148 839	157 907	141 319
	Пасиви				
II.	Пасиви, усього	880 302	942 088	1 054 280	1 127 192
1.	Капітал	115 175	137 725	155 487	169 320
1.1	з нього: сплачений зареєстрований статутний капітал	119 189	145 857	171 865	175 204
1.2	Частка капіталу у пасивах	13,1	14,6	14,7	15,0
2.	Зобов'язання банків	765 127	804 363	898 793	957 872
	з них:				
2.1	кошти суб'єктів господарювання	115 204	144 038	186 213	202 550
	з них: строкові кошти суб'єктів господарювання	50 511	55 276	74 239	92 786
2.2	кошти фізичних осіб	210 006	270 733	306 205	364 003
	з них: строкові кошти фізичних осіб	155 201	206 630	237 438	289 129
	Довідково:				
1	Регулятивний капітал	135 802	160 897	178 454	178 909
2	Достатність (адекватність) регулятивного капіталу (H2)	18,08	20,83	18,90	18,06
3	Доходи	142 995	136 848	142 778	150 449
4	Витрати	181 445	149 875	150 486	145 550
5	Результат діяльності	-38 450	-13 027	-7 708	4 899
6	Рентабельність активів, %	-4,38	-1,45	-0,76	0,45
7	Рентабельність капіталу, %	-32,52	-10,19	-5,27	3,03

* За даними Національного банку України [Електронний ресурс] : офіційне Інтернет-представництво. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index> – Назва з екрану [6].

Тобто розвиток та посилення стійкості банківської системи, зміцнення її фінансового потенціалу завжди були та залишаються основними засадами грошово-кредитної політики України. Стабільна грошова одиниця, а також ужиття заходів, спрямованих на розвиток та посилення стійкості банківської системи, сприяли подальшому розширенню ресурсної бази банків. Обсяг депозитів фізичних осіб за 2011 рік збільшився на 13,1%, за 7 місяців 2012 року – на 11,3%. Вклади в національній валюті зростали більшими темпами порівняно з депозитами в іноземній валюті. Проте динаміка обсягів кредитування поки що є нестабільною. Якщо у 2011 році приріст обсягів кредитування банками реального сектору становив 14,9%, то за 7 місяців 2012 року – 1,6 %. Така нестабільність пов'язана насамперед із наявністю значних зовнішніх ризиків та невизначеністю щодо подальшого розвитку ситуації на ринках [8].

Відповідно до основних засад грошово-кредитної політики України на 2013 рік, у міру досягнення основної цілі підтримуватиметься діяльність Уряду щодо забезпечення високих темпів економічного розвитку. Така робота концентруватиметься насамперед в площині створення умов для активізації кредитної діяльності банків. Залежно від ситуації на грошово-кредитному ринку розглядатиметься питання щодо надання відповідних монетарних стимулів, вживатимуться заходи щодо підвищення рівня капіталізації банків, покращення якості їх кредитного портфеля, удосконалення законодавчої бази, що регулює кредитну діяльність, стимулювання заощаджувальної активності населення [8]. Що, на нашу думку, позитивно вплине як на фінансовий потенціал комерційних банків так і на весь сукупний фінансовий потенціал України.

Висновки. Фінансовий потенціал комерційних банків як складову сукупного фінансового потенціалу країни треба розуміти як функціонування сукупності ресурсів, запасів, засобів та результатів діяльності комерційних банків як капіталу, забезпечуючи зростання вартості, доходу, досягнення соціально-економічних ефектів й розвитку як окремих суб'єктів економіки, так і країни загалом у найближчій та довгостроковій перспективах. Такий підхід надасть можливість комплексно досліджувати формування, функціонування та

використання як фінансового потенціалу комерційних банків, так і його роль та значення як складової сукупного фінансового потенціалу України.

Список літератури: 1. Воробйова О.І. Кредитно-інвестиційний потенціал банків України : автореф. дис... докт. екон. наук: 08.00.08 / Воробйова О.І. – Донецьк, 2011. – 39 с. 2. Вольська С.П. фінансова стійкість банку та механізми її забезпечення : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.00.08 / Вольська С.П. – Київ, 2011. – 18 с. 3. Глуценко В.В. Концептуальні основи формування фінансового потенціалу суб'єктів господарювання в Україні / В.В. Глуценко // Фінансовий потенціал суб'єктів господарювання як чинник сталого розвитку ринкової економіки : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., 1 лют. 2013 р., Харків. – Х., 2013. – С. 13–25. 4. Базилевич В.Д. Розвиток фінансового ринку в сучасних умовах / В.Д. Базилевич // Фінанси України. – 2009. – № 12. – С. 5–12. 5. Шумська С.С. Фінансовий потенціал України: методологія визначення та оцінки / С.С. Шумська // Фінанси України. – 2007. – № 5. – С. 55–64. 6. Національний банк України [Електронний ресурс] : офіційне Інтернет-представництво. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index> – Назва з екрану. 7. Довгань Ж. М. Антикризове регулювання, банківський нагляд і монетарна політика в механізмі забезпечення фінансової стійкості банківської системи / Ж.М. Довгань // Бізнес-інформ. – 2013. – № 2. – С. 222 – 227. 8. Основні засади грошово-кредитної політики на 2013 рік. Національний банк України [Електронний ресурс] : офіційне Інтернет-представництво. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/control/uk/index> – Назва з екрану.

Надійшла до редколегії 22.05.2013

Фінансовий потенціал комерційних банків як складова сукупного фінансового потенціалу України / Портна О. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 109–118. – Бібліогр.: 8 назв.

В статье исследованы подходы к определению финансового потенциала банка. Предложено определение финансового потенциала коммерческого банка как составляющей совокупного финансового потенциала страны. Рассмотрены основные показатели деятельности банков с точки зрения формирования, функционирования и использования как их финансового потенциала так и совокупного финансового потенциала Украины.

Ключевые слова: коммерческие банки, финансовый потенциал банка, совокупный финансовый потенциал страны.

The article highlights the study of approaches to definition of the financial potential of a bank. The definition of the financial potential of a commercial bank as a component of the combined financial potential of the country has been suggested. The key performance indicators of banking have been analyzed from the viewpoint of formation, functioning and application of their financial potential as well as of the combined potential of Ukraine.

Keywords: commercial banks, financial potential of a bank, combined financial potential of the country.

УДК 332.012.324

Т. В. П'ЯТАК, канд. техн. наук, доц., НТУ «ХПІ»;
А. Ю. ГАЛЬЦОВ, студент, НТУ «ХПІ».

ШЛЯХИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ: АНАЛІЗ ТЕОРЕТИЧНИХ НАДБАНЬ

В статті розглянуті різноманітні підходи до формування ефективної структури капіталу та основні напрямки вивчення цього питання; описуються критерії оптимізації структури капіталу.

Ключові слова: структура капіталу, власний капітал, запозичений капітал, фінансовий леверидж, асиметрична інформація, сигнальна модель, теорія інформаційних каскадів.

Постановка проблеми. У сучасних умовах зросло значення вдосконалення структури капіталу, оскільки тільки його оптимальна структура дозволяє підприємству найповніше реалізувати свої виробничі можливості. На жаль в Україні більшість підприємств не приділяють значної уваги цьому питанню, змінюючи структури власного капіталу в залежності від сьогоденних завдань і не проводячи поглибленого аналізу наслідків цих змін.

Виклад основного матеріалу. Формування структури капіталу підприємства повинно враховувати ряд особливостей. А саме, чи відповідає політика фінансування підприємства стратегічним задачам, що стоять перед нею; чи завжди операції, укладені в області залучення капіталу, ведуть до зростання ринкової вартості активів підприємства. Щоб всебічно розглянути це питання потрібно звернутися до надбань теоретичних вчень.

Перш за все розглянемо поняття «структури капіталу». Так Федоренко Н.О. вважає, що структура капіталу- це співвідношення (питома вага) створюючих його елементів [1].

Структура капіталу характеризується співвідношенням власних і позикових коштів, які використовуються підприємством в процесі господарської діяльності.

Теорія оптимізації структури капіталу тісно взаємопов'язана з теоріями вартості капіталу та ринкової вартості компанії завдяки порівнянню вартості залучення власного та позикового капіталу та аналізу впливу різноманітних шляхів фінансування на ринкову вартість компанії.

Власний капітал – це власні джерела підприємства, які без визначення строку повернення внесені засновниками або залишені ними (засновниками) на підприємстві з уже оподаткованого прибутку. Складові власного капіталу відбивають суму, яку власники (засновники) передали в розпорядження підприємства як внески чи залишили у формі нерозподіленого прибутку, або суму, що її підприємство одержало у своє розпорядження ззовні (від інших підприємств) без повернення.

Позиковий капітал підприємства – це кошти, які залучаються для фінансування господарської діяльності підприємства на принципах строковості,

поверненості та платності. Залучений капітал, у вигляді позикових коштів, можливо здобувати, використовуючи зовнішнє та внутрішнє залучення.

Способи залучення позикового капіталу зображені на рис.

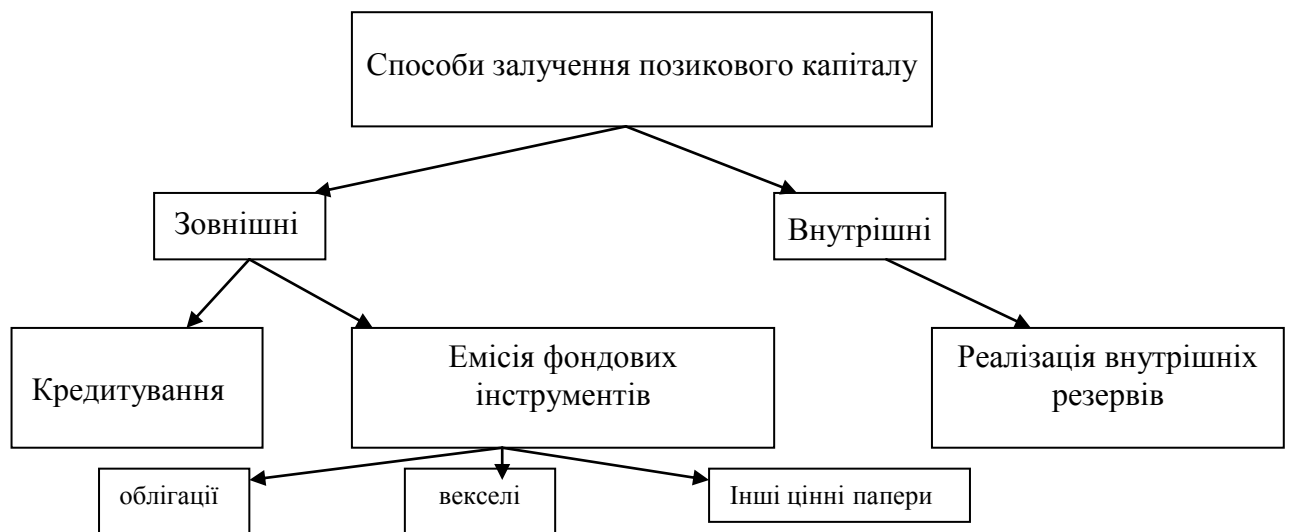


Рис. – Шляхи залучення позикового капіталу

Нижче наведена порівняльна таблиця переваг та недоліків власного та залученого капіталів:

Таблиця 1. Переваги та недоліки власного та залученого капіталів

ПЕРЕВАГИ	ВЛАСНИЙ КАПІТАЛ	ЗАПОЗИЧЕНИЙ КАПІТАЛ
	Простота залучення	Широкі можливості залучення
	Висока здатність генерування прибутку у всіх сферах діяльності	Забезпечує ріст фінансового потенціалу підприємства та темпів росту обсягів його господарської діяльності
	Забезпечення фінансової стійкості розвитку підприємства	Здатність генерувати приріст фінансової рентабельності
НЕДОЛІКИ	Обмеження обсягів залучення фінансових ресурсів для розширення операційної та інвестиційної діяльності підприємства	Ризик зниження фінансової стійкості та втрати платоспроможності
	Висока вартість	Генерує меншу норму прибутку
	Неможливе забезпечення перевищення коефіцієнту фінансової рентабельності підприємства над економічною	Висока залежність вартості позиченого капіталу від коливань кон'юнктури фінансового ринку

Згідно з традиційної теорії аналізу фінансових рішень, існує залежність середньої вартості капіталу фірми від його структури. Прихильники цієї теорії

вважають, що вартість позикового капіталу завжди нижче за вартість власного капіталу фірми і зростання частки позикового капіталу повинно сприяти зменшенню середньої вартості капіталу підприємства.

Варто зазначити, що на нашу думку, в даній теорії є декілька суперечливих моментів. З зростанням частки залученого капіталу, істотно зростає ризик втрати фінансової стійкості компанії, що в найгіршому стані може призвести до банкрутства.

Отже, найбільш стабільним є підприємство, яке використовує лише власний капітал, оскільки коефіцієнт автономії в такому випадку дорівнює одиниці. Зростання власного капіталу свідчить про здатність підприємств формувати і ефективно розподіляти прибуток, уміння підтримувати фінансову рівновагу за рахунок внутрішніх джерел. Водночас зменшення обсягів власного капіталу може бути наслідком неефективної, збиткової діяльності. Але темпи розвитку подібних підприємств обмежені, оскільки власний капітал не може забезпечити необхідного додаткового обсягу активів в періоди сприятливої кон'юнктури ринку [3].

З середини XX сторіччя було висунуто низку теорій, щодо оптимізації структури капіталу компанії, які відображали вплив різноманітних факторів.

Згідно теорії Міллера–Модільяні (1958 р.), ціна підприємства, тобто ринкова оцінка його капіталу, не залежить від величини позикових засобів і може бути розрахована по величині операційного прибутку і необхідної прибутковості акціонерного капіталу при нульовому фінансовому важелі. Ринкова ціна підприємства таким чином може бути визначена капіталізацією операційного прибутку і ніяким чином не залежить від структури капіталу підприємства [8].

Ринкова вартість V_0 дорівнює сумі ринкової вартості оплаченого капіталу V_{eo} та ринкової вартості боргу D_o :

$$V_0 = V_{eo} + D_o \quad (1)$$

В зв'язку з цим до фінансового менеджменту вводиться поняття фінансовий леверидж. Під цим терміном мається на увазі структура капіталу з використанням залучених коштів у вигляді позичок, а також продаж привілейованих акцій для формування фондів корпорації. Фінансовий леверидж стає важливим показником під час розробки структурної політики капіталу.

М. Бреннан, Є.Шварц та Х.Леланд у своїй компромісній теорії (теорії стаціонарного співвідношення) розглядали вплив таких факторів, як оподаткування прибутку та витрати банкрутства. Вони наголошували, що оптимальне значення фінансової структури капіталу визначається шляхом знаходження точки компромісу з урахуванням двох факторів: оподаткування прибутку та витрати банкрутства. Структура капіталу формується у певних умовах, що визначають відповідність рівня доходності ризику використовуваного капіталу. Знаходження компромісу щодо впливу даних умов на стан підприємства згідно з даної теорії повинно буди в основі побудови структури капіталу [4].

У компромісному підході передбачається, що підприємства однієї галузі мають схожу структуру капіталу, оскільки мають однотипні активи, комерційний ризик (характер попиту, ціноутворення на продукцію, що випускається, і споживані матеріали, операційний важіль), та близькі значення прибутковості діяльності і податкові умови.

Аналіз компромісної концепції дозволило зробити наступні висновки:

- підтвердження факту збільшення ризику банкрутства при зростанні позикового капіталу;
- розподіл діяльності підприємства на стадії, що різняться, по критерію «питома вага позикового капіталу» дозволяє зробити висновок, що у кожному конкретному випадку необхідний індивідуальний підхід до оптимізації.

Згідно компромісної теорії компанії, що мають не грошові матеріальні активи та значний обсяг оподаткованого прибутку повинні планувати високий коефіцієнт боргового навантаження. Компанії, що мають ризикові нематеріальні активи, повинні діяти за рахунок самофінансування.

Існують і альтернативні теорії пошуку оптимальної структури капіталу фірми. Серед них виділяється теорія ієрархії Г. Дональдсона. Основні принципи даної теорії полягають у наступному [4]:

1. підприємства надають перевагу внутрішнім джерелам фінансування
2. розмір дивідендних виплат підприємства встановлюється у відповідності до його інвестиційних можливостей
3. стабільна та поміркована дивідендна політика означає, що потоки грошових коштів, що одержані за рахунок власних джерел, можуть перевищувати об'єм капіталовкладень.

4. У разі необхідності зовнішнього фінансування, підприємство спочатку випускає найнадійніші цінні папери.

Менеджери підприємства при виборі джерел фінансування завжди прагнуть вибрати джерело вищої ієрархії, тобто джерело з найменшими витратами по залученню і найменшим ризиком.

Таггарт, Марш, Оплер та Тітман доводять, що існує певний оптимальний рівень заборгованості. Марш використовує логіт-модель, що поєднує ймовірність емісії акцій чи облігацій з відхиленням (тотожно значенню поточної заборгованості) від оптимального, яке вимірюється як середнє за період спостереження. Оплер та Тітман аналізують не лише рішення щодо емісії цінних паперів, а й рішення щодо дострокового погашення облігацій[2].

У вищезазначених моделях розглядався процес ухвалення рішень щодо структури капіталу за умов, коли інвестори і керівництво підприємства мають однакову інформацію про перспективи підприємства. На практиці, керівництво компанії завжди володіє більш повною інформацією щодо інвестиційних можливостей і стану підприємства. Ситуацію, при якій інформація розподіляється асиметрично, розглядали у своїх роботах на кінці ХХ сторіччя Рос, Майерс, Долі і Майлуф. Сигнальні моделі, розроблені ними, характеризують зміну поведінки менеджерів на ті або інші дії керівництва.

Р. Фрімен вважав на оптимізацію структури капіталу підприємства великий вплив має різноманітність інтересів зацікавлених сторін. Ця ідея лежить в основі теорії стейкхолдерів. Стейкхолдери – зацікавлені особи, які представлені внутрішніми і зовнішніми групами, здатними впливати або зазнавати впливу з боку компанії. Різноманітність їх інтересів, різна оцінка допустимого ризику породжують умови для конфлікту інтересів, що вносить певні корективи в процес оптимізації фінансової структури капіталу [5].

Поведінкові теорії відображають процес прийняття рішень щодо структури капіталу і поєднують теорію автономії інвестицій менеджерів, інформаційних каскадів).

Згідно з теорії автономії інвестицій менеджерів, рішення щодо зміни структури капіталу компанії реалізуються менеджерами тільки тоді, коли вони впевнені в їх позитивному сприйманню з боку інвесторів. Коли ринкова вартість акцій компанії і ступінь очікування менеджерів та інвесторів високі,

компанія здійснює додаткову емісію акцій, а в протилежній ситуації – випускає боргові інструменти.

С. Біхчандані, Д. Хіршляйфер та І. Уелч у своїй теорії інформаційних каскадів, припускають, що структура капіталу може формуватися, виходячи не з розрахунків оптимальної структури або залежно від доступних в різні періоди життя компанії джерел фінансування, а запозичується в інших компаній, що мають успішних, авторитетних менеджерів, а також з використанням найбільш популярних методів управління структурою капіталу.

Дж. К. Ван Хорн головним проявом впливу змін в структурі фінансування підприємства на ринкову вартість акцій вважав визначення вартості цінних паперів на фінансових ринках, тобто на тому, як потенційні інвестори оцінюють підприємство в зіставленні з іншими підприємствами в той момент, коли вона вносить які-небудь зміни в структуру свого капіталу.

О.Ю. Кононов пропонує для практичної оптимізації структури капіталів підприємства використовувати імітаційну модель, побудовану на основі методу Форрестера. Ця модель дає змогу на основі кількох вхідних змінних, двох величин (фонд оплати праці та обсяг замовлень), сукупності певних керуючих параметрів та системи кінцево-різницевого рівняння змодельовати динаміку фінансових потоків підприємства й оцінити вихідну структуру його капіталу та фінансовий стан.

Стосовно оптимізації структури капіталу можна виділити декілька критеріїв:

- Вартість підприємства в цілому
- Максимальна ціна акцій компанії
- Оптимальне співвідношення рентабельності власного капіталу та фінансової стійкості підприємства.

Оптимальна структура капіталу підприємства:

- повинна відповідати основним цілям і задачам в області фінансування підприємства;
- повинна бути обґрунтована;
- повинна забезпечувати мінімальні витрати на її формування.

Кожен з наведених підходів має своїх прихильників. Так Шима, Ковальов, Терещенко та інші стверджують, що метою оптимізації структури капіталу підприємства є формування оптимального співвідношення різних

джерел фінансування діяльності підприємства, при якому максимізується вартість самого підприємства [7; 8].

Красницька Р. вважає, що критерієм визначення оптимуму структури капіталу є максимальна ціна акцій підприємства.

І. Бланк, О. Павловська, Н. Притуляк, Л. Коваленко [1, 4, 6] акцентують увагу на виділенні ще одного критеріального аспекту, який і максимізує вартість підприємства. Це співвідношення рентабельності власного капіталу і фінансової стійкості підприємства.

Ще одним фактором оптимізації структури капіталу є стадія життєвого циклу підприємства. Підприємства, що знаходяться на ранніх стадіях свого життєвого циклу і виготовляють конкурентноспроможну продукцію, можуть у своїй діяльності використовувати більшу частину позиченого капіталу. Рівень фінансових ризиків у цих підприємств високий, і це враховують їхні кредитори. Підприємства, що знаходяться на стадії зрілості, більшою мірою повинні використовувати власний капітал [9].

Аналіз літератури свідчить, що більшість авторів виділяють три методи оптимізації структури капіталу:

1. Оптимізація структури капіталу за критерієм максимізації рівня прогнозованої фінансової рентабельності. Цей метод характеризується багатоваріантними розрахунками рівня фінансової рентабельності підприємства і використанням показника фінансового важеля.

2. Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації її вартості. Для найбільш достовірного визначення вартості підприємства використовується попередня оцінка вартості власного і позикового капіталів, залучених і використовуваних за різних умов. Сукупні вимоги до прибутковості можуть бути зведені в єдину ставку середньозважених витрат на капітал (WACC).

$$WACC = (1-T)Dr + (1-D)r \quad (2)$$

де WACC – середньозважена вартість капіталу підприємства,

T – ставка податку на прибуток,

D – частка позикового капіталу підприємства,

E – частка власного капіталу підприємства,

3. Оптимізація структури капіталу за критерієм мінімізації рівня фінансових ризиків. Як вже було сказано, залучення надлишкових позикових активів може негативно сказатися на фінансовому стані підприємства. Вибір джерел фінансування має бути поміркованим, для різних складових активів підприємства він не обов'язково має бути єдиним.

Шляхи визначення оптимального співвідношення власного і позикового капіталу можна зобразити в наступній таблиці.

Таблиця 2. Методи визначення оптимального співвідношення власного і позикового капіталу

Метод	Сутність	Розрахунок	Переваги
По критерію ціни капіталу підприємства (мінімізації її вартості)	Заснований на виборі найдешевших джерел фінансування активів підприємства	$WACC = (1-T)D_r + (1-D)r$	Дозволяє вибрати найдешевші джерела фінансування підприємства
По критерію максимізації рівня рентабельності активів підприємства	Заснований на розрахунку ефекту фінансового важеля. Підприємство зацікавлене в зростанні економічної рентабельності активів і рентабельності власного капіталу	Розрахунок ефекту фінансового важеля $\Delta FP = (1-T) \cdot (R_a - r_d) \cdot D/E$	Дозволяє при визначенні оптимальної структури капіталу враховувати зростання вартості власного капіталу підприємства
На основі норми віддачі на вкладений капітал	Основний критерій ефективності залучення позикового капіталу: таке співвідношення власного і позикового капіталу, при якому збільшується віддача на власний капітал	Розрахунок норми віддачі на власний капітал $r_e = r_o \cdot \frac{1 - D \cdot r_d / r_o}{(1 - D)^2}$	Дозволяє встановити зміну норми віддачі на власний капітал від коефіцієнта кредитної заборгованості. Дозволяє встановити граничне значення ставки позикового капіталу
За критерієм мінімізації рівня фінансових ризиків	Вибір джерел фінансування має бути поміркованим, для різних складових активів підприємства він не обов'язково має бути єдиним		Дозволяє диференціювати можливі джерела капіталу для забезпечення стабільного фінансового стану підприємства

Виходячи з того, що в умовах змінного навколишнього середовища важко встановити раз і назавжди оптимальну структуру капіталу підприємства, потрібно проводити постійний його аналіз з використанням якомога більшого числа інструментів.

Висновок. Можемо зробити висновок, що у сучасній фінансовій практиці при визначенні оптимальної структури капіталу менеджерами компаній

доцільнозастосовувати комбінацію декількох теоретичних підходів, які враховують мінливість різних факторів.

Підхід суміщення декількох критеріїв оптимізації капіталу фірми може дати можливість сформувати доцільну його структури, яка у подальшому збільшить ринкову вартість підприємства і підвищить фінансову платоспроможність підприємства.

Список літератури: 1. Федоренко Н.О. Анализ факторов, определяющих финансовый результат деятельности предприятия / Н.О. Федоренко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2009. – №2. – С. 206-210. 2. Бланк И. А. Управление использованием капитала / И.А. Бланк. – К.: Ника-Центр : Эльга., – 656 с. 3. Стеценко Б. Теоретичні підходи до визначення оптимальної структури капіталу акціонерного товариства/ Б. Стеценко // Ринок цінних паперів. Вісник ДКЦПФР. – 2010. – № 5/6. – С. 41-47. 4. Юхименко П. Теорії оптимізації структури капіталу підприємства та їх адаптація до українських економічних реалій / П. Юхименко, О. Загурський, В. Могилко // Банківська справа. – 2010. – № 2/3. – С. 78-86. 5. Шарп У. Ф. Инвестиции : пер. с англ. / У.Ф. Шарп, Г. Дж. Александер, Дж. В. Бэйли. – М. :Инфра-М, 1998. – 1028 С. – (Университетский учебник). – ISBN 5-86225-455-2. 6. Ковальов В.В. Фінансовий аналіз: Керування капіталом. Вибір інвестицій. Аналіз звітності / В.В. Ковальов. – К.: Вид-во «Фінанси і статистика», 2011. – С. 39-41. 7. Кононов О.Ю. Модель управління процесом формування динамічних характеристик структури капіталу ПЗС / О.Ю. Кононов // Вісник Харківського національного університету ім. В.Н. Каразіна. – Сер.: Економічна. – 2002. – № 575. – С. 128-133. 8. Чорна О.Є. Класифікація економіко-математичних моделей управління капіталом підприємства / О.Є. Чорна, Г.А. Шипіцина / Кафедра економічної кібернетики Харківського національного економічного університету, 2010. [Електронний ресурс]. – Доступний з <http://www.ekhneu.org.ua/> 9. Грачѳв А.В. Анализ и управление финансовой устойчивости предприятия :учеб.-практ. пособ. / А.В. Грачѳв – М. :Финпресс, 2002. – 208 с.

Надійшла до редколегії 17.05.2013

УДК 332.012.324

Шляхи оптимізації структури капіталу: аналіз теоретичних надбань / П'ятак Т. В., Гальцов А. Ю. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 118–127. – Бібліогр.: 9 назв.

В статье рассмотрены различные подходы к формированию эффективной структуры капитала и основные направления изучения этого вопроса; описываются критерии оптимизации структуры капитала.

Ключевые слова: структура капитала, собственный капитал, заимствованный капитал, финансовый леверидж, асимметричная информация, сигнальная модель, теория информационных каскадов.

The article discussed various approaches to efficient capital structure and guidelines to consider the matter, described the criteria optimization of capital structure.

Keywords: capital structure, equity, borrowed capital, financial leverage, asymmetric information, the signal model, the theory of informational cascades.

УДК 65.012.32

А. В. СЕРІКОВ, проф., ХНУБА, Харків;

А. А. ЛОЗИНСЬКА, студентка, ХНУБА, Харків.

ОРГАНІЗАЦІЙНА КУЛЬТУРА В ПРОЦЕСІ РЕСТРУКТУРІЗАЦІЇ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах ринок розвивається дуже стрімко і динамічно. Щоб в такому становищі бути конкурентоспроможним і як, кажуть, йти в ногу з часом підприємству потрібно постійно розвиватись. Тобто повинна проходити реструктуризація організації. В якості внутрішніх аспектів даного процесу розглядаються інтереси різних учасників та зацікавлених осіб.

Ключові слова: реструктуризація, організаційна культура, корпоративне управління, рівень аналізу організації, моделі організаційних змін.

Вступ. В даній статті розглядатимуться безпосередньо реакція персоналу підприємства та вплив на організаційну культуру підприємства під час реструктуризації. Нестабільність ринкової економіки вимагає перетворення сучасних організацій у гнучкі, адаптивні системи, де вирішальну роль відіграють людські ресурси.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Багато вчених вважають, що більшість проблем, пов'язаних з неможливістю досягти будь яких змін, навіть при бажанні зробити це, виникають під впливом організаційної культури.

Значення та роль організаційної культури були визначені теоретиками та практиками менеджменту не одразу. Інтерес до культурних особливостей організації з'явився приблизно в кінці 70-х років XX століття і був викликаний переоцінкою ролі персоналу в діяльності організації, а також служби персоналу в системі управління організацією. Тема організаційної культури почала активно обговорюватись з 60-70-х років XX століття. Однак суттєвий шаг уперед був зроблений у 80-х роках XX століття Едгаром Шейном.

Актуальність із учення організаційної культури пов'язана з тим, що знання особливостей організаційної культури підприємства дозволяє оцінити ступень стабільності організації, її конкурентоспроможність, запропонувати можливі напрямки управлінських рішень, а також спосібність досягати запланованих результатів.

Мета дослідження, постановка задачі. В більшості наукових досліджень розглядається вплив організаційної культури на діяльність організації, але в даній статті розглядається цей процес з іншого боку. Тобто, як зміни із організацією впливають на культуру в тій самій організації.

Матеріали досліджень. Дії та поведінка робітників, направлені на досягнення відповідних результатів або виконання доручень. Ці спостережувані прояви організаційної культури, її зовнішня сторона, але саме по її діям і поведінці робітників ми можемо судити про те, яке в цілому становище організаційної культури, сприяє чи ні вона ефективній роботі організації, успішному проведенню змін, підтримує чи ні обрану стратегію розвитку чи ні. Якщо керівництво хоче, щоб робітники сповідали такі цінності і норми поведінки, які будуть сприяти успіху організації, то що потребує серйозної та цілеспрямованої праці [1].

Основним компонентом організаційної культури прийнято виділяти:

- культуру управління;
- культуру виробництва;
- культуру зовнішніх відносин;
- підприємницьку культуру;
- екологічну;
- культуру відносин з акціонерами.

Поняття «культура управління» охоплює широкий спектр питань, включаючи культуру поведінки ділових нарад, перемов, зборів, конференцій, зустріч та інше, сюди відноситься також культура діло виробництва та комунікацій, культура рекламної діяльності.

Реструктуризація – це процедура зміни організаційної структури і/або бізнес-процесів з метою створення умов для підвищення ефективності життєдіяльності організації [2]. Фактично реструктуризація – це філософія і одночасно інструмент коротко- і довготермінових організаційних змін, який використовується з найрізноманітніших причин.

Вона являється високоефективним ринковим інструментом підвищення конкурентоздатності підприємств.

Результати досліджень. В рамках реструктуризації підприємства повинні вирішити три основні задачі:

1. Модернізація, заміна або скорочення надлишків існуючої виробничо-технічної бази підприємства.
2. Суттєва зміна системи управління і використання людських ресурсів підприємства.

3. Якісна зміна взаємовідносин зі споживачами і/або створення нової цілої клієнтської групи.

В нашому дослідженні розглядаємо більш детально другу задачу. Тому що багато дослідників сходяться на думці, що більшість проблем, пов'язаних з неможливістю досягти будь-яких змін, навіть за присутності бажання зробити це, виникають під впливом організаційної культури.

З вище всього сказаного можна зрозуміти, що організаційна культура зараз оцінюється, як сильніший мотиватор, регулятор та індикатор діяльності персоналу в організації.

Тому спочатку зупинимось на детальному розгляді, що ж є організаційної культури, яке вона має значення на підприємстві, особливо під час змін.

Організаційна культура тісно пов'язана з такими поняттями, як корпоративна культура, ділова етика, філософія бізнесу, організаційна поведінка.

А також присутня у всіх сферах діяльності людини в організації, і її функції повинні бути реалізовані у всіх функціональних блоках системи управління фірмою (рис. 1):



Рис. 1 – Взаємозв'язок організаційної культури і загальної системи управління організацією

Організаційна культура, впливає на кожний функціональний блок системи управління, відображає ідеологію управління окремої організації. Так, система управління персоналом, одна з найбільш близьких к організаційній культурі, має на увазі управління трудовими процесами і трудовими ресурсами; система зв'язку з громадкістю – управління зв'язками з зовнішньою середою. Організаційна культура відтворює фундамент процесу управління – його ідеологію.

Особливо треба відзначити вплив організаційної культури на трудовий потенціал.

Управління організацією відбувається людьми, при тому, що як суб'єктом, так об'єктом управління виробництвом, управління якістю, управління витратами, але в результаті ми все одно прийдемо к конкретній людині, і від її кваліфікації, розуміння, відношення до роботи залежить результат управління.

Тобто, якщо на фірмі відбуваються, якісь зміни, то насамперед вони стосуються людей. І треба дуже ретельно і достатньо підгодовувати персонал до можливих перетворень в процесі виробництва або управління.

Але треба чітко зрозуміти, що існують різні моделі та підходи до організаційних змін. Часто зміни можуть змусити навчитись новому, пристосовуючись до іншого способу дій або забути про що-небудь. Щоб краще зрозуміти, як це відбувається і як кожна окрема людина пристосовується та навчається, можна звернутися до моделі, яку назвали «циклом навчання Колба» [3]. Згідно з моделлю (рис. 2) людина навчається завдяки діяльності та мисленню. Спочатку вона виконує свою дію, потім розмірковує над своїм досвідом, приходить до узагальнюючих висновків та планує зміни у своїй поведінці на майбутнє. Девід Колб довів, що справжнє навчання неможливе без проходження усіх стадій циклу [4].

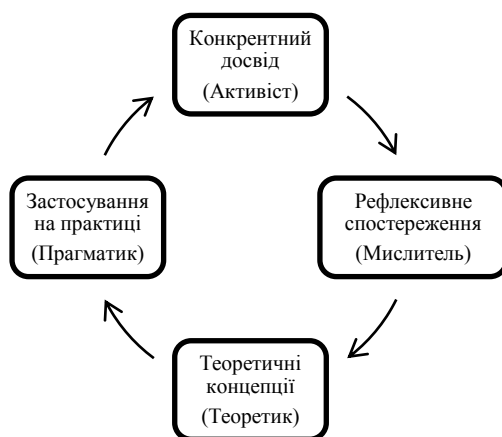


Рис. 2 – Цикл навчання Девіда Колба

Сам процес навчання можна назвати процесом адаптації. Який є дуже важливим у підвищенні продуктивності праці, а ефективна організаційна культури прискорює процес включення робітників в нову трудову ситуацію.

Також створює процес співробітництва, яка допомагає прискорити здобуття нових необхідних навиків, прийомів праці, зменшує хвилювання за всі ризиковані дії.

Для керівника, який змінює основну концепцію поведінки на ринку змінюю її і у внутрішній сфері організації. Тому для керівника дуже важливо, щоб усі ресурси були адаптовані згідно змінам. Це можна досягти при умові, що основні цінності працівника співпадають з основними цінностями організаційної культури. У протилежному випадку адаптація відбувається тяжко і повільно, а може закінчитися навіть уходом працівника із організації.

Тобто підприємство стає більш гнучким, здатним вижити у змінних умовах, конкурентоздатною. При умові, що керівництво підтримує прагнення до творчості, розвитку, сприяє професійному, інтелектуальному та культурному росту співробітників.

Висновки. Сильна організаційна культура є великим стимулом високою ефективності діяльності організації. Широко розповсюдженні в організації і гарно засвоєні більшістю цінності і норми змусять працювати ефективно і якісно.

Реструктуризація підприємства є довготривалим процесом, здійснювальним за допомогою спеціалістів самого різного профілю і націленим на підвищення ефективності використання власного внутрішнього потенціалу організації адаптацію к новим ринковим умовам. Тому дуже важливим є психологічний стан і готовність тих самих працівників, які стоять за даним процесом.

Список літератури: 1. *Магура М.И.* Организационная культура как средство успешной реализации организационных изменений / М.И. Магура // Управление персоналом. – 2002. – №1. – С. 24 – 29. 2. *Нагиева О.В.* Организационная культура: модель формирования и развития/ О.В. Нагиева // Педагогика и Психология. – 2009. – №7. – С. 35 – 48. 3. *Буянкина М.А.* Проблема психического выгорания личности и организационная культура / М.А. Буянкина // Педагогика и Психология. – 2008. – №1. – С. 138 – 143. 4. *Тысячная В. А.* Влияние корпоративной культуры на организационные изменения / В.А. Тысячная // Управление персоналом. – 2010. – №10. – С. 32 – 36. 5. *Коюда В.А.* Управленческие решения в системе антикризисного управления предприятием / В.А. Коюда // Бизнес информ. – 2011. – №1. – С. 85 – 90.

УДК 65.012.32

Організаційна культура в процесі реструктуризації підприємства / Серіков А. В., Лозинська А. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 128–133. – Бібліогр.: 5 назв.

В современных условиях рынок развивается очень стремительно и динамически. Чтобы в таком положении быть конкурентоспособным и как, говорят, идти в ногу со временами предприятию

нужно постоянно развиваться. То есть должна проходить реструктуризация организации. В качестве внутренних аспектов данного процесса рассматриваются интересы разных участников и заинтересованных лиц.

Ключевые слова: реструктуризация, организационная культура, корпоративное управление, уровень анализа организации, модели организационных изменений.

In modern terms a market develops very swiftly and dinamically. In such position to be competitive and as, it is talked, to be abreast with sometimes an enterprise needs constantly to develop. That the prokhoditi restructuring of organization must. As internal aspects of this process interests of different participants and interested persons are examined.

Keywords: restructuring, organizational culture, corporate management, level of analysis of organization, models of organizational changes.

УДК 719.91

О.Є. СИЧОВА, канд. екон. наук, доц., ХНУБА, Харків;

Н. Е. СЕЛЕГЕНЬ, магістрант, ХНУБА, Харків.

АНАЛІЗ ОБГРУНТУВАННЯ ВИТРАТ НА ПРОСУВАННЯ НОВОГО ПРОДУКТУ НА РИНОК

У статті розглянуто основні положення методів просування нового товару на ринок. Запропоновано для підприємства ДП «ХБТРЗ» один із цих методів.

Ключові слова: ринок, методи, персональний продаж, життєвий цикл товару, просування продукції, реклама, комунікаційна діяльність, стратегія, конкурентоспроможність.

Постановка проблеми. В умовах сучасної економічної кризи, з якою зіткнулося кожне підприємство, першочерговою задачею для багатьох стало виживання. При цьому, особливо відчули це на собі компанії, чия основна діяльність безпосередньо пов'язана з найбільш постраждалими галузями – фінансовий сектор економіки, будівництво, металургія тощо. Перед багатьма компаніями постала проблема пошуку джерела додаткових інвестицій, диверсифікації своєї діяльності, виведення на ринок нових товарів, від яких вже в найближчому майбутньому буде віддача.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання стосовно просування нового товару розглядалося багатьма вітчизняними та зарубіжними науковцями. Слід виділити вчених, дослідження яких допомагають визначитись з сутністю нового товару, а саме Коробейников О.П., Трифилова А.А., Коршунов І.А. Процес виведення нового товару розглядається такими науковцями як Г.Я. Гольдштейн, П. Дойль, Ж.-Ж. Ламбен. Слід зауважити, що більшість вчених приділяє більшу увагу всьому інноваційному процесу,

починаючи від генерації ідей по створенню нового товару, а процес впровадження товару на ринок потребує більш детального розгляду.

Ціль роботи. Ціллю даної статті є систематизація наукових досліджень щодо методів вирахування витрат та процесу впровадження нового продукту на ринок, розгляд основних стратегій, що використовує підприємство на даному етапі.

Актуальність теми дослідження зумовлена тим, що в сучасних економічних умовах господарювання є необхідність значного підвищення ефективності діяльності підприємства шляхом обґрунтування його основних показників, які дають змогу просувати товар підприємства на нові ринки та пошуку резервів і засобів їх покращення.

Виклад основного матеріалу. Для визначення витрат на просування можуть використовуватися різні методи, серед них найважливіші: метод «від наявних засобів», метод «відсоток від обсягу збуту», метод “пайової участі” в ринку, метод “конкурентного паритету” і метод «виходячи з цілей і завдань».

Метод «від готівкових коштів» – розробка бюджету на просування продукту виходячи з думки керівництва організації щодо рівня можливих витрат на ці цілі. Даний метод повністю ігнорує вплив витрат на обсяг продажів, витрати можуть бути надмірними, так і невиправдано малими.[5]

Метод «відсоток від обсягу збуту» – розробка бюджету на просування продукту, в якому витрати визначаються як відсоток від поточних чи прогнозних обсягів збуту, або як відсоток від ціни реалізації. Даний метод змушує керівництво думати про залежності між витратами, ціною продажу і прибутком на одиницю товару. Недолік даного методу полягає в тому, що він об'єм збуту розглядає швидше як причину, а не як наслідок просування продукту. Важко також визначити конкретну величину відсотка. Зазвичай величина відсотка ґрунтується на середньогалузевому показнику або на досвіді організації. Однак навіть в одній галузі розміри вкладених у просування коштів можуть сильно варіюватися; організації галузі відрізняються один від одного за своїми розмірами і фінансовим можливостям, цілям ринкової діяльності, з проблем маркетингової діяльності і т. п. [1].

Даний метод володіє простотою, використовуються процентні заходи, які зрозумілі менеджерам. В силу своєї популярності в галузі, він не викликає конкурентну війну.

Метод “пайової участі в ринку” заснований на тому, що в галузях, де велика подібність між товарами, зазвичай існує чітке співвідношення між ринковою часткою і пайовою участю в галузевому просуванні товарів. Знаючи це, деякі організації ставлять метою досягнення певного значення показника ринкової частки і потім встановлюють відповідний відсоток (трохи перевищує показник ринкової частки) витрат на просування продуктів. Наприклад, якщо організація має 10% ринкової частки, то вона повинна вкладати в просування 12% галузевих вкладень у просування. Недолік цього методу – відсутність гарантії того, що конкуренти також не збільшать свої бюджети просування продуктів [1].

Даний метод широко застосовується по відношенню до нових товарів. Коли впроваджується нова марка товару, бюджет просування повинен перевищувати в 1,5 рази ринкову частку, очікувану через два роки. Однак очевидно, що для досягнення бажаних результатів недостатньо просто підтримувати високу ступінь присутності в засобах масової інформації. Організація повинна враховувати весь спектр ринкових дій конкурентів, а не тільки методи просування.

Метод “конкурентного паритету” – розробка бюджету на просування товару, в якому витрати встановлюються на рівні відповідних витрат конкурентів, часто на рівні середньогалузевих витрат. Передбачається, що бюджет конкурента заснований на колективну мудрість галузі, і що такий підхід перешкоджає виникненню конфліктів в області просування товарів.

Метод «виходячи з цілей і завдань» – розробка бюджету просування товару виходячи з визначення специфічних цілей просування окремих товарів і конкретних завдань, реалізація яких призведе до досягнення поставлених цілей. Сума витрат на реалізацію окремих завдань і визначає бюджетні витрати. В основі лежить вироблення важко аргументованих припущень про залежність між витратами і результатами діяльності з просування продуктів. Ефективність даного методу найбільш очевидна тоді, коли можна легко перевірити результати конкретних кампаній з просування товарів [1]. Вибір тих чи інших методів просування (комбінацій методів) визначається наступними головними факторами: грошовими ресурсами, цілями кампанії в області просування, характеристиками цільового ринку, характеристиками продукту, його ціною,

можливістю застосування тих чи інших методів просування, знаходженням споживача на певній стадії готовності купити товар, обраної стратегії просування. Грошові ресурси визначають можливість використання тих чи інших методів просування. Якщо організація має обмежені в цьому плані можливості, то вона, скоріше, буде використовувати персональну продаж ніж рекламу. До того ж ефективність роботи збутовиків оцінити легше, ніж ефективність реклами.

Вплив цілей кампанії просування на обрані методи може полягати в наступному. Якщо метою є створення масової поінформованості про новий товар, то реклама буде використовуватися ширше порівняно з іншими методами просування. Якщо метою є надання докладної інформації про характеристики якогось товару тривалого користування, то краще використовувати персональну продаж і методи стимулювання збуту для залучення споживачів в роздрібні магазини. Реклама буде використовуватися в помірних дозах.

Розмір, географічні, соціально-економічні та інші характеристики цільового ринку також впливають на вибір методів просування. Так, якщо розміри ринку обмежені, то найбільш ефективним методом просування може бути персональна продаж. Якщо ринок носить локальний характер, то доцільно в цілях просування використовувати місцеві ЗМІ, якщо національний характер – національні ЗМІ.

Характеристики товару також впливають на вибір методів просування. Для просування продукції виробничо-технічного призначення частіше використовується персональна продаж, для масових споживчих товарів – реклама. Продаж товарів сезонного попиту зазвичай супроводжується інтенсивної продажем і використанням методів стимулювання збуту. Персональний продаж використовується рідше хоча б тому, що недоцільно мати розгорнутий штат збутовиків протягом усього року.

Методи просування можуть бути різними для різних стадій життєвого циклу продукту. На стадії впровадження активно використовується реклама як для споживчих товарів, так і для продукції виробничо-технічного призначення. Для багатьох продуктів на цій стадії також широко використовується персональний продаж та стимулювання збуту, для споживчих товарів повсякденного попиту на стадії росту і насичення – реклама. Просування

продукції виробничо-технічного призначення на цих стадіях життєвого циклу вимагає концентрації зусиль на використанні персонального продажу та стимулювання збуту. На стадії спаду маркетинологи зазвичай зменшують діяльність по просуванню «старих» товарів, особливо використання реклами. Більше уваги приділяється персональному продажу та стимулюванню збуту.

Ціна також істотно впливає на вибір методів просування. Дорогі товари зазвичай вимагають більш інтенсивного використання персонального продажу. Так, потенційні покупці бажають отримати більш конкретну інформацію про цінову політику. Для дешевих товарів повсякденного попиту більш широко використовується реклама.

Можливість застосування певних методів просування визначається, наприклад, тим, що досягають певні рекламні носії цільової аудиторії чи ні. Може бути заборонена реклама деяких товарів (спиртного, тютюнових виробів). Особливо ця проблема стає актуальною при просуванні товарів в інших країнах. Наприклад, телевізійна реклама є мінімальною у скандинавських країнах. Організація може бажати збільшити штат торгових агентів, але не може знайти фахівців необхідної кваліфікації.

При просуванні товару застосовуються стратегії «проштовхування» і «витягування».

Стратегія «проштовхування» передбачає діяльність по просуванню, адресовану тільки представникам розподільної системи, наступним у каналі розподілу відразу за виробником (оптовим торговцем), з метою схилити їх довести товар до кінцевого споживача. У свою чергу кожен учасник каналу розподілу просуває даний товар наступному учаснику.[6]

Стратегія «витягування» – діяльність організації, спрямована на просування товару, адресована кінцевим споживачам, які при бажанні купити товар починають його вимагати від представників розподільної системи, які в свою чергу, звертаються до виробника. Процес «витягування» протікає найбільш швидко і ефективно, якщо споживач купує товар, минаючи посередників, в якій інформація є загальною і проводиться узгоджена комунікаційна політика.[6]

Для того щоб домогтися скоординованих дій у сфері комунікаційної діяльності, потрібно вирішити ряд організаційних та методичних питань. Якщо

в організації питаннями маркетингових комунікацій займаються кілька співробітників, що працюють у різних підрозділах, то краще їх об'єднати і підпорядкувати керівнику, що повністю відповідає за всю діяльність в області просування продуктів. Далі повинна бути вироблена концепція використання в різних пропорціях методів просування товарів, орієнтованих на певні цільові аудиторії. Необхідно також збирати інформацію про обсяг покупок, про ступінь задоволеності покупкою.

Висновки. У роботі розглянуті і відображені методи просування продукту на ринок. ДП «ХБТРЗ» може використовувати метод “пайової участі в ринку” , який відображає велику подібність між товарами, чітке співвідношення між ринковою часткою і пайовою участю в галузевому просуванні товарів. Організація ставить за мету досягнення певного значення показника ринкової частки і потім встановлюють відповідний відсоток витрат на просування продукту. Даний метод широко застосовується по відношенню до нового товару. На підприємстві впроваджується новий вид товару, бюджет просування повинен перевищувати в 1,5 рази ринкову частку, очікувану через два роки. Але для досягнення бажаних результатів недостатньо просто підтримувати високу ступінь присутності в засобах масової інформації. Організація повинна враховувати весь спектр ринкових дій конкурентів, а не тільки методи просування. Вибір цього методу базується на грошових ресурсах підприємства, характеристиках продукту, його ціною, можливістю застосування тих чи інших методів просування, знаходженням споживача на певній стадії готовності купити товар.

Список літератури: 1. Маркетинг новых продуктов. Алексей Мокров. Электронный источник: http://www.marketing.spb.ru/lib-research/methods/new_product.htm 2. Гольдштейн Г.Я. Инновационный менеджмент. Электронная версия книги: <http://www.aup.ru/books/m23/> 3. Коробейников О.П., Трифилова А.А., Коршунов И.А. Роль инноваций в процессе формирования стратегии предприятия. Журнал «Менеджмент в России и за рубежом», №3, 2000 4. Ж.-Ж. Ламбен. Стратегический маркетинг. Европейская перспектива. – М.: Наука, 1996. – 589 с. ISBN: 5-02-024833-9 5. Словник ключових термінів з дисципліни «Маркетинг» – Гребеньов М.Г – Метод розрахунку від готівкових коштів. 6. Большая Советская энциклопедия. Т. 29. – М.: Сов. энциклопедия, 1975.

Надійшла до редколегії 24. 05. 2013

УДК 719.91

Аналіз обґрунтування витрат на просування нового продукту на ринок / Сичова О.Є., Селегень Н. Е. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ», – 2013. – № 49 (1022). – С. 133–139. – Бібліогр.: 6 назв.

В статье рассмотрены основные положения методов продвижения нового товара на рынок. Предложен для предприятия ГП «ХБТРЗ» один из этих методов.

Ключевые слова: рынок, методы, персональная продажа, жизненный цикл товара, продвижение продукции, реклама, коммуникационная деятельность, стратегия, конкурентоспособность.

The article describes the main provisions of methods of promotion of a new product on the market. Proposed for enterprise GP «ХБТРЗ» one of these methods.

Keywords: market, methods of personal sales, product life cycle, product promotion, advertising, communication, strategy, competitiveness.

УДК 681.83

В. А. СОКОЛЕНКО, канд. екон.наук, проф. НТУ «ХПІ»;

І. В. КАЧУР, студентка, НТУ «ХПІ».

СТВОРЕННЯ КЛАСТЕРІВ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ІНВЕСТИВАННЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

В роботі розглянута актуальність пошуку альтернативних напрямків інвестування промислових підприємств, серед яких виділяють кластерний підхід, як перспективний та довгостроковий напрямок вкладення коштів з метою їх подальшого збільшення.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційна діяльність, промислові підприємства, кластер.

Вступ. Сучасний стан вітчизняної економіки призвів до того, що значна частина підприємств працює недостатньо ефективно, використовуючи морально та фізично застаріле обладнання, не маючи змоги здійснювати його модернізацію у зв'язку із браком інвестиційних ресурсів, та кінцевим фінансовим результатом отримує збитки або незначний прибуток.

Світовий досвід показує, що найбільш революційні, новаторські ідеї здійснюються малим та середнім бізнесом, проте рушійною силою економіки вони стають лише за умов їх впровадження крупним бізнесом, в якому зосереджена переважна частка витрат на НДДКР. У зв'язку із цим важливим є формування кластерів, під якими розуміють добровільне неформальне об'єднання підприємницьких структур в окремій сфері діяльності або за ознакою географічної близькості і співпраці з владою та інституціями.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Аналітичні матеріали державного комітету статистики України, навчальні посібники з інвестознавства, праці М. Портера.

Мета дослідження. Розкриття сутності інвестування промислових підприємств через механізм створення кластерів.

Виклад основного матеріалу. Проаналізувавши інвестиційний стан промисловості в Україні на сьогоднішній день набуваємо висновків, що для злагодженої та прибуткової діяльності є необхідним співробітництво в команді, в так названому об'єднанні споріднених за родом діяльності підприємств для досягнення більш глобальних цілей. Тобто, набуває актуальності питання вже не просто вкладення коштів в основні фонди, в інтелектуальну власність, в нематеріальні активи, а більш широкий погляд – в об'єднанні споріднених за родом діяльності сфер бізнесу в рамках декількох підприємств, тобто створення кластерів.

Поняття кластера в західній літературі було введено в економічну теорію Майклом Портером: «кластер – це група географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній та пов'язаних з ними організацій, що діють у певній сфері, що характеризуються спільністю діяльності та взаємодоповнюючих один одного» [1, с. 33].

Відмінність кластерів від інших типів об'єднань підприємців полягає в налагодженні між підприємцями й представниками інфраструктурних організацій партнерських та ділових стосунків щодо реалізації спільних проектів членами кластеру. В економічній літературі існують усталені ознаки кластера, які називають правилом чотирьох «К»:

- концентрація підприємств однієї або суміжних сфер діяльності в одній географічній точці;
- конкурентоспроможність продукції, що випускається ними;
- конкуренція за завоювання й утримання клієнта;
- кооперація із високим ступенем розвиненості [14, с. 25–33].

Найбільш розвинені кластери мають п'ять важливих показників, перші три з яких можуть розглядатися, як стартові передумови для формування кластерів. Основні показники утворення кластерів зображено на рис..

1. Ключовою умовою для розвитку кластеру є наявність конкурентоспроможних на ринку підприємств у кластері. Концентрація зайнятості на депресивних підприємствах може бути передумовою для формування та розвитку кластеру, але не є критерієм його наявності.

2. Наявність у регіоні конкурентних переваг для розвитку кластера: вигідне географічне положення; доступ до сировини; наявність спеціалізованих людських ресурсів, постачальників комплектуючих і пов'язаних послуг,

спеціалізованих навчальних закладів і освітніх програм, необхідної інфраструктури та інші фактори.



Рис. – Показники функціонування кластерів [1, с. 37]

3. Ключові учасники кластерів знаходяться в географічній близькості один до одного і мають можливість для активної взаємодії.

4. Широкий набір учасників та наявність «критичної маси». Кластер може складатися з компаній, що виробляють кінцеву продукцію та послуги, як правило, експортовані за межі регіону, системи постачальників комплектуючих, устаткування, спеціалізованих послуг, а також професійних освітніх установ.

5. Одним з ключових факторів успіху розвитку кластерів є наявність робочих зв'язків і координація зусиль між учасниками кластеру [1, с. 37–40].

Розрізняють декілька видів кластерів:

1) Промисловий кластер – це набір виробництв, чиї взаємовідносини представляють собою «покупець–постачальник» та «постачальник–покупець» або загальні технології, покупці, канали розподілу або людські ресурси.

2) Регіональний кластер – це просторова агломерація подібної і пов'язаної економічної діяльності, що формує основу місцевого середовища, що сприяє переливам знання і стимулює різні форми навчання та адаптації.

3) Бізнес–мережа – група фірм, що використовують їхні сумісні таланти та ресурси для співробітництва в сумісних проектах розвитку. Через

доповнення один одного та спеціалізації для того, щоб здолати загальні проблеми, учасники можуть досягти колективної результативності та завоювати ринки поза їхньою межею [2, с. 112–119].

Таким чином, кластер передбачає тісний взаємозв'язок та співпрацю між суб'єктами підприємницької діяльності незалежно від їх розмірів, які відносяться до однієї або суміжних галузей та/або близьких територіально, із органами влади та різними інституціями з метою більш ефективного використання потенціалу регіону та підвищення економічної ефективності функціонування промислових підприємств.

Тобто, створення кластеру можна розглядати як різновид довгострокового інвестування, оскільки тут мають місце бути всі ознаки інвестиційного процесу. Дане поєднання вимагає великих коштів і прогнозування через який саме період вони зможуть себе окупити є надто важкою справою. Перспективи розвитку промислового кластера необхідно оцінювати на основі аналізу показників продуктивності та руху робочої сили, унікальних регіональних особливостей, стану інфраструктури та близькості до ринків збуту. Проте існує ціла множина факторів, які є критично важливими та вагомими в процесі розвитку кластера та емпірично вимірними бути не можуть (наприклад, прогнози зростання промисловості, майбутні ринкові сили). Тобто ефект від даного впровадження безсумнівно буде мати місце, але спрогнозувати точні терміни повернення вкладених коштів дуже важко.

Конкурентні переваги промислових кластерів набувають нових властивостей унаслідок високого рівня комплексності та функціональної пов'язаності різних видів діяльності, формування соціально високорозвиненого середовища, підвищення контактності між підприємствами.

Висновки. В ході проведеного аналізу було визначено, що кластерна модель надає можливість підприємствам підвищити ефективність інвестиційної діяльності за допомогою інтенсивних методів (впровадження інновацій), а за умов ефективного її впровадження – підвищення економічного потенціалу підприємств та зниження впливу негативних економічних факторів та фінансових криз.

Список літератури. 1. *Портер Майкл Э.* Конкуренция: Пер. с англ. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2005 – 608 с. 2. *Федулова Л.І.* Концептуальні засади державної регіональної промислової політики в умовах інноваційного розвитку / Л.І. Федулова // Стратегічні пріоритети. – 2008. – № 1(6).

Надійшла до редколегії 14. 06. 2013

УДК 681.83

Создание кластеров как перспективное направление инвестирования промышленных предприятий / Соколенко В. А., Качур І. В. // // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 139–149. – Бібліогр.: 2 назв.

В работе рассмотрена актуальность поиска альтернативных направлений инвестирования промышленных предприятий, среди которых выделяют кластерный подход, как перспективное и долгосрочное направление вложения средств с целью дальнейшего их увеличения.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная деятельность, промышленные предприятия, кластер.

This article examines the relevance of search of investment alternative direction for investment of industrial companies, among which distinguish cluster approach as the perspective and long-term direction of an investment of funds and further increasing of them.

Keywords: investment, investment activity, industrial companies, cluster.

УДК 339.1

О. І. ЧАЙКОВА, канд. екон. наук, доц., НТУ «ХПІ»;

М. З. УСМАНОВА, магістрант, НТУ «ХПІ».

ОЦІНЮВАННЯ МЕТОДІВ ПРОСУВАННЯ МЕДИЧНОГО ДІАГНОСТИЧНОГО ОБЛАДНАННЯ

Пропонуються дослідження методів просування ультразвукового обладнання, здобутих у результаті вивчення стратегії фірми «Радмір». Зроблено висновки щодо динаміки обсягів експорту товарів під впливом впровадження розглянутих методів просування.

Ключові слова: ультразвукове обладнання, комплекс просування, збут, галузевий дилер, промислове підприємство.

Вступ. Ринок медичного діагностичного обладнання активно розвивається впродовж трьох останніх років. Місткість ринків росте, як для розвинених, так і для ринків, що розвиваються. Даний ринок характеризується низкою особливостей, властивих ринку медичних діагностичних товарів. У цій статті пропонується дослідження методів просування продукції медичного призначення промислового підприємства на прикладі фірми «Радмір».

Бібліографічний опис. Серед наукових робіт, в яких досліджуються питання методів просування товарів на зовнішні ринки в цілому і окремі аспекти міжнародної маркетингової стратегії фірми зокрема, необхідно виділити дослідження таких зарубіжних вчених, як Ю. Вісмайер, Б. Галі, А. Германнс, С. Дуглас, Ф. Котлер, К. Крейг, Ж.-Ж. Ламбен, Г. Майер, С. Мюллер, В. Ньюман, М. Портер, Ф. Уебстер, К. Ховард.

Фундаментальні проблеми міжнародного маркетингу, інтеграції українських підприємств у світове економічне співтовариство, методологічні аспекти планування діяльності знайшли своє відображення у працях вітчизняних вчених-економістів: А. Білого, В. Будкіна, В. Войчака, В. Герасимчука, Р. Левешка, В. Прауда, І. Рогача, А. Старостиної, А. Філіпенка, П. Черномаза та інших.

Мета дослідження, постановка задачі. Об'єктом дослідження даної статті є комплекс методів просування товарів (ультразвукових сканерів) фірми «Радмір».

Предметом дослідження є процес формування стратегії просування товарів фірми «Радмір» на зовнішні ринки з урахуванням специфіки товарів медичного діагностичного призначення.

Метою цієї роботи є дослідження та оцінка методів просування товарів фірми «Радмір».

Завданнями дослідження є систематизація існуючих методів просування, що застосовуються промисловими підприємствами і дослідження методів просування товарів на прикладі фірми «Радмір».

Матеріали досліджень. На сьогоднішній день місткість ринку медичного обладнання зростає швидкими темпами, як для розвинених, так і для ринків, що розвиваються. Важливим компонентом ринку медичного обладнання є обладнання для проведення діагностичних досліджень. До цієї категорії відносять ультразвукові сканери, томографи і мамографи. Місткість ринку ультразвукового обладнання збільшується у зв'язку з появою і активним розвитком нових технологій. Найбільш популярними тенденціями, що розвиваються в ультразвуковому дослідженні є отримання зображення у форматі 3D і 4D. Незважаючи на рецесивні процеси у світовій економіці, попит на світовому ринку ультразвукового обладнання характеризується стабільним зростанням. Попит спровокований появою нових передових технологій, які дозволяють виконувати діагностику тканин і внутрішніх органів на якісно новому рівні. Стрімко набирають популярність і завойовують ринок портативні діагностичні пристрої. Однак наведений перелік інноваційних напрямків розвитку ринку медичного діагностичного обладнання не є вичерпним.

Говорячи про ситуацію на розвинених ринках, найбільшу місткість ринку має ринок США. Згідно з результатами дослідження, проведеного Global

Industry Analysts, місткість ринку Сполучених Штатів Америки досягне 6,9 млрд. дол. до 2017 року [1]. Основний стимул збільшення попиту це оновлення парку медичного обладнання згідно до сучасних вимог медицини та сучасних технологій, що освоюють ринок. Позитивна динаміка також спостерігається на ринках, що розвиваються, а саме ринку Азіатсько-Тихоокеанського регіону. До таких країн належать Індія, Китай, Індонезія, Таїланд. Середній темп зростання за цими ринкам становить близько 9,4% щорічно [2]. Особливу увагу привертають країни Індія і Китай, оскільки вони демонструють швидке зростання економіки та індустріалізації. У тому числі, активно реформується сектор медичного обслуговування. У зв'язку з великою щільністю населення, цим країнам потрібна велика кількість апаратів для дотримання вимог відповідного укомплектування медичних установ державної та приватної форм власності. Особливо привабливим в даному контексті є ринок Індії та Китаю, що характеризується стабільно високим і зростаючим попитом. Складність полягає в тому, що ринок є високо конкурентним, характеризується великою кількістю національних виробників. Однак важливо відзначити той факт, що рівень імпорту медичного обладнання до Китаю залишається досить високим, відносно до експорту. За результатами 2012 року обсяг експорту склав близько 4,6 млрд. дол., обсяг імпорту 3,3 млрд. дол. Не дивлячись на наявність національних виробників ультразвукових сканерів, Китай активно імпортує сканери європейського виробництва через їх технологічні переваги.

Перераховані вище тенденції вказують на сприятливу ситуацію на ринку, що стимулюватиме виробників боротися за можливість задовольняти попит, що з'явився. Ключовими гравцями на ринку ультразвукового устаткування є GE Healthcare (Великобританія), Philips Healthcare (Нідерланди), Siemens Healthcare (Німеччина), Esaote Group (Італія), Toshiba Medical Systems Corporation (Японія), HITACHI-Aloka Medical Corporation (Японія), SonoSite, Inc. (США), Mindray Medical (Китай). Перераховані вище компанії застосовують у своїй практиці подібні методи просування товарів. Комплекс просування товарів промислового призначення складається з таких елементів: реклама, особисті продажі, стимулювання збуту, зв'язки з громадськістю та прямий маркетинг [3]. Розглянемо особливості кожного інструменти для просування товарів промислового призначення окремо.

Рекламна продукція представлена відеоматеріалами та друкованими роздатковим проспектами. Оскільки кількість споживачів відносно невелика, цільова аудиторія представлена лікарями профільних напрямків та керівниками медичних установ, рекламна продукція локально розміщується в місцях перебування споживачів. До таких місць відносяться профільні виставки, медичні установи, наукові конференції тощо. Друкована продукція виконує інформативну функцію, де зазначаються технічні характеристики товарів, вказуються галузі застосування продукції. Відео-матеріали наочно демонструють застосування обладнання практикуючими лікарями, що дозволяє зацікавленим особам оцінити сильні і слабкі сторони обладнання. Так само активно практикується взаємодія в сфері B2B маркетингу, в рамках якого компанії виробники взаємодоповнюючих товарів рекламують своїм споживачам товари один одного. Ефективність даного виду маркетингу висока, оскільки рекомендації виробників чинять вагомий вплив на прийняття купівельного рішення споживачами [4].

Персональний продаж є необхідним інструментом, оскільки вартість укладених контрактів дуже висока. Перш ніж здійснити таку операцію споживачі довго ведуть переговори, уточнюють всі специфікації. Початок для особистих продажів закладається, як правило, на профільних заходах галузі, наукових конференціях, де збираються фахівці напрямків, бажаючих отримати вичерпну інформацію і поділитися своїми знаннями. Кожен клієнт є важливим і вимагає індивідуального підходу. Завданням менеджера з продажу є не тільки надання інформації, що цікавить замовника, а й побудова тривалих відносин з ним. Вирішення цього завдання сприяє формуванню довіри до фірми в цілому і, як наслідок, позитивного сприйняття бренду.

Стимулювання збуту для промислових товарів полягає у впливі на покупця, спонукаючи його вибрати ту чи іншу товарну позицію з асортименту виробника. Великі міжнародні компанії-виробники можуть собі дозволити продаж товарів за допомогою надання кредиту замовникам. Виробники можуть надавати знижки на технологічно застаріле обладнання, щоб уникнути його тривалого перебування на складі. Це пов'язано з тим, що таке обладнання залишається нереалізованим, знижуючи оборотність активів компанії.

Прямий маркетинг передбачає використання таких ресурсів як пошта, телефон e-mail і Internet для контакту зі споживачами та отримання від них

швидкої реакції. Найбільш часто виробники проводять маркетингові дослідження за допомогою e-mail розсилки і ставлять питання в процесі прямої взаємодії з клієнтами. Цей спосіб допомагає краще зрозуміти потреби замовників і спостерігати їх реакцію на впровадження інновацій. Комунікації менеджера і замовника є дуже ефективними, оскільки замовники дуже добре обізнані в специфікаціях товарів, можуть правильно чітко сформулювати проблему, яка буде актуальна для широкого цільового сегмента. Зібрана інформація характеризується високою достовірністю і точністю.

Ключова роль у стратегії просування відведена саме персональному збуту, так як ринок характеризується невеликою кількістю покупців. Продавці обґрунтовують економічну ефективність покупки обладнання. Наразі розвивається тенденція до впровадження змішаних каналів дистрибуції, які об'єднують прямі продажі та залучення посередників. Як правило, вибираються канали першого або другого рівня, залежно від масштабів діяльності компанії. Дистриб'ютори, як і торгові представники, є фахівцями вузького профілю, оскільки ультразвукове обладнання передбачає велику кількість складних технічних специфікацій, щодо яких представник має бути повністю обізнаним. Торгові представники поділяються за географічним принципом, виходячи з рівня економічного розвитку регіону, його інфраструктури тощо. Крім того, виробники співпрацюють з торговими посередниками. Цінність такої співпраці полягає в тому, що продавці добре обізнані у потенційних точках збуту продукції, досягають необхідних обсягів продажів у короткому періоді і розробляють ефективну організацію збуту для забезпечення зростання продажів в довгостроковому періоді. Важлива роль відведена профільним виставкам і ярмаркам. Проте ефективність таких заходів важко виміряти через різну тривалість формування рішення про покупку в кожному окремому випадку. Розглянемо використання перерахованих інструментів на прикладі фірми «Радмір».

Фірма «Радмір» є єдиним вітчизняним виробником ультразвукового устаткування. Фірма досягла значних успіхів у контролі національного ринку і задовольняє близько 70% внутрішнього попиту. За останні роки фірма змушена шукати вихід на зовнішні ринки, оскільки ємність внутрішнього ринку невелика. Потенційний інтерес становлять ринки Китаю і Росії. На

сьогоднішній день є напрацювання у співпраці з обома країнами, однак відкритим питанням є формування ефективної стратегії просування товарів. Фірма реалізує стратегію виходу на ринок Росії і готує стратегію виходу на ринок Китаю та Індії. Фірма планує використовувати елементи діючої стратегії для ринку Росії щодо розробки стратегії виходу на ринок Китаю та Індії.

Фірма використовує стратегію селективного розподілу. Кількість залучених агентів визначається потребами і масштабами діяльності фірми на закордонних ринках. Оскільки фірма «Радмір» працює на території Росії 3 роки, кількість клієнтів залишається невеликою, фірма формує клієнтську базу. Фірма використовує послуги посередників, які зараз представлені послугами фірм КЛМ-Медікал, АТ «Фарммедінторг» і RB Enterprise. Розглянуте співробітництво необхідно, оскільки дилери давно працюють на ринку Росії і забезпечують стабільне зростання продажів, представлених ними товарів, користуються довірою медичних і діагностичних центрів. Фірма знаходиться в процесі пошуку нових ефективних дилерів і представників. Крім того, фірма здійснює прямі продажі на території Росії, тобто, безпосередньо взаємодіє з кінцевими споживачами. Менеджери маркетингового відділу здійснюють роботу з клієнтами потенційно зацікавлених медичних установ. Розмежування діяльності дій кожного агента здійснюється за територіальним принципом, тобто за агентом закріплюється певний перелік регіонів, він несе відповідальність за організацію налагодження зв'язків і консультування у регіонах. Реалізація прямих продажів забезпечує фірмі можливість продовжити співпрацю з медичним центром, в який раніше була відвантажена партія обладнання.

Фірма бере активну участь у профільних тендерах закупівель для діагностичних центрів, що знаходяться на державному фінансуванні. Значна частина замовлень припадає на сектор державних закупівель, оскільки фірма зарекомендувала себе як виробника якісного обладнання і користується перевагами з боку держави.

Найбільш ефективним і широко вживаним прийомом є метод особистих продажів. На сьогоднішньому етапі фірма тісно співпрацює з невеликою кількістю покупців, тому кожен з них вимагає уважного ставлення. З кожним із них ведеться робота, щоб відповідати їх потребам в повній мірі і стимулювати рішення щодо подальшого придбання товарів фірми. Втрата кожного з них

серйозно позначається на обсягах експортних операцій. Фірма підтримує зв'язки з покупцями після процесу купівлі, своєчасно та оперативно безкоштовно реалізує повний спектр операцій з налагодження в період гарантійного обслуговування терміном 1 рік та встановлення і налагодження обладнання безпосередньо на місці і сервісного обслуговування у випадку некоректної роботи обладнання.

Фірмою інтенсивно використовується прямий маркетинг, що дозволяє фірмі оперативно дізнаватися побажання своїх замовників, проводити маркетингові дослідження. Активно використовується e-mail розсилка, яка сповіщає через рекламні проспекти про фірму і містить анкети з питаннями для співробітників, які безпосередньо працюють з обладнанням. Результати останнього маркетингового дослідження проведеного дослідження показали, що 48% учасників опитування хотіли б бачити устаткування більш ергономічного дизайну. 37% вважають за необхідне знизити період заміни пошкоджених комплектуючих з 5 робочих днів до 3. Маркетинговий відділ систематизує ці побажання і передає їх у відповідні функціональні відділи фірми, щоб задовольняти справедливі вимоги.

Кожна одиниця обладнання має високу вартість. Безпосередньо перед рішенням про купівлю покупці бажають побачити реальні результати роботи обладнання, його можливості, особливості корпусу і дизайну. Найбільш вдало допомагають реалізувати такі запити профільні виставки та ярмарки, які відбуваються протягом року в різних країнах. Протягом таких заходів, покупці і виробники можуть за допомогою персонального спілкування знайти компроміси, укласти угоди або розширити коло потенційних зацікавлених покупців і підвищити популярність бренду. Кілька існуючих покупців фірми були ознайомлені і зацікавлені продукцією саме в період проведення профільних виставок. Тестування обладнання показало високоточні результати, чим були приємно здивовані представники Росії. Таким чином, було укладено низку угод про постачання. Певні контакти зараз знаходяться на стадії розробки. Фірма має намір продовжувати участь у виставках, особливо міжнародних. Кількість подій, в яких представники фірми «Радмір» можуть взяти активну участь, обмежено фінансовим здатністю фірми.

Комплекс методів просування, що використовуються фірмою сьогодні є не досить ефективними, оскільки обсяги збуту не завжди досягають навіть запланованих позначок. Фірмою було прийняте рішення переглянути існуючі методи просування та доцільність витрат на їх реалізацію. Для цього відділ маркетингу розробив анкету для оцінки популярності та ефективності методів просування. Для оцінювання респондентам були запропоновані такі методи просування:

- персональні продажі
- прямий маркетинг
- участь у ярмарках
- поліграфічна реклама.

Респонденти оцінювали кожен метод за шкалою від 1 до 5 балів, де 5 балів означало найвищу цінність методу для покупця, а 1 бал – найменший вплив методу на сприйняття товарів компанії. Анкети були розповсюджені методом розсилки електронною поштою головним лікарям медичних та діагностичних закладів, оскільки вони приймають рішення щодо закупівель обладнання. Саме від їх позитивного або негативного сприйняття залежить вибір того чи іншого устаткування. У опитуванні прийняли участь представники усіх областей України та Автономної Республіки Крим, оскільки екземпляри обладнання фірми «Радмір» є щонайменше у 5 медичних центрах кожного регіону. Усього було оброблено результати 543 анкет. Обробка результатів першого блоку анкети показала, що методи отримали такі бали:

4,7 бали отримав метод персональних продажів;

3,2 бали отримав метод просування за допомогою участі у профільних виставках та ярмарках.

Прямий маркетинг та реклама не набрали навіть 2 балів кожна, оскільки більшість споживачів розцінили їх як несуттєві. Виходячи з цього, можемо змодельовати такий сценарій взаємин між менеджером фірми та потенційним замовником. Група менеджерів фірми «Радмір» бере участь у всеукраїнській виставці-ярмарку медичного устаткування. Декілька головних лікарів або керівників медичних центрів, що надають послуги діагностування знайомляться з асортиментом фірми, можуть на власні очі побачити устаткування у дії, оцінити його функціональні можливості. За результатами виставки керівники радяться з лікарями на предмет доцільності придбання

такого обладнання і починають вести переговори щодо умов придбання. Такий процес, як правило, триває від 3 до 6 місяців, у низці випадків може складати рік. З урахуванням результатів опитування було вирішено розподілити бюджет просування товарів таким чином, як зазначено на рис.

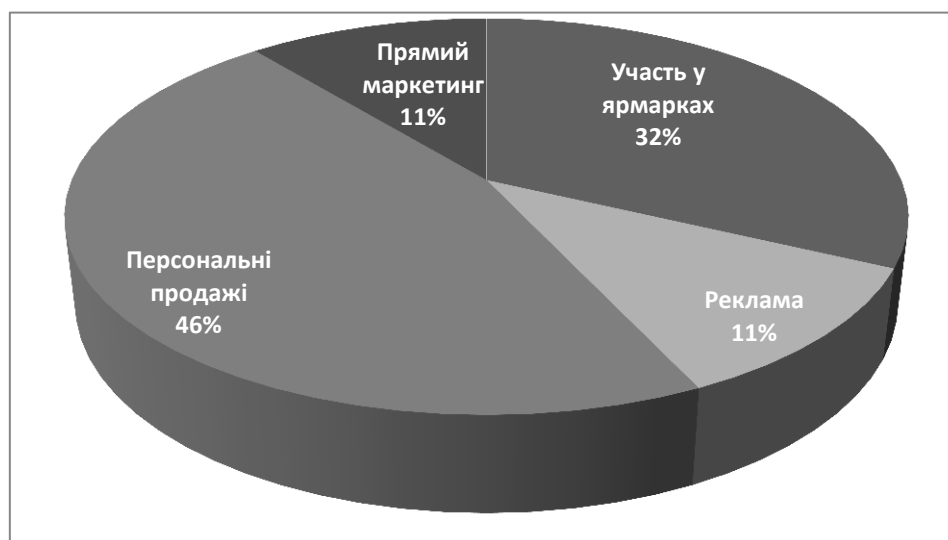


Рис. – Структура витрат на просування продукції фірми «Радмір»

Виходячи з результатів пропорції складання бюджету, були сформовані такі групи за статтями витрат. Структура витрат на рік на методи просування представлена у таблиці.

Таблиця. Структура витрат на методи просування діагностичної продукції

Стаття витрат	Сума витрат, тис. грн.
Участь у міжнародних профільних виставках	35
Організаційний внесок для участі	8
Оренда виставкових площ за 9 м2	12
Обладнання для виставкової площі	5
НДС (20%)	5
Транспортні витрати	5
Участь у профільних форумах	3,8
Написання статті	1
Організаційний внесок для участі	1,2
Транспортні витрати	1,6
Обслуговування Інтернет сервісу та роботи Інтернет ресурсів	11
Замовлення робіт розробника	4
Витрати на підтримку роботи та оновлення контенту	7
Витрати на персональний маркетинг	51
Витрати на відрядження менеджерів (транспорт, житло)	45
Витрати на транспортування обладнання для презентацій	6
Рекламна друкована та поліграфічна продукція	12,2
Друк роздаткового матеріалу	1,7
Розміщення реклами у профільних виданнях	2,5
Оренда рекламних площ у медичних центрах	8

У другому блоці анкети респондента просили зазначити, чого йому бракує у сервісному та інформаційному обслуговуванні фірми. Виявилось, що багато недоліків має сайт компанії. На ньому не досить вичерпно зазначені технічні специфікації товарів, відсутня можливість огляду товару у тривимірному просторі. Немає відповідного сервісу, для отримання відповідей у режимі реального часу.

Сучасною вимогою є організація презентацій або майстер класів по роботі з обладнання із залученням компетентних лікарів, що мають відповідну репутацію у медичній сфері. Для бажаючих, що не змогли відвідати майстер клас необхідно надати можливість переглянути його он-лайн на сайті компанії.

Висновки. Методи, що використовуються для просування медичних діагностичних товарів відрізняються від класичних методів. Основний акцент робиться на побудову однорівневих каналів розподілу та персональних продажів, що є основою формування клієнтської бази. Не менш важливою є участь підприємства у наукових та практичних заходах, що ознайомлюють цільову аудиторію з товарним асортиментом. Фірма «Радмір» просуває свій товар на ринок Росії, використовуючи загально прийняті методи просування. Існуючи методи не дають очікуваного результату. Необхідно розробити комплекс з оптимізації структури витрат та методів просування товарів з урахуванням потреб клієнтів.

Список літератури: 1. Електронний ресурс Режим доступу /<http://www.strategyr.com/default.asp>/ 2. Електронний ресурс Режим доступу /http://www.prweb.com/releases/medical_ultrasound/equipment/prweb8953894.htm/ 3. Ф. Котлер Основы маркетинга / Ф. Котлер Г. Армстронг – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 1200 с. 4. Ф. Уэбстер Основы промышленного маркетинга / Ф. Уэбстер – М. : «Издательский дом Гребенникова», 2005. – 416 с.

Надійшла до редколегії 10.05.2013

УДК 339.1

Оцінювання методів просування медичного діагностичного обладнання / Чайкова О. І., Усманова М. З. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 143–152. – Бібліогр.: 4 назви.

Предлагаются исследования методов продвижения ультразвукового оборудования, полученных в результате изучения стратегии фирмы «Радмир». Сделаны выводы относительно динамики объемов экспорта товаров под влиянием внедрения рассмотренных методов продвижения.

Ключевые слова: ультразвуковое оборудование, комплекс продвижения, продажи, отраслевой дилер, промышленное предприятие.

The article describes the ultrasound equipment promotion methods which were acquired as a result of learning strategy firm «Radmir.» There is a conclusion was made about the dynamics of exports under the influence of the implementation of these methods of promotion.

Keywords: ultrasound equipment set promotion, marketing, industry dealer, industrial enterprise.

УДК 330.341.1:338.46

Р. А. ЧЕМЧИКАЛЕНКО, канд. екон. наук, доц., Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі,

А. О. СЕМЕНЕЦЬ, канд. екон. наук, Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі,

В. А. ЯНКОВСЬКА, канд. екон. наук, Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі

І. В. ТОПОРКОВА, викладач, Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів та міжнародної торгівлі

АНАЛІЗ НАУКОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЯК ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПІДСИСТЕМИ ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Проаналізовано сутність поняття «науковий потенціал» та визначено перелік показників щодо оцінки його стану та ефективності використання. Досліджено значення та стан наукового потенціалу Харківської області, а також окреслено основні проблеми його активізації.

Ключові слова: науковий потенціал, інтелектуальний потенціал, наука, оцінка потенціалу, формування потенціалу; ефективність використання потенціалу.

Вступ. Кризові явища в економіці перехідного періоду потребують, як відомо, корінної зміни застарілої структури господарства, стрімкої активізації інноваційно-інвестиційної діяльності тощо. Все це, відповідно до теорії економіки перехідного періоду, має забезпечити принципово більш високий рівень ефективності. Фактично ж відбувається перехід на спрощені технологічні уклади та «вимивання» наукомістких виробництв. Перед країною постає задача усунення негативних наслідків, пов'язана з різким загостренням депресивних явищ в регіонах з високою концентрацією виробництв та неконкурентоспроможною продукцією.

Одночасно відбувається зростання безробіття, погіршення соціально-економічного стану населення, «відтік» умів та збільшення чисельності населених пунктів і регіонів фінансовий стан яких має кризовий характер. До того ж у глобальному світі відбувається тотальна переорієнтація на виробництво високотехнологічної продукції. Так, наприклад, річний обсяг ринку цієї продукції і послуг виросте за найближчі 15 років з 2,9 до 12 трлн. дол. США, а обсяг ринку паливно-енергетичних ресурсів, які зараз стимулюють активний розвиток сусідніх економік, – всього лише до 1,2-1,4 трлн. дол. До

того ж у країнах Європейського Союзу підприємства, які не використовують інтелектуальний капітал, отримують у середньому 14% прибутку, а ті, які використовують його час від часу – 39%, а ті, які ставлять його в основу стратегічного розвитку – понад 60% прибутку [1, с. 14].

В таких умовах особливої актуальності набуває розробка нових інструментів економічної політики, призначених для здійснення принципових структурних змін в економіці країни в цілому та окремих її регіонів. Одним із таких ключових інструментів є підвищення ефективності використання наукового потенціалу країни, оскільки саме він виступає тим фундаментом, на який має спиратися вітчизняна інноваційно-інвестиційна підсистема.

В свою чергу розробка заходів щодо відновлення наукового потенціалу країни має спиратися на ґрунтовний аналіз ефективності його формування та використання в розрізі окремих регіонів та стратегічних населених пунктів.

Аналіз основних досягнень і літератури. Вивченню даного питання присвячена чимала кількість наукових праць як безпосередньо в галузі економіки, так і в сфері географічно-історичних та демографічних досліджень.

Зокрема дослідженням наукового потенціалу через персоналії присвячені роботи О. Шаблія, О. Топчієва, М. Пістуна, А. Степаненка, О. Краснопольського і Н. Краснопольської, Ю. Махомета, О. Реєнта [1-4].

Дослідженням інтелекту, інтелектуального капіталу, інтелектуальній еліті, а також питанням впливу соціального чинника на розвиток інтелектуального потенціалу та ринків високотехнологічних товарів і послуг певною мірою присвячені праці Д. Бела, Дж. Гелбрейта, В. Росту, М. Фішера, М. Блауга, Т. Стюарта, Г. Беккера, Е. Брукінга, Л. Едвінссона, Л. Прусака, П. Салівана, О. Тоффлера, Т. Форт'юн. Українська наукова спільнота значно пізніше звернула увагу на цей напрямок наукових досліджень, ніж західні науковці, але цей розрив зараз скорочується завдяки значному внеску таких вчених, як: Б. Патон, П. Цибульов, М. Паладій, В. Іноземцев, А. Чухно, А. Гальчинський, А. Геєць, Г. Задорожний, О. Кендюхов, А. Колот, Е. Лібанова, В. Семиноженко, А. Чухно, Л. Федулова, О. Шкурупій та ін. Серед російських науковців слід відзначити роботи С. Дятлова, В. Іноземцева, М. Критського [1, 3, 5].

Дослідженням економічної сутності науково-технічних розробок та інновацій займалися вітчизняні науковці Д. Черваньов, Н. Ткаленко,

Л. Безчасний, Ю. Бажал, Г. Калитич, Б. Малицький, В. Соловйов, С. Валдайцев, П. Завлін, Н. Фонштейн, А. Поручник, Н. Гончарова, А. Пересада, В. Геєць; іноземні вчені: Д. Белл, Є. Денісон, Т. Кун, Е. Менсфілд, М. Портер, Й. Шумпетер, Є. Янг, О. Анчишкин, С. Глаз'єв, О. Кругліков, Д. Львов, Р. Молодцова й ін. [6-8].

Проблемам розвитку трудового потенціалу як складової наукового прогресу приділяли свою увагу Е. Лібанова, В. Онікієнко, Л. Лісогор, Л. Ткаченко, В. Стешенко, Е. Гансової, Є. Головахи, Н. Победи, Ю. Римаренка. Динаміка світових та вітчизняних міграційних процесів досліджується у роботах О. Піскуна О. Хомри, І. Прибиткової, В. Євтуха, Н. Победи та ін. Проблеми взаємозв'язку трудової міграції населення і соціально-економічного розвитку суспільства у режимі моніторингу досліджуються Г. Щербою, Ю. Пачковським, Л. Козак [1, 3, 5, 9].

Регіональний аспект розвитку потенціалу регіону, в тому числі й наукового, представлений в роботах Дж. Кейнса, А. Маршала, Р. Солоу, Й. Шумпетера, Є. Бойко, З. Варналія, Б. Данилишина, М. Долішнього, Я. Олійника, А. Степаненка, Д. Стеченко та ін. [3, 10, 11].

Проте незважаючи на той рівень зацікавленості науковців, який викликає проблема формування й розвитку дієвого наукового потенціалу як на рівні окремо взятої господарської одиниці, так і на рівні регіону чи країни взагалі значна кількість питань залишається без відповідей. До складу таких питань перш за все можна віднести розуміння самої сутності дефініції «науковий потенціал», оскільки в більшості робіт вона ототожнюється з інтелектуальним, науково-технічним чи освітньо-науковим потенціалом. Адаптації до реалій вітчизняної економіки потребує й критеріальний апарат оцінки наявності та ефективності використання наукового потенціалу. Недостатньо висвітленим на наш погляд є й стан розвитку відповідного потенціалу в окремих регіонах України, зокрема в одному з історичних центрів вітчизняної науки м. Харкові та області.

Мета дослідження, постановка задачі. Метою даної статті є не тільки уточнення сутності дефініції «науковий потенціал» та визначення показників оцінки рівня його формування й використання, але й проведення аналізу можливостей розвитку наукового потенціалу Харківської області.

Матеріали досліджень. З метою визначення перспективних напрямків нарощування наукового потенціалу Харківської області необхідно перш за все остаточно визначитися зі змістом даного терміну та відповідно показниками, за якими він оцінюється.

Так проведені нами дослідження свідчать, що, перш за все, в сучасній літературі відсутня єдність навіть в формуванні самого поняття «науковий потенціал». Зокрема О. Посилкіна та М. Сидоренко вважають, що науковий потенціал наряду з інтелектуальним є складовою науково-технічного потенціалу [7, с. 27]. Приблизно такої ж думки й Н. Ткаленко, яка в своїй роботі оцінюючи діяльність системи освіти, а також інтенсивність інноваційних процесів та результативність науково-технічної діяльності оперує терміном «науково-технічний потенціал» змішуючи на наш погляд наукову складову з реалізацією її продуктів втілених в інноваційній продукції [6, с. 139-140]. А С. Тульчинська, судячи з того, що в тексті своєї роботи одночасно використовує терміни «науковий потенціал» та «науково-технічний потенціал», взагалі вважає вищевказані поняття синонімами [8, с. 124], тоді як А. Переверзева науковий потенціал вважає «однією з найважливіших 10 складових людського потенціалу» і показником інтелектуального розвитку країни» [5, с. 27]. Ще один погляд на бачення даної проблеми втілюється в термін «освітньо-науковий потенціал», який сам автор заміняє по тексту терміном «науковий потенціал» [2]. Найбільш розгорнутим, на наш погляд, є трактування наукового потенціалу, запропоноване Ю. Махомет в дослідженнях якого за допомогою декомпозиції поняття «інтелектуальний потенціал регіону» доведено, що науковий потенціал наряду з людським, освітнім, інноваційним та інформаційно-комунікаційним є складовою саме інтелектуального потенціалу [3, с. 85-86].

Таким чином навіть з цієї невеликої добірки тлумачень досліджуваного терміну простежується проблема визначення що ж є головним наука чи людина, науковий / інтелектуальний чи людський потенціал.

Зважаючи ж на те що, саме людина є носієм того чи іншого знання доречно науковий та інтелектуальний підпорядкувати людському потенціалу. Порівнюючи ж науковий та інтелектуальний потенціали між собою та спираючись на норми Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність», який трактує наукову діяльність як «інтелектуальну творчу

діяльність, спрямовану на одержання і використання нових знань» [12] варто науковий потенціал все ж таки підпорядкувати саме інтелектуальному, оскільки наука і є сферою втілення інтелекту людей.

Підсумовуючи вищевикладене доцільно науковий потенціал розглядати як складову інтелектуального, а той, в свою чергу, – як елемент людського потенціалу.

Ще одна з проблем трактування сутності терміна «науковий потенціал» криється в розумінні самого базового терміна – «потенціал». Так у трактуванні даної категорії простежується два основних підходи: ресурсний і результативний.

Відповідно представники ресурсного підходу (Л. Абалкін, В. Архангельський, Л. Зінов'єв, І. Отенко) трактують потенціал як сукупність необхідних для функціонування або розвитку систем різних видів ресурсів. В рамках даного підходу науковий потенціал ототожнюється з інноваційним, представляється як «накопичена визначена кількість інформації про результати науково-технічних робіт, винаходів, проектно-конструкторських розробок, зразків нової техніки та продукції» або тлумачиться як «система факторів і умов, необхідних для здійснення інноваційного процесу», що значно спрощує дійсність та звужує сферу застосування цієї важливої категорії.

Представники ж результативного підходу (О. Федонін, О. Олексюк, І. Репіна, З. Герасимчук, І. Должанський, С. Шумська, І. Бакум та Н. Краснокутська) трактують потенціал як здатність, можливість комплексу ресурсів економічної системи виконувати поставлені перед нею завдання [3, с. 81].

В даному випадку ми згодні з думкою фахівців, котрі вважають, що результативний підхід «є більш системним», оскільки саме володіння певного роду ресурсами ще не означає ефективне й відповідно цілеспрямоване їх використання. Насправді наукові ресурси (кадрові, матеріально-технічні, інформаційні, організаційні) лише створюють певні можливості для втілення їх в інноваційній продукції, проте навіть найкращі з них можуть бути нівельовані неефективним менеджментом.

Узагальнюючи вищевикладене під науковим потенціалом регіону необхідно розуміти складову людського капіталу, що охоплює сукупність ресурсів і можливостей, які характеризують здатність наукової системи певної території забезпечувати належний рівень її науково-технічного розвитку.

При цьому як система особливого класу, науковий потенціал, на наш погляд, повинен розглядатися як поліструктурна, відкрита, адаптивна, динамічна система. Науковий потенціал характеризується складністю структури, наявністю множинних елементів із складними взаємозв'язками, динамічністю та стохастичністю поведінки в цілому й окремих його елементів, існуванням ієрархічних і функціональних підсистем, які розвиваються на основі окремих цілей (кадрова, матеріально-технічна, інформаційна, організаційна підсистеми). Все це має бути враховано й в системі оцінки відповідного типу потенціалу.

Так у країнах ЄС розроблено й прийнято в якості стандарту нову систему індикаторів науково-технічного розвитку, яка складається з 18 основних показників, що дозволяють, на думку експертів ЄС, об'єктивно оцінювати рівень науково-технічного розвитку країн-учасниць. До такої системи входить чотири групи показників, які відображають: стан кадрового потенціалу; рівні фінансування НДДКР і патентну активність; рівні інноваційної активності, насамперед, в групі малих і середніх підприємств; рівні поширення сучасних технологій в економіці.

Однак, врахувавши доцільність поділу потенціалу на науковий та технічний, а також враховуючи, що науковий потенціал в жодному разі не можна замінити поняттям інноваційного потенціалу дана методика без доопрацювання не може бути використаною для оцінки саме наукової складової потенціалу того чи іншого регіону.

Ще один з найбільш комплексних і конструктивних підходів до виміру готовності тієї або іншої країни до переходу на модель розвитку, засновану на знаннях, був в 2004 р. запропонований Всесвітнім банком в межах програми «Знання для розвитку». Методика КАМ (The Knowledge Assessment Methodology) включає комплекс з 76 показників, які дозволяють порівнювати окремі показники різних країн, а також середні показники, що характеризують групу країн [13]. Ядром даної методики є розрахунок індексу знань, який пропонується використовувати для оцінки здатності країни створювати, приймати і поширювати знання, та індексу економіки знань, котрий в свою чергу оцінює відповідність загального рівня розвитку тієї чи іншої країни або регіону по відношенню до економіки знань. Обидва вищезазнані показники розраховуються на основі середньої нормованої оцінки продуктивності країни

або регіону за такими показниками як ефективність економічних стимулів та інституційного режиму, рівень освіти й людських ресурсів, інноваційної системи та інформаційно-комунікаційних технологій.

Проте й ця система має свої недоліки, серед яких на нашу думку є як недоречність перш за все її використання для оцінки виключно «наукового», а не інноваційного потенціалу, так і недоцільність встановлення однакової вагомості окремих її складових. Зокрема в процесі розрахунку індексу економіки знань, наприклад, такі показники як кількість комп'ютерів на 1000 осіб чи кількість користувачів всесвітньої мережі інтернет на кожні 10000 осіб прирівнюються за значимістю до верховенства права чи індексу розвитку людини. Проте саме існування розгалуженої мережі інтернет ще не означає, що вона використовується за науковим призначенням або ж сприяє розвитку наукових досліджень.

Ще одним проблематичним моментом в використанні іноземних моделей оцінки будь-якої складової потенціалу країни чи регіону є відмінність в організації й показниках статистичної оцінки розвитку об'єктів дослідження. Тому доречніше використовувати доробок вітчизняних вчених [7, 10]. Взявши за основу методичний підхід, запропонований Я. Олійником та О. Трусій та доповнивши їх модель такими складовими як оцінка інформаційної достатності, інфраструктурна забезпеченість та правова захищеність результатів наукового пошуку доцільно виділити такі групи індикаторів як 1) розміщення та розвитку наукових організацій; 2) кадрового забезпечення наукового потенціалу; 3) підготовка кадрів; 4) фінансового забезпечення наукової діяльності; 5) матеріально-технічного забезпечення наукової діяльності; 6) результативності наукової діяльності; 7) зовнішньоекономічної діяльності наукових організацій; 8) інформаційна забезпеченість досліджень; 9) інфраструктурна забезпеченість; 10) рівень правового захисту результатів наукових досліджень.

Оцінюючи розміщення та розвиток наукових організацій доцільно звернути увагу на кількість організацій, які виконують наукові і науково-технічні роботи; кількість працівників наукових організацій, що виконують наукові і науково-технічні роботи; кількість докторів і кандидатів наук, задіяних у виконанні наукових і науково-технічних робіт; валові витрати на 1 наукову організацію та 1-го працюючого в ній.

У 2011 р. виконанням наукових та науково-технічних робіт у Харківській області займалися 189 організацій та підприємств (або 15,06% від їх загальної кількості по країні), в яких працювали 21,8 тис. працівників основної науково-технічної діяльності (або кожний п'ятий науковець країни). Однак навіть в 2010 році відповідні показники складали 198 підприємств і організацій і 22,4 тис. осіб зайнятих науковими дослідженнями, що свідчить про зниження відповідної складової наукового потенціалу області [14]. В той же час порівнюючи Харківську область з другими регіонами необхідно відзначити значну концентрацію наукових організацій, оскільки більше науковими дослідженнями займалися лише в м. Київ – 327 організацій та 34618 осіб, тоді як в інших областях кількість відповідних організацій відрізнялась в рази [15]. Так, наприклад, в Київській області тільки 32 підприємства виконували наукові дослідження й розробки при цьому кількість задіяних науковців склала 1873 осіб [16], в Донецькій області – 63 та 5890 осіб [17]; в Дніпропетровській – 73 та 8852 осіб [18], в Одеській – 58 та 2663 осіб [19], в Львівській – 76 та 3677 осіб [20]. Для порівняння необхідно зазначити, що в 2011 році в Російській Федерації (РФ) науковими дослідженнями й розробками займалися 3682 підприємства, зокрема в Белгородській області – 16, Воронежській – 59, м. Санкт-Петербург – 346 [21], в Білорусі – 313 організацій [22, С. 153]. Таким чином за кількістю організацій, що займаються науковими розробками область посідає друге місце в Україні й досить значну позицію на теренах СНД.

Проте оцінюючи структуру виконаних в 1995-2011 рр. наукових та науково-технічних робіт можна помітити й досить небезпечну тенденцію до скорочення фундаментальних та прикладних досліджень при досить стрімкому зростанню обсягу науково-технічних розробок, що свідчить про занепад великої науки й прагнення за будь-яку ціну отримати короткочасні вигоди. По суті відбувається просте «довикористання» потенціалу, що був накоплений країною в попередні періоди, оскільки без фундаментальних відкриттів вітчизняна промисловість може надіятись виключно на тимчасове покращення справ за рахунок поліпшуючих або ж псевдоінновацій (рис. 1).

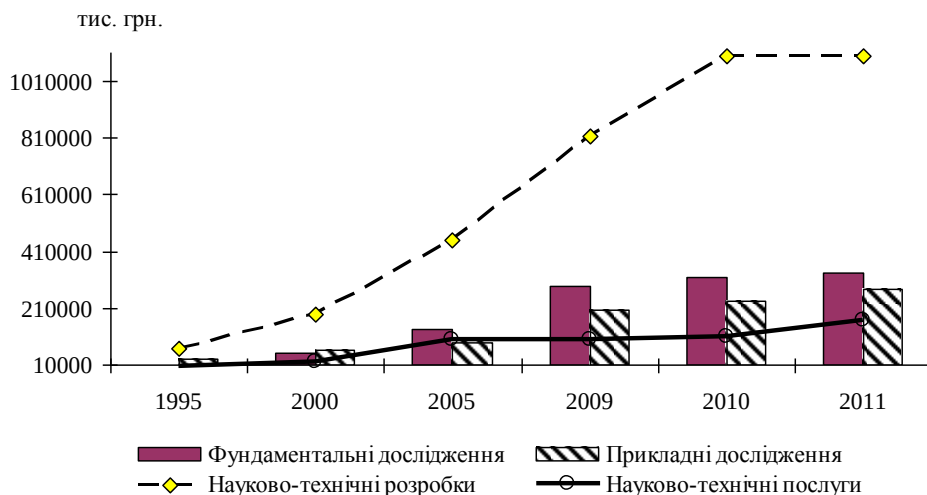


Рис. 1 – Обсяг наукових та науково-технічних робіт, виконаних власними силами організацій (підприємств), за видами робіт [14]

Досліджуючи забезпеченість наукових досліджень персоналом необхідно відзначити, що на мільйон жителів в Харківській області припадає 10124 осіб, які є науковими співробітниками, що є досить добрим показником, оскільки в середньому по Україні він складає всього 1001-2000 осіб і це при тому, що навіть цей показник є другим у світі. Така ж кількість вчених відзначається в Китаї, Італії та Польщі, а рівень науковців притаманний лише світовим лідерам – західноєвропейським країнам, США, Канаді, Росії та Австралії. Однак, якщо в більшості країн наукою займаються глобальні корпорації, то в Харківській області, як і в Україні в цілому, переважна більшість працівників (47,0%) зосереджена в організаціях галузевого профілю, 38,3% – в наукових установах академічного профілю, 10,3% – у вищих навчальних закладах та 4,4% займалися заводською наукою. Як видно з представлених даних приватний сектор економіки ще не усвідомив значення науки для завоювання конкурентних позицій на свої ринках, що знижує попередню позитивну оцінку наукового потенціалу області.

Оцінюючи витрати на 1 наукову організацію та 1-го працюючого в ній (які до речі в 2011 році відповідно склали 9264,69 тис. грн. в розрахунку на 1 наукову організацію та 63,07 тис. грн. на 1 наукового співробітника), необхідно відзначити, що за то же період відповідний показник по країні в цілому складали 7642,47 тис. грн. та 71,18 тис. грн. / особу. Про достатність же даних показників свідчить той факт, що навіть наші сусіди витрачають на порядок більше коштів. Так, наприклад, в Белгородській області РФ в перерахунку на гривні в 2011 р.

було витрачено 34,72 млн. грн. в розрахунку на 1 наукову організацію або 463,70 тис. грн. на 1 наукового співробітника, тоді як в середньому по РФ 65270 тис. грн. / організацію та 326,85 тис. грн. / особу. Відповідно в поєднанні зі значним загальним обсягом здійснених досліджень і незначними обсягами їх фінансування можна припустити або ж більш високу ефективність вітчизняних розробок, або ж, що більш ймовірно, зниження рівня відповідних досліджень. До визнання другого варіанту більш реалістичним підштовхує ще й той факт, що в українській економіці майже відсутні технології 6-го укладу, частка 5-го укладу становить біля 10%, а найбільш поширені 4-й і 3-й технологічні уклади, які саме й є результатом наукових досліджень низького рівня складності [9].

Аналізуючи кадрове забезпечення наукового потенціалу на нашу думку доречно звернути увагу на чисельність працівників наукової діяльності та їх частка в основній діяльності; структуру наукових працівників: дослідники, техніки, допоміжний персонал; чисельність працівників-сумісників, що виконують наукові й науково-технічні роботи.

Число спеціалістів, які виконували наукові та науково-технічні роботи в Харківській й області (дослідники і техніки), склало 14,2 тис. осіб (у 2010 р. – 14,6 тис. осіб); з них до категорії дослідників належали 11,6 тис. осіб, техніків – 2,6 тис. осіб. Серед цих спеціалістів науковий ступінь доктора наук мали 621 особа, кандидата наук – 2643 особи (у 2010 р. – 618 та 2740 осіб відповідно). В Україні більша чисельність науковців зосереджена лише в Києві, де працює 34,6 тис. осіб, зайнятих дослідженнями й розробками. При цьому чисельність науковців, що мають ступінь доктора наук в Києві складала 5469 осіб, а кандидатів – 23655 осіб. В РФ конкурувати за щільністю науковців можуть лише такі центри як Москва чи Санкт-Петербург, а, наприклад, в суміжній Белгородській області в 2011 р. дослідженнями й розробками займалось всього лише приблизно 1198 осіб [14-21].

Серед нових тенденцій, що мали місце в області спостерігається досить значне зростання кількості кандидатів та докторів наук протягом кількох останніх років (рис. 2). Це досить неоднозначний сигнал, оскільки це відбувається за умови недофінансування наукових досліджень й недостатньої кількості науково-дослідницьких тем, а отже може свідчити про штучне збільшення цієї складової наукового потенціалу регіону.

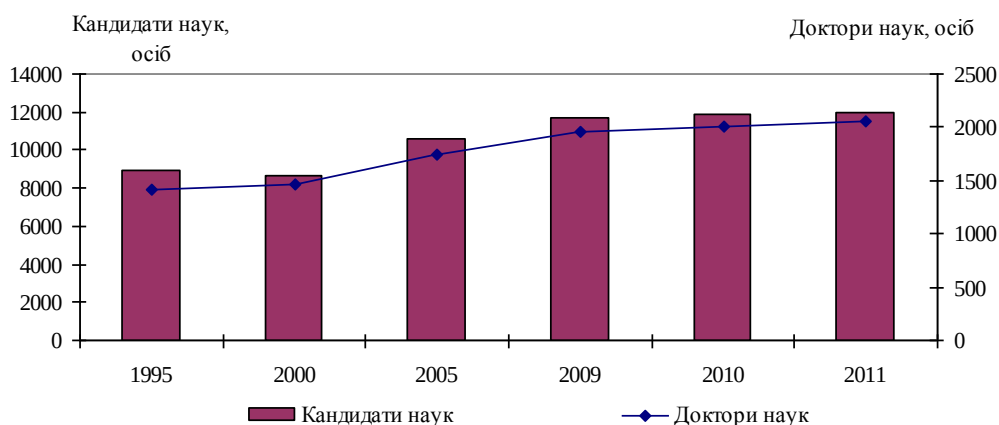


Рис. 2 – Розподіл спеціалістів з науковими ступенями доктора й кандидата наук, зайнятих в економіці Харківської області [14]

В свою чергу до нових загроз існування наукового потенціалу як країни в цілому, так і Харківської області зокрема, можна віднести трудову міграцію та вікову структуру відповідних спеціалістів. Ця проблема гостро торкається закладів наукового спрямування, й залишати її поза увагою держави недоцільно, оскільки вже зараз 53,34% від загальної кількості докторів наук та 23,88% кандидатів перебувають в віці за 60 років, при цьому за 1995-2011 рр. Харківську область залишило 13 докторів та 55 кандидатів наук і це тільки за офіційними даними [14]. Ще більш масштабну, на наш погляд, проблему утворюють кадри, що залишають наукову сферу не залишаючи робочих місць, оскільки за останніми підрахунками в Україні більше 40 % наукових співробітників працює у бізнес-середовищі [23], а отже навряд чи займаються науковими дослідженнями, хоча формально й відносяться до використовуваного наукового потенціалу регіону чи країни.

Дослідження рівня підготовки кадрів доцільно здійснювати за кількістю установ, що мають докторантуру та аспірантуру; кількістю аспірантів та докторантів; кількістю аспірантів і докторантів на 1 наукову установу; кількістю аспірантів і докторантів на 1000 наукових працівників; часткою наукових установ, що мають аспірантуру й докторантуру.

Так в Україні намітилась загальна тенденція до концентрації підготовки наукового потенціалу (принаймні, кандидатів наук) переважно в аспірантурах вищих навчальних закладів. Відповідно до нових вимог і цінностей політичного, економічного й соціального розвитку держави в 1990-х рр., виникла потреба суспільства у відповідних спеціальностях і спеціалізаціях:

відбулося різке збільшення кількості аспірантів у галузі політичних (в 6 разів), психологічних і мистецтвознавстві (в 4 рази), економічних та філологічних (в 3 рази), історичних наук (лише в 2 рази). У галузі технічних наук відбулося незначне скорочення чисельності аспірантів. У галузі технічних наук спостерігалось незначне скорочення чисельності аспірантів: в 1991 р. це був кожний третій, то вже в 2000 р. – кожний п'ятий аспірант навчався саме в цій сфері [2].

Приблизно така ж ситуація простежується й в Харківській області (табл. 1), де постійно збільшується кількість організацій, що мають аспірантуру чи докторантуру, а також невпинно зростає обсяг підготовки відповідних фахівців.

Таблиця 1. Підготовка аспіратів і докторантів в Харківській області [14]

Показник	1995	2000	2005	2009	2010	2011
Кількість організацій, що мають аспірантуру	50	54	64	65	66	66
Кількість організацій, що мають докторантуру	22	27	30	36	36	38
Кількість аспірантів	2734	3064	3902	4107	4100	3940
Кількість докторантів	164	150	186	183	206	210

Однак, порівнюючи темпи зростання аспірантів та докторантів (з 1995 по 2011 роки їх кількість зросла на 43%) з темпами зростання обсягу освоєних інноваційних видів продукції, які є результатом наукових досліджень, (за відповідний період максимальний приріст склав всього 17%) та враховуючи, що майже 90% аспірантів та докторантів навчаються коштом державного бюджету, можна зробити висновок, що витрати держави на їх підготовку не трансформуються в наукові результати.

Рівень фінансового забезпечення наукової діяльності оцінюється загальними витрати на фінансування наукових та науково-технічних робіт, структурою фінансування та витратами на виконання наукових і науково-технічних робіт.

Але перш ніж оцінити достатність досягнутого рівня фінансування науки в Харківській області необхідно відзначити, що незважаючи на той факт, що науковцями доведено пряму залежність між витратами на науку й якістю зростання економіки нинішня ситуація в країні щодо витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) є незадовільною. Згідно з даними

Державної служби статистики України в 2011-2012 рр. обсяг фінансування наукових розробок знаходився в межах 0,73-0,75% від ВВП [23], тоді як відповідно до Закону України «Про наукову і науково-технічну діяльність» передбачено фінансування науки не менше 1,7% ВВП, тоді як у Швеції цей показник сягає 3%, Японії – 2,97%, Швейцарії – 2,86%, США – 2,62%, Німеччині – 2,53%, а в Ісландії на фінансування освіти і науки взагалі виділяється 8,1% від ВВП. Але й це не дивно, оскільки за даними Світового банку лише 4 % сукупних світових інвестицій у науку здійснюють країни, що розвиваються до яких відноситься й Україна, тоді як 85 % – члени ОЕСР, 11 % – Індія, Китай, Бразилія, нові технологічно розвинуті країни Східної Азії [5, с. 29-30; 11, с. 87]. Відповідно до вищевикладеного обсяг фінансування науки в області недоцільно було б порівнювати з європейськими країнами, однак, оперуючи тим фактом, що на сьогодні рівень фінансової підтримки області складає 2,53% від валового регіонального продукту (ВРП) можна дійти до хибного висновку щодо достатності фінансування науки в регіоні. Але це не так, оскільки на фактичний обсяг фінансування впливає не тільки частка витрат в доходах регіону, але й безпосередньо величина відповідного доходу, яка нажалі залишається недостатньою для здійснення масштабних наукових проектів.

До того ж необхідно відзначити, що на сучасному рівні розвитку регіону державні структури лише намагається підмінити наукову інертність бізнесу власною активністю. Зокрема в Харківській області, як до речі і в сусідній РФ, простежується все більша орієнтація державного фінансування на «швидкі результати» про що свідчить динаміка витрачання коштів в розрізі фундаментальних і прикладних досліджень та витрат на розробки. Так в структурі витрат на науку в 2011 р. в Харківській області частка витрат на фундаментальні дослідження склала 19%, прикладні – 15%, розробки – 66%. Але з цього мало що виходить, про що, зокрема, свідчить падіння винахідницької активності до кінця ланцюжка: «винахід – корисна модель – промисловий зразок». Для порівняння ж необхідно відзначити, що в США в 2002 р. на фундаментальні дослідження доводилося 17,9%, на прикладні дослідження 23,5% і 58,6% на розробки. Тобто, якщо вважати американську структуру витрат як наближену до оптимальної то харківській науці бракує коштів перш за все на фінансування прикладних досліджень.

Водночас витрати бізнесу в Харківській області на НДДКР становлять близько 5,11 % від загальних асигнувань на науку, а в розвинених країнах цей показник сягає 70% [11, С. 87]. В зв'язку з цим доцільно звернутись до слів американського президента Б. Обама, котрий категорично не погоджується з думками про те, що у важкі часи не можна дозволяти собі інвестиції у науку, що підтримка наукових досліджень – це розкіш в ті моменти, коли все визначається необхідністю, оскільки вже доведено, що в розрахунку на одиницю витрат середня віддача інвестицій у науково-дослідні роботи оцінюється приблизно в 50%, що значно вище від рівня ефективності інвестицій у бізнесовому секторі (приблизно 10%).

Ще одна проблема фінансування науки як в Харківській області, так і в країні в цілому полягає в тому, що сьогодні навіть ті невеликі кошти, які виділяються на науку, «розпорошуються» по всіх інститутах, замість того, щоб цілеспрямовано витрачатися на вирішення певних завдань і проблем. Наприклад, на відміну від України, в Росії держава виділяє гранти на конкретні проекти та дослідження, що дозволяє концентрувати капітал й отримати більш високу критичну масу коштів в розрахунку на кожний конкретний проект.

Матеріально-технічне забезпечення наукової діяльності оцінюється середньорічною вартістю основних засобів; фондоозброєністю; технічною оснащеністю.

В процесі оцінки даної складової наукового потенціалу ми зіштовхнулися ще з однією проблемою в дослідженні реального його стану в області – відсутністю офіційної інформації щодо активів наукових установ і організацій, тому змушені були апроксимувати відповідні дані по країні на інформацію щодо матеріального забезпечення Харківської області. Так відповідно до даних Державного комітету статистики, частка основних засобів наукових організацій у загальному обсязі основних засобів підприємств та організацій України станом на кінець 2006 р. становила всього 0,9 %, при цьому середньорічна вартість основних засобів наукової та науково-технічної сфери становила 9,2 млрд. грн, у тому числі машин і устаткування – 2,9 млрд. грн., або 31,2 %. Проте навіть зважаючи на той факт, що рівень технічної оснащеності наукових організацій за досліджуваний період зріс у 13 разів, зокрема, в академічному секторі – в 21,6 рази, галузевому – в 9,8, секторі вищої школи – в 4,8 і в заводській науці – в 5,7 рази [11, с. 88] можна констатувати вкрай недостатній

його обсяг і це при тому, що значна його частина фізично та морально застаріла. При цьому найнижчий рівень фондоозброєності й технічної оснащеності спостерігається у секторі заводської науки, де саме й має відбуватися комерціалізація наукових досліджень.

Про результативність наукової діяльності свідчать кількість виконаних наукових та науково-технічних робіт; кількість друкованих робіт; кількість друкованих робіт на 1-го наукового працівника.

За часів колишнього СРСР в Україні розроблялось 17 із 21 високих технологій Союзу, кожне третє авторське свідоцтво було «українським». У 2011 р. було освоєно 169 інноваційних видів продукції, з яких 83 – належить до машин, устаткування, приладів, апаратів тощо. Також у виробництво впроваджено 708 нових технологічних процесів, з них 45 – маловідходні та ресурсозберігаючі, а обсяг інноваційної продукції, реалізованої промисловими підприємствами області впродовж 2011 р., становив 1328,9 млн. грн. або всього 2,4% від загального обсягу реалізованої промислової продукції (у 2010 р. – відповідно 1473,4 млн. грн. або 3,1%) [14].

Безпосередньо ж публікаційну активність науковців Харківської області зважаючи на дані, наведені в табл. 2, можна констатувати як проблемну, оскільки навіть в порівнянні з Києвом та Москвою кількість наукових публікацій Харкова відрізняється в рази.

Таблиця 2. Обсяг наукових публікацій за 2006 рік в розрізі наукових центрів [24]

Регіон / країна	Москва	Київ	Харків	Львів	Україна
Кількість публікацій з природничих наук (Science Citation Index Expanded, SCIE-EXPANDED)	12160	2009	794	411	4044
Кількість публікацій з суспільних наук (Social Sciences Citation Index, SSCI)	387	40	3	5	51
Кількість публікацій з гуманітарних наук (Arts & Humanities Citation Index, A&HCI)	147	4	3	2	15

Таким чином, в сфері природничих наук Москва й Київ продукують більше половини сукупної кількості національних статей, проте навіть Київ значно поступається західній сусідці, а Харків і того більше. Однак необхідно зважити й на той факт, що майже кожна 5 стаття в Україні в галузі природничих наук належить харківським науковцям. Що ж до суспільних та гуманітарних наук, то внесок харківських шкіл цього напрямку є вкрай незначним.

Оцінюючи публікаційну активність на рівні окремих організацій (закладів) доцільно відзначити, що в Харкові найбільш відомою науковою школою є Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна (ХНУ) науковцями якого до 2009 року було опубліковано 5821 статтю, що значно перевищує аналогічні показники багатьох російських і білоруських навчальних закладів. Так зокрема науковцями Білгородського державного університету опубліковано 351 статтю, Вороніжського державного університету – 2690, Курського державного університету – 61, Південного федерального університету – 5397, Гомельського державного університету – 361, Донецького національного університету – 911, Запорізького національного університету – 120. При цьому 91,2% публікацій ХНУ відноситься до природничих і технічних наук, 4,% – наук при житті (біологія, екологія, медицина), 4,3% – соціально-економічних і гуманітарних наук, мистецтва [25].

Оцінка зовнішньоекономічної діяльності наукових організацій має здійснюватись з допомогою таких показників як кількість працівників, що працюють за кордоном за контрактом та кількість проведених досліджень. Проте інформація стосовно цієї сторони наукової діяльності залишається недоступною. Натомість можна відзначити, що частка готових виробів у товарному експорті країни становить 30-35%, сировини та напівфабрикатів – 65–70% (у світовому експорті товарів готові вироби, навпаки, займають 77,5%, сировина і напівфабрикати – 12,5%), що свідчить про відчуженість українських продуцентів знань від світового ринку.

Оцінка останніх трьох показників наукового потенціалу включає інформаційну та інфраструктурна забезпеченість, а також рівень правового захисту результатів наукових досліджень.

Зокрема інформаційну незабезпеченість наукового розвитку області характеризує відсутність бази заявок на винаходи, а також дієвого програмного забезпечення. Інфраструктурну складову можна оцінити за відсутністю бізнес-інкубаторів та технопарків, серед яких в області можна відзначити лише технопарк «Інститут Монокристалів». Правову неврегульованість даного роду діяльності характеризує той факт, що зараз в Україні чинні 14 законодавчих, близько 50 нормативно-правових актів та більше 100 різноманітних відомчих документів, які регламентують інноваційну діяльність. Ще одним стримуючим фактором в галузі науки є неврегульованість авторського права. Зокрема за

даними щорічного глобального дослідження піратства у галузі програмного забезпечення, яке було оприлюднене Асоціацією виробників програмного забезпечення (BSA), Україна залишається серед країн з найвищим рівнем комп'ютерного піратства у світі, поряд із такими державами, як Зімбабве, Венесуела, Іран тощо. Рівень використання неліцензійного програмного забезпечення в Україні у 2008р. становив 84%, що є одним із найвищих у Європі, а втрати національної економіки від комп'ютерного піратства склали 534 млн. доларів США на рік [26].

Висновки. Таким чином відсутність альтернативних стратегій використання наукового потенціалу області по-суті призвела до його гіперконцентрації, що в свою чергу спонукає процеси зовнішньої міграції наукових кадрів. При цьому проведений аналіз стану наукового потенціалу Харківської області свідчить як про наявність значного потенціалу в сфері наукових досліджень, так і про необхідність вирішення цілого комплексу проблем, пов'язаних з кадрами, фінансуванням та матеріально-технічним забезпеченням науки. В якості стратегічних орієнтирів відбудови наукового потенціалу як області, так і країни в цілому має стати остаточне усвідомлення пріоритетних галузей, що, в свою чергу, дасть можливість сконцентрувати наявні фінансові ресурси на реалізацію першочергових програм. Розробити програму сприяння розвитку вітчизняних інноваційних бізнес-структур, які, сформувавши значні фінансові ресурси, були б спроможні здійснювати більш вагомий внесок у наукову сферу. На рівні регіону доцільно створити базу винаходів, що виключило б дублювання наукових досліджень різними організаціями та сприяло б мінімізації витрат на ті дослідження, які не зустрічають попиту з боку виробництва. Удосконалити існуючу патентно-правову базу та відновити діяльність щодо створення бізнес-платформ у вигляді технопарків і бізнес-інкубаторів.

Список літератури: 1. *Решет О. П.* Соціальний чинник у розвитку наукового потенціалу в Україні / О. П. Решет // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Історія. Політологія. – 2011. – Вип. 1. – С. 13-16. 2. *Черевичний Г. С.* Освітньо-науковий потенціал як фактор державотворення сучасної України / Г. С. Черевичний // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Gileya/2012_57/Gileya57/I21_doc.pdf 3. *Махомет Ю. В.* Економічна сутність і структура інтелектуального потенціалу регіону / Ю. В. Махомет // Економічний простір. – 2011. – № 52/2. – С. 79-88. 4. *Олійник Я. Б., Трусій О. М.* Новий напрям дослідження в суспільній географії / Я. Б. Олійник, О. М. Трусій // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Chseg/2008_5/Oliynyk,Trusiy.pdf 5. *Переверзєва А. В.* Науковий потенціал як передумова розвитку людського потенціалу /

А. В. Переверзева // Всеукраїнський науково-виробничий журнал: Сталий розвиток економіки. – 2012. – №4(14). – С. 27-32. 6. Ткаленко Н. В. Структура науково-технічного потенціалу України / Н. В. Ткаленко // Вісник ЖДТУ. – 2011. – №2 (56). – С. 137-140. 7. Посилкіна О. В., Сидоренко М. І. Методичні підходи до оцінки науково-технічного потенціалу фармацевтичних підприємств / О. В. Посилкіна, М. І. Сидоренко // Управління, економіка та забезпечення якості фармації. – 2009. – № 5(7). – С. 26-32. 8. Тульчинська С. О. Аналіз реформування наукового потенціалу в Україні / С. О. Тульчинська // Вісник МНТУ. – 2011. – № 3(7). – С. 123-131. 9. Заюков І. В. Особливості розвитку наукового та трудового потенціалу України: стан і перспективи розвитку. / І. В. Заюков // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/2008_4_2/89.pdf 10. Олійник Я. Б., Трусій О. М. Принципи та індикатори використання наукового потенціалу. / Я. Б. Олійник, О. М. Трусій // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Esg/2008_58/4.pdf 11. Прушківська Е. В., Венгерська Н. С. Науковий потенціал як фактор розвитку інноваційно-інвестиційної системи України / Е. В. Прушківська, Н. С. Венгерська // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №4. – Т. 2. – С. 85-89. 12. Закон України «Про наукову і науково-технічну діяльність» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1992. – № 12. – ст.165. 13. Benchmarking countries in the knowledge economy: Presentation of the Knowledge Assessment Methodology (KAM) Knowledge for development program Worldbank institute [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://info.worldbank.org/etools/docs/library/117336/KAMBoardBriefing.pdf> 14. Харківська область у 2011 році (статистичний щорічник) / За редакцією О.Г. Мамонтової. – Х.: Видавництво «Золоті сторінки», 2012. – 581 с. 15. <http://www.gorstat.kiev.ua/p.php3?c=449&lang=1> 16. <http://oblstat.kiev.ukrstat.gov.ua/content/p.php3?c=141&lang=1> 17. http://donetskstat.gov.ua/statinform/nauka_i_in5.php 18. <http://www.dnestrstat.gov.ua/statinfo/ni/ni3.htm> 19. <http://www.od.ukrstat.gov.ua> 20. <http://www.lv.ukrstat.gov.ua> 21. http://msko.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/msko/ru/statistics/enterprises/science 22. Каталог организаций Республики Беларусь, выполняющих научные исследования и разработки. – Минск: ГУ «БелисА», 2009. – 348 с. 23. <http://www.ukrstat.gov.ua/> 24. Габович А. М., Кузнецов В. И. Украинская наука в свете сравнительного наукометрического анализа / А. М. Габович, В. И. Кузнецов // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.isras.ru/publications_bank/1227949926.pdf 25. Московкин В. М. Методология оценки и структурного анализа университетской публикационной активности с помощью поисковой машины GOOGLE SCHOLAR (на примере Приграничного белорусско-российско-украинского университетского консорциума) / В. М. Московкин // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://csr.spbu.ru/wp-content/uploads/2010/05/Moskovkin_2_2009.pdf 26. Рекомендації слухань у Комітеті Верховної Ради України з питань науки і освіти «Ефективність застосування законодавства України у сфері авторського права і суміжних прав» // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://kno.rada.gov.ua/komosviti/control/uk/publish/printable_article?art_id=48141

Надійшла до редколегії 10.06.2013

УДК 330.341.1:338.46

Аналіз наукового потенціалу як передумови розвитку інноваційно-інвестиційної підсистеми Харківської області / Чемчикаленко Р. А., Семенець А. О., Янковська В. А., Топоркова І. В. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 153–170. – Бібліогр.: 26 назв.

Проанализирована сущность понятия «научный потенциал» и определен перечень показателей оценки его состояния и эффективности использования. Исследованы значение и состояние научного потенциала Харьковской области, а также указано основные проблемы его активизации.

Ключевые слова: научный потенциал, интеллектуальный потенциал, наука, оценка потенциала, формирование потенциала; эффективность использования потенциала.

There have been analyzed the essence of the concept of «scientific potential» and a list of indicators to assess its condition and efficiency. Investigated the value and condition of the scientific potential of the Kharkiv region, and identifies the main problems of its revitalization.

Keywords: scientific potential, intellectual potential, science, capacity assessment, capacity building, efficiency potential.

УДК 336.7 (477)

О. А. ШЕСТАКОВА, аспірант, ХНЕУ, Харків**МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ОЦІНЮВАННЯ ТА МІНІМІЗАЦІЇ РИЗИКІВ
В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

В статті розглянуто методичні аспекти оцінки впливу та мінімізації ризиків в управлінні розвитком експортних потенціалів машинобудівних підприємств.

Ключові слова: ризики, експортний потенціал підприємства, управління, мінімізація.

Вступ. Управління експортним потенціалом підприємства пов'язане із різноманітними ризиками, ступінь впливу яких на результати експортної діяльності підприємства суттєво зростає в умовах посилення кризових явищ та нестабільності середовища міжнародного бізнесу. У зв'язку з цим актуальним постає завдання розробки методичних засад оцінювання впливу та мінімізації ризиків в управлінні розвитком експортного потенціалу підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання оцінювання впливу та мінімізації ризиків в управлінні експортним потенціалом підприємства висвітлюються у працях таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як Є.В. Волкодавова [5], А.Є. Воронкова [1], В.А. Крамаренко, К.Н. Онищенко, Н.І. Твердохлебов [2], Дж. Пікфорд [3], Л.Н. Растригін [4].

У працях цих та інших науковців пропонуються різні підходи до класифікації, методів оцінювання та мінімізації ризиків управління експортним потенціалом підприємства. Загальною рисою пропонованих підходів є акцент на виокремлення зовнішніх систематичних ризиків, що пов'язані з кредитно-фінансовими і валютними операціями та зміною кон'юнктури зовнішніх ринків. Але поза полем зору аналітиків залишається певне коло несистематичних ризиків, які відображають «вузькі місця» та «проблемні зони» експортної діяльності підприємства, що обумовлює потребу розробки методів їх ідентифікації, оцінки впливу та мінімізації.

Метою дослідження є розробка методичних засад оцінювання впливу та мінімізації специфічних ризиків в управлінні розвитком експортного потенціалу машинобудівного підприємства

Виклад основного матеріалу досліджень. В основу підходу до ідентифікації та оцінювання впливу ризиків в управлінні розвитком

експортного потенціалу машинобудівних підприємств покладено методи експертного опитування та канонічної кореляції. Експертне опитування вищого управлінського персоналу машинобудівних підприємств Харківської області дозволило ідентифікувати головні види несистематичних ризиків, які відображають «вузькі місця» та «зони ризику» в управлінні розвитком експортних потенціалів цих підприємств, а саме – ризики ринкової, технологічної, інфраструктурної, інституційної та маркетингової неадекватності.

Ризик ринкової неадекватності пов'язаний із тим, що вітчизняні машинобудівні підприємства-експортери працюють переважно за галузевими стандартами колишнього СРСР, які не відповідають сучасним стандартам розвинених країн. За інформацією Реєстру Системи УкрСЕПРО [6, с.82] в Харківській області лише 6% машинобудівних підприємств впровадили системи управління якістю та системи екологічного управління, що спричинює звуження можливостей експортування вітчизняної машинобудівної продукції на ринки, передусім, країн Західної Європи та Північної Америки.

Ризик технологічної неадекватності виникає, як правило, внаслідок неефективного інвестиційно-інноваційного менеджменту підприємств, зволікання у їх переході до міжнародної технологічної конкуренції та їх «зупинці» на переважному використанні технологій IV технологічного укладу.

Ризик інфраструктурної неадекватності полягає у невідповідності характеристик експортних потенціалів підприємств та інфраструктурних умов їх реалізації, які, як свідчить світовий досвід, можуть здійснювати як стимулюючий, так і лімітуючий вплив на експортну діяльність підприємств. Для машинобудівних підприємств області цей вид ризику виникає, зокрема, на ґрунті великих трансакційних витрат на процедури митного оформлення, транспортні та інформаційні послуги та недостатньої потужності місцевої і регіональної логістичної індустрії та прикордонних служб.

Ризик інституційної неадекватності виникає на ґрунті низької якості бізнес-середовища експортної діяльності підприємств, відсутності дійових засобів їх державного захисту на зовнішніх ринках, а також значного наповнення вітчизняного ринку «сірим» імпортом, що негативно впливає на стан національних експортерів машинобудівної продукції. Даний вид ризику

зумовлюються й незадовільним станом вітчизняної системи державного стимулювання, кредитування й страхування експорту підприємств.

Ризик маркетингової неадекватності полягає у невідповідності елементів маркетингового комплексу підприємства завданням реалізації цілей розвитку його експортного потенціалу. Ризик маркетингової неадекватності суттєво зростає в умовах, коли імпортна ємність зовнішнього ринку є меншою, ніж сукупні виробничі потужності його продуцентів і розраховувати на нарощування обсягів експорту можливо лише за умови підвищення ефективності міжнародної маркетингової діяльності підприємства.

Використовуючи метод канонічних кореляцій [7], автором визначено силу взаємозв'язків між ідентифікованими ризиками та видами загроз, що виникають в управлінні розвитком експортних потенціалів підприємств, до яких віднесено: 1) загроза високої концентрації експортного «кошика» підприємства; 2) загроза невиконання експортних контрактів; 3) загроза втрати очікуваної доходності використання операційних ресурсів підприємства. Вихідні дані для обчислення сили взаємозв'язків наведено у табл. 1.

В результаті використання багатовимірного статистичного методу канонічних кореляцій отримано такі рівняння основного взаємозв'язку між двома системами показників:

$$r_{U_1V_1} = 0,8257$$

$$\begin{cases} U_1 = -0,0521y_1 - 0,112y_2 + 1,035y_3 \\ V_1 = -1,4941x_1 + 0,7155x_2 + 0,7738x_3 - 1,0916x_4 + 0,4452x_5 \end{cases} \quad (1)$$

$$r_{U_2V_2} = 0,6114$$

$$\begin{cases} U_2 = 0,4432y_1 + 1,0856y_2 - 0,2725y_3 \\ V_2 = 0,0539x_1 - 1,1942x_2 + 0,7475x_3 - 0,6558x_4 - 0,2725x_5 \end{cases} \quad (2)$$

Таблиця 1. Вихідні дані обчислення взаємозв'язків показників ризиків і загроз в управлінні розвитком експортних потенціалів машинобудівних підприємств Харківської області

№ п/п	Підприємства	Види (джерела) ризиків управління ЕПП					Види загроз (наслідків)		
		X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	Y ₁	Y ₂	Y ₃
1	ДНВП «Об'єднання «Комунар»	8,4	5,2	5,3	3,5	7,4	8,2	4,6	5,9
2	ПАТ «Турбоатом»	9,6	4,8	6,4	5,3	8,5	6,2	9,2	5,1
3	ПАТ «Південкабель»	9,3	7,8	5,2	6,1	4,3	5,7	3,3	4,6
4	ДП «Завод «ФЕД»	8,3	7,4	5,7	4,9	3,2	8,5	9,5	7,3
5	ПАТ «ХАРП»	2,5	5,3	5,4	7,6	6,7	7,7	6,4	8,5
6	ПАТ «Укрелектромаш»	2,5	5,6	5,6	6,7	6,4	8,5	6,3	5,5
7	ПАТ Харвест»	9,2	5,2	3,4	6,5	7,6	9,4	8,4	6,5
8	ДП «Завод «Електроважмаш»	8,6	7,3	9,5	6,4	4,1	4,4	8,5	6,4
9	ПАТ «Харківський тракторний завод»	9,1	7,1	6,2	4,3	4,5	5,4	7,3	4,3
10	ДП «Завод ім. Малишева»	8,3	6,2	4,3	2,3	7,1	6,2	8,4	9,1
11	ПАТ «Електромашина»	9,8	5,4	4,3	5,3	4,3	8,4	4,5	5,1
12	ПАТ «Харківський 3-д підйомно-транспортного устаткування	5,3	7,4	9,4	6,2	5,4	9,1	6,3	9,4
13	ПАТ «Завод ім. Фрунзе»	2,6	5,6	4,2	7,3	4,3	7,8	8,2	5,1
14	ПАТ «ХМЗ «Світло шахтаря»	9,4	6,4	7,6	5,3	7,2	9,3	4,1	6,1
15	ПАТ «Росс»	9,1	8,4	5,3	4,6	5,7	9,6	7,2	8,3

X₁ – бальна оцінка ризику ринкової неадекватності; Y₁ – бальна оцінка загроз великої концентрації експортного кошику;

X₂ – бальна оцінка ризику технологічної неадекватності; Y₂ – бальна оцінка загрози невиконання експортного контракту;

X₃ – бальна оцінка ризику інфраструктурної неадекватності; Y₃ – бальна оцінка загроз втрати очікуваної доходності ЕПП.

X₄ – бальна оцінка ризику інституційної неадекватності;

X₅ – бальна оцінка ризику маркетингової неадекватності.

На основі аналізу коефіцієнтів (формули 1-2) визначено види і показники основного взаємозв'язку складових експортних потенціалів підприємств та ключові фактори, що детермінують їх ризикопрофілі, які наведено у табл. 2.

Таблиця 2. Показники та ключові фактори впливу на ризикопрофілі експортних потенціалів машинобудівних підприємств області

Види взаємозв'язків між складовими ЕПП	Показники, що формують основний взаємозв'язок складових ЕПП	Ключові фактори впливу на ризико-профіль ЕПП
Технологічна ↔ ринкова складові ЕПП	1. Рівень товарної диверсифікації експорту 2. Рівень якості експорту	Технологічний
Інфраструктурна ↔ ринкова складові	Трансакційні витрати на транспортні та митні послуги	Інфраструктурний
Інституційна ↔ ринкова складові	Витрати на кредитування та страхування експорту	Інституційний
Маркетингова ↔ ринкова складові	Витрати на маркетинговий супровід експорту	Маркетинговий
Інфраструктурна ↔ інституційна складові	Витрати на страхування експорту	Інституційний

На основі регресійного аналізу встановлено відсутність залежності між видами загроз (y_1 та y_2) від зазначених у табл. 1 видів ризиків, а багатофакторна лінійна модель залежності (y_3) – загроза зниження доходності експортного потенціалу підприємства від зазначених ризиків має вигляд:

$$y_3 = 13,914 - 0,59x_1 + 0,5864x_3 - 1,094x_4. \quad (3)$$

Дана модель статистично якісна, про що свідчать критерії Стюдента, критерій Фішера ($F = 5,66$) та коефіцієнт детермінації ($R^2 = 0,586$).

Наведені значення коефіцієнтів канонічної кореляції та залежності (формула 3) вказують на актуальність розробки методів мінімізації впливу зазначених видів ризиків в управлінні розвитком експортних потенціалів машинобудівних підприємств області.

Аналіз пропонованих в сучасній літературі методів мінімізації ризиків в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, дозволив дійти висновку, що при усій їх важливості, вони недостатньо відповідають особливостям управління розвитком експортного потенціалу підприємства.

Робоча гіпотеза автора цієї статті полягає у тому, що в умовах зростаючої невизначеності зовнішнього середовища особливої значущості набуває підхід до мінімізації ризиків відтворення експортного потенціалу підприємства, що

базується на посиленні його маркетингової орієнтації, який передбачає, що у прийнятті інвестиційних рішень, пов'язаних із відтворенням експортного потенціалу, неможливо не враховувати ані цілі та інтереси стейкхолдерів підприємства, ані цільові орієнтири експортної діяльності підприємства. Імперативом зчеплення цих інтересів і цілей є узгодження механізму мінімізації ризиків відтворення експортного потенціалу підприємства із механізмом формування його експортного портфелю.

На відміну від інвестиційного портфелю, експортний портфель підприємства є новим науковим поняттям, значущість якого обумовлюється тим, що воно містить можливий й ефективний набір експортних контрактів (угод, замовлень), який визначає ризикопрофіль експортного портфелю і слугує основою прийняття інвестиційних рішень. У такому аспекті експортний портфель підприємства можна розглядати як масштабний інвестиційний проект, а завдання мінімізації ризиків відтворення експортного потенціалу підприємства – як завдання формування ефективного експортного портфелю підприємства, в якому, згідно з [8, с. 170], забезпечується: а) максимізація доходності (продуктивності) виробничих ресурсів у різноманітні ступенів ризику їх використання; б) мінімізація ризиків використання виробничих ресурсів у різноманітні рівнів очікуваної їх доходності (прибутковості).

Застосування маркетингового підходу до управління формуванням ефективного експортного портфелю підприємства пропонується здійснювати за структурно-логічною схемою, яка наведена на рис.

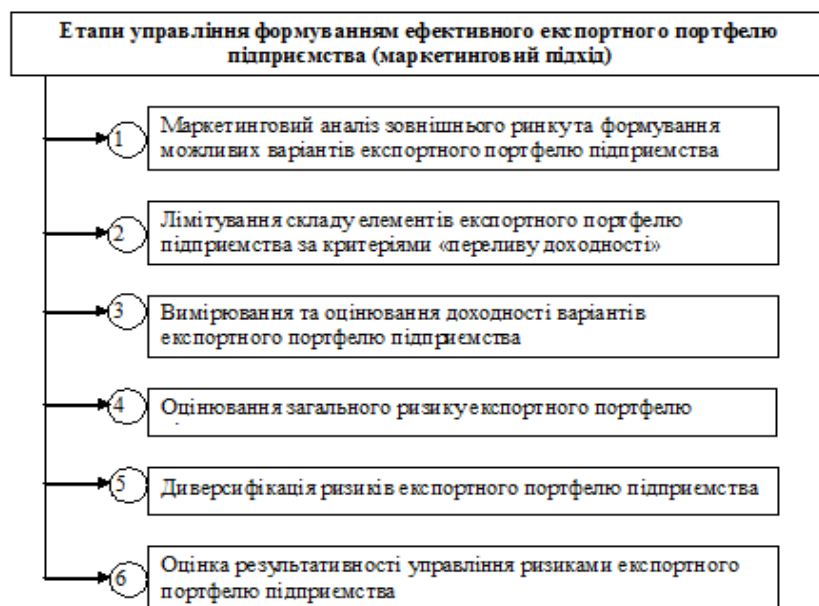


Рис. – Основні етапи процесу управління формуванням ефективного експортного портфелю підприємства (маркетинговий підхід)

Зміст дій на різних етапах процесу управління формуванням ефективного експортного портфелю підприємства (рис.) полягає у наступному.

1. Маркетинговий аналіз зовнішнього ринку та формування можливих варіантів експортного портфелю підприємства. Головною метою даного етапу є формування маркетингової інформації щодо попиту та споживачів експортної продукції підприємства, яка слугує основою для подальших заходів, пов'язаних із визначенням потенціальних контрагентів та формуванням можливого набору експортного портфелю підприємства.

2. Лімітування складу елементів експортного портфелю підприємства здійснюється з метою повної нейтралізації ризиків, пов'язаних із ефектом зміни або «переливу доходності» складових експортного портфелю підприємства. Одним із способів нейтралізації цього виду ризиків є поділ експортних контрактів підприємства на: взаємовиключні (альтернативні), коли рентабельність одного знижується до нуля у випадку виконання інших експортних контрактів; взаємопов'язані, коли рентабельність одного контракту забезпечується за умови реалізації іншого; взаємозалежні, коли рентабельність одного з них не залежить від реалізації інших контрактів; взаємозамішувальні, коли рентабельність одного контракту знижується за умови виконання іншого; та взаємодоповнювальні, коли виконання одного з них підвищує рентабельність іншого контракту.

Врахування ефекту «переливу доходності» є важливим, оскільки дозволяє на початковому етапі знизити невизначеність у формуванні ефективного експортного портфелю підприємства, і насамперед, за рахунок відсічі взаємовиключних і взаємозамішувальних експортних контрактів. Водночас, підвищується незалежність управління ризиками виконання окремих експортних контрактів, що є одним із найважливіших положень сучасного ризик-менеджменту

3. Вимірювання та оцінювання доходності експортного портфелю підприємства. Оскільки експортний портфель підприємства являє собою сукупність експортних замовлень, то його доходність може бути визначена як:

$$D_p = \sum_{i=1}^n x_i d_i = x_1 d_1 + x_2 d_2 + \dots + x_n d_n, \quad (4)$$

де D_p – очікувана доходність експортного портфелю підприємства;

n – кількість контрактів в експортному портфелі підприємства;

d_i – очікувана доходність i -го експортного контракту;

x_i – частка (вага) i -го контракту у загальній вартості експортного портфелю підприємства.

Згідно з [8, с. 170], очікувана доходність є рівнем потенційного винагородження, а стандартне відхилення – рівнем ризику експортного портфелю підприємства. І лише за умови аналізу кожного варіанту експортного портфелю за цими параметрами можна оптимізувати його елементний склад.

4. Оцінювання загального ризику експортного портфелю підприємства здійснюється за двома показниками – коефіцієнтом очікуваних втрат і коефіцієнтом рівня ризикованості. Згідно з [9, с. 132], коефіцієнт очікуваних втрат (expected-loss ratio) визначається як співвідношення між можливими втратами та можливим результатами реалізації експортного портфелю підприємства. Якщо можливі втрати становлять більшу частку можливих результатів, то варіант експортного портфелю підприємства є високоризикованим.

Коефіцієнт рівня ризикованості (risk-exposure coefficient-REC) визначається за формулою [9, с. 134]:

$$RES = L_e (SD) (D_l/D), \quad (5)$$

де L_e – коефіцієнт очікуваних втрат;

SD – стандартне відхилення розподілу результатів;

D_l – мінімальне значення показника чистої поточної вартості (NPV) експортного портфелю підприємства;

D – різниця між мінімальним і максимальним значеннями NPV експортного портфелю підприємства.

5. Диверсифікація ризиків експортного портфелю підприємства.

У формалізованому виді механізм впливу диверсифікації експорту на зниження ризиків експортного портфелю підприємства може бути визначений на основі зміни частки окремих контрактів в його загальній очікуваній доходності. Якщо припустити, що усі експортні контракти мають однакову вагу в експортному портфелі підприємства, то рівень несистематичного ризику портфелю може бути визначений як [8, с. 215]:

$$\sigma_{вр}^2 = \sum_{i=1}^n \left[\frac{1}{n} \right]^2 \sigma_{vi}^2, \quad (6)$$

або

$$\sigma_{\text{вр}}^2 = \frac{1}{n} \left[\frac{\sigma_{\text{в}1}^2 + \sigma_{\text{в}2}^2 + \dots + \sigma_{\text{в}n}^2}{n} \right], \quad (7)$$

де $\sigma_{\text{вр}}^2$ – рівень власного (несистематичного) ризику експортного портфелю підприємства; n – кількість контрактів в експортному портфелі;

$\sigma_{\text{в}i}^2$ – власний (несистематичний) ризик i -го контракту.

Згідно з формулою 7, власний ризик експортного портфелю підприємства в n разів є меншим від середнього власного ризику контрактів. Зі зростанням кількості контрактів (рівня диверсифікації експортного портфелю) величина $1/n$ зменшується, що викликає зменшення несистематичного та загального ризиків експортного портфелю підприємства.

6. Оцінка результативності управління ризиками експортного портфелю підприємства здійснюється за такими показниками, як: рівень нейтралізації можливих втрат експортного доходу підприємства; зниження загального ризику експортного портфелю підприємства за коефіцієнтами очікуваних втрат і рівня ризикованості, рівень диверсифікації, що забезпечує мінімізацію загального та несистематичного ризиків експортного портфелю підприємства, рівень витрат підприємства на нейтралізацію (мінімізацію) ризиків та іншими показниками, які утворюють систему моніторингу ризиків управління експортним портфелем та експортним потенціалом підприємства.

Висновки. Використання пропонованого підходу дозволило визначити пріоритетні методи мінімізації ризиків відтворення експортних потенціалів машинобудівних підприємств Харківської області, які наведено у табл. 3.

Визначені пріоритетні методи мінімізації ризиків були враховані при розробці регіональної програми розвитку експортного потенціалу та підвищення конкурентоспроможності продукції підприємств Харківської області [11], у розробці якої автор приймав безпосередню участь.

Таблиця 3. Пріоритетні методи мінімізації несистематичних ризиків розширеного відтворення експортних потенціалів машинобудівних підприємств Харківської області

№ п/п	Підприємство	Пріоритетні методи мінімізації ризиків розширеного відтворення ЕПП
1	ДНВП «Об'єднання «Комунар»	Підвищення рівня ринкової (географічної) диверсифікації експорту
2	ПАТ «Турбоатом»	Лімітування концентрації ризиків велико-масштабних експортних контрактів
3	ПАТ «Південкабель»	Підвищення рівня продуктової (товарної) диверсифікації експорту
4	ПАТ «ХАРП»	Підвищення рівня незалежності управління ризиками окремих експортних контрактів
5	ПАТ «Харвест»	Сертифікація системи управління якістю за міжнародними стандартами
7	ДП «Завод «Електроважмаш»	Посилення маркетингової орієнтації експортного портфелю підприємства

Перспективним напрямком практичного застосування пропонованого методичного інструментарію є впровадження на підприємствах системи моніторингу середовища експортної діяльності з метою виявлення «вузьких місць» і «проблемних зон» та запровадження ефективного маркетингового супроводу експорту на зовнішніх ринках.

Список літератури: 1. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация : монография [2-е изд., стереотипн.]. – Луганск : Изд-во Восточноукр. нац. ун-та им. Владимира Даля, 2004. – 320 с. 2. Крамаренко В.И. Управление рисками в международном бизнесе [электронный ресурс] : Бизнес-курс МВА: Управление рисками в международном бизнесе / ВАВТ Минэкономразвити РФ. – М.: Бизнессофт, 2006. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM): 12 см. 3. Пикфорд Дж. Управление рисками / – М.: Вершина, 2004. – 352 с. 4. Растринин Л. Риски в международном бизнесе – М.: Экономика, 2006 – 128 с. 5. Волкова Е.В. Экспортный потенциал промышленных предприятий: теория, методология, практика: монография – Самара: Изд-во Самарский гос. экон. ун-т, 2007. – 159с. 6. Промисловість Харківської області у 2011 році / Статистичний збірник. – Х., 2012. – 260 с. 7. Малярець Л. М. Норик Л.О. Економіко-математичні аспекти діагностики конкурентоспроможності підприємства : монографія – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 216 с. 8. Шарп Ф., Г. Александер, Д. Бейллі Инвестиции [пер. с англ.]. – М.: «Инфра-М», 1997. – 816 с. 9. Аналіз вигід і витрат / Серетаріат Ради Скарбниці Канади; [пер. з англ.] – К.: Основи, 2000. – 175 с.

Надійшла до редколегії 10.06.2013

УДК 336.7 (477)

Методичні засади оцінювання та мінімізації ризиків в управлінні розвитком експортного потенціалу машинобудівних підприємств / Шестакова О. А. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків: НТУ «ХПІ». – 2013. – № 49 (1022). – С. 171–180. – Бібліогр.: 9 назв.

В статье рассмотрены методические аспекты оценки и минимизации рисков в управлении развитием экспортных потенциалов машиностроительных предприятий.

Ключевые слова: риски, экспортный потенциал предприятия, управление, минимизация.

The article deals with the methodological aspects of the evaluation and minimization of risks in the management of development of export potential Thieme engineering companies.

Key words: risk, export potential of the company, management, minimization.

ЗМІСТ

Андрійченко О. В.

Удосконалення механізму вибору стратегії підприємств металургійної галузі 3

Гавва В. Н.

Экономическое обоснование тарифов за транзит газа по Украине при подготовке международных контрактов..... 6

Геворкян А. Ю., Гутнєва О. О.

Управління міжнародними маркетинговими комунікаціями підприємства..... 13

Геворкян А. Ю., Уманець Я. Ю.

Створення спільного підприємства, як шлях залучення інвестицій та впровадження інновацій..... 17

Головко О. Г., Шляпкіна К. О.

Формування оптимальної структури капіталу підприємства..... 22

Грабович Т. С.

Аналіз справ харчової промисловості України..... 28

Гриненко О. М., Пічугіна Т. С.

Оцінка ефективності маркетингової стратегії зовнішньоекономічної діяльності на підприємствах пивоварної галузі..... 33

Дорошенко А. А.

Инструменты управления валютными рисками предприятий нефинансового сектора..... 37

Иваниченко В. В.

Направления сближения бухгалтерского и налогового учета в Украине..... 45

Журавльова І. В., Лелюк С. В.

Морфологічний аналіз фінансової безпеки суб'єктів підприємництва..... 51

Касич А. О., Хіміч І. Г.

Теоретичні основи оцінки та обліку нематеріальних активів в Україні..... 61

Крисенко А. В., Іваницький В. Д.

Роль корпоративної культури у розвитку трудового потенціалу підприємства..... 68

Кулик А. М.

Визначення економічної сутності поняття нерухомості при введенні податку на нерухоме майно..... 72

Кучма Е. А.

Влияние финансово-экономического состояния строительного предприятия на инвестиционную привлекательность.....	79
---	----

Лернер Ю. І., Луцюк А. В.

Методи управління вартістю банківського бізнесу	83
---	----

Миргородський Д. Ю.

Теоретичні підходи до дефініції поняття державне регулювання економіки...	90
---	----

Молозіна Н. А.

Модель визначення оптимального розміру страхового тарифу обов'язкового соціального медичного страхування.....	98
---	----

Портна О. В.

Фінансовий потенціал комерційних банків як складова сукупного фінансового потенціалу України	109
--	-----

П'ятак Т. В., Гальцов А. Ю.

Шляхи оптимізації структури капіталу: аналіз теоретичних надбань.....	118
---	-----

Серіков А. В., Лозинська А. А.

Організаційна культура в процесі реструктуризації підприємства.....	128
---	-----

Сичова О.Є., Селегень Н. Е.

Аналіз обґрунтування витрат на просування нового продукту на ринок.....	133
---	-----

Соколенко В. А., Качур І. В.

Создание кластеров как перспективное направление инвестирования промышленных предприятий.....	139
---	-----

Чайкова О. І., Усманова М. З.

Оцінювання методів просування медичного діагностичного обладнання	143
---	-----

Чемчикаленко Р. А., Семенець А. О., Янковська В. А., Топоркова І. В.

Аналіз наукового потенціалу як передумови розвитку інноваційно-інвестиційної підсистеми Харківської області.....	153
--	-----

Шестакова О. А.

Методичні засади оцінювання та мінімізації ризиків в управлінні розвитком експортного потенціалу машинобудівних підприємств.....	171
--	-----

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»

Збірник наукових праць

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

Випуск 49 (1022)

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: lена_hs@mail.ru

Обл. вид. № 39-13

Підп. до друку 13.11.2013 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,
виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції
ДК № 2779 від 28.02.2007 р.