

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»

№54 (1163) 2015

Збірник наукових праць

Видання засновано у 1961 році

Харків
НТУ «ХПІ» 2015

Вісник Національного технічного університету «ХПІ». Збірник наукових праць.
Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Х: НТУ «ХПІ». – 2015. – № 54 (1163) – 104 с.

Державне видання

Свідоцтво Держкомітету з інформаційної політики України
КВ № 5256 від 2 липня 2001 року

Мова статей – українська, російська, англійська.

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:

Є.І. Сокол, д-р техн. наук, проф. (**голова**)

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

А. П. Марченко, д-р техн. наук, проф.; Є. Є. Александров, д-р техн. наук, проф.; А. В. Бойко, д-р техн. наук, проф.; Ф. Ф. Гладкий, д-р техн. наук, проф.; М. Д. Годлевський, д-р техн. наук, проф.; А. І. Грабченко, д-р техн. наук, проф.; В. Г. Данько, д-р техн. наук, проф.; В. Д. Дмитриєнко, д-р техн. наук, проф.; І. Ф. Домнін, д-р техн. наук, проф.; В. В. Єпіфанов, канд. техн. наук, проф.; Ю. І. Зайцев, канд. техн. наук, проф.; П. О. Качанов, д-р техн. наук, проф.; В. Б. Клепиков, д-р техн. наук, проф.; С. І. Кондрашов, д-р техн. наук, проф.; В. 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. Тимофеев, д-р техн. наук, проф.

Редакційна колегія серії:

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

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

Відповідальний секретар: О. С. Другова, канд. екон. наук, 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.; Н. С. Краснокутська, 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. І. Пушкар, д-р екон. наук, проф.; І. А. Федоренко, д-р екон. наук, проф.; А. І. Яковлев, д-р екон. наук, проф.

*Вісник Національного технічного університету «ХПІ», серія «Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства», індексується в наукометричних базах **WorldCat** і **Google Scholar** і включений у довідник періодичних видань бази даних **Ulrich's Periodicals Directory** (New Jersey, USA).*

Рекомендовано до друку вченою радою НТУ «ХПІ»

Протокол № 11 від 25.12.2015 р.

І.О. АПРИШКІН

ЗАСІБ УПРАВЛІННЯ ГРОШОВИМИ ПОТОКАМИ ПІДПРИЄМСТВА ШЛЯХОМ АНАЛІЗУ ЇХНЬОЇ РИТМІЧНОСТІ, СИНХРОННОСТІ НАДХОДЖЕННЯ ТА ВИТРАЧАННЯ

В статті визначені найбільш важливі показники ритмічності та синхронності грошових потоків. Вони визначають достатність генерованого чистого потоку підприємства з позицій фінансованих ним потреб.

Ключові слова: грошовий потік, синхронізація грошових потоків, валовий вхідний та вихідний грошові потоки.

Вступ. Для потреб управління фінансами підприємства виділяють окремі види його діяльності, які формуються як класифікаційні сукупності господарських операцій із аналогічними функціонально-організаційними характеристиками.

Ефективність управління грошовими потоками на підприємстві потребує науково обґрунтованої системи реструктуризації методів і способів їх формування, розподілу та використання, що зумовлює на сучасному етапі об'єктивну необхідність визначення мети та результатів руху фінансових ресурсів, інструментів, факторів, що впливають на динаміку їх кругообігу.

Аналіз основних досліджень і літератури.

Широке коло питань і методів їхнього вирішення, пов'язаних з управлінням грошовими потоками, висвітлюється у працях вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів І. Бланка, М. Білика, А. Горбунова, О. Кононенко, В. Іванченко, О. Майбороди, Ван Хорндж. К., Г. Кірейцева та ін.

Мета дослідження. Мета статті полягає у пошуку ефективного управління грошовими потоками підприємства з оптимізації руху грошових потоків на основі прогнозування надходження і витрат грошових коштів.

Матеріали дослідження. Грошові активи підприємства – це об'єктивна економічна категорія, функціональна сутність якої полягає у створенні умов матеріально-фінансової збалансованості. Специфічний зміст грошових активів – це кількісна характеристика фінансового результату процесу відтворення за певний період; фонди грошових коштів, яким властива акумулятивність, тобто вони формуються шляхом розподілу доданої вартості; джерело формування інших видів ресурсів: трудових, матеріальних; потенціал розвитку підприємства.

Можна виділити такі найбільш важливі аспекти, удосконалення яких буде першим кроком на шляху поліпшення показників фінансової діяльності підприємства, її оздоровлення в цілому:

1) розроблення системи фінансового прогнозування з метою оптимізації грошових потоків підприємства;

2) упорядкування проектів фінансового бюджету з метою вирішення питань реалізації плану виробництва та забезпеченості його фінансовими ресурсами;

3) оптимізація системи управління окремими елементами обігових коштів (матеріальними запасами

підприємства);

4) скорочення термінів їх заморожування;

5) зменшення кредиторської заборгованості шляхом дотримання строків розрахунків із постачальниками;

6) вирішення питання доцільності використання підприємством позикових коштів.

Достатність грошових коштів обумовлює життєздатність, поточну ефективність діяльності підприємства. Якість грошового обороту підприємства визначається не лише складом грошових потоків, але й показниками ритмічності, синхронності надходження, витрачання та ефективності грошових потоків.

Такими показниками є:

1) Синхронність надходження та витрат грошових потоків — показує відповідність у часі та за обсягами надходження та витрат грошових потоків підприємства.

$$C_i = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (H_n - B_n)^2}{n}} \quad (1)$$

де C_i – Синхронність надходження та витрат грошових потоків;

H_n – надходження грошових коштів;
 B_n – витрати грошових коштів;
 n – кількість днів у періоді

2) Рівномірність надходження грошових коштів — показує, як вхідний грошовий потік розподіляється у часі протягом звітного періоду та як одноденний грошовий потік відрізняється від середньоденного

$$P_n = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\bar{H} - H_n)^2}{n}} \quad (2)$$

де P_n – рівномірність надходження грошових коштів

\bar{H} – середній розмір надходження грошових коштів;

3) Рівномірність витрат грошових коштів — показує, як вихідний грошовий потік розподіляється у часі протягом звітного періоду та як одноденний

грошовий потік відрізняється від середньоденного.

$$P_B = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\bar{B} - B_n)^2}{n}} \quad (3)$$

де P_B – рівномірність витрат грошових коштів
 \bar{B} – середній розмір витрат грошових коштів;

4) Коефіцієнт синхронності надходження та витрат грошових коштів показує, яку частку становить середнє відхилення між вхідним та вихідним грошовими потоками у загальному вихідному грошовому потоці.

$$K_C = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (H_n - B_n)^2}{n}} : \bar{H} \quad (4)$$

де K_C – Коефіцієнт синхронності надходження та витрат грошових коштів

5) Коефіцієнт рівномірності надходження грошових коштів - показує частку середнього відхилення вхідного грошового потоку від його середнього значення у обсязі вхідного грошового потоку.

$$K_P = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\bar{H} - H_n)^2}{n}} : \bar{H} \quad (5)$$

де K_P – коефіцієнт рівномірності надходження грошових коштів

6) Коефіцієнт рівномірності використання грошових коштів — показує частку середнього відхилення вихідного грошового потоку від його середнього значення у обсязі вихідного грошового потоку.

$$\hat{E} \delta \hat{a} = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (\bar{B} - B_n)^2}{n}} : \bar{B} \quad (6)$$

де K_{Pv} – коефіцієнт рівномірності використання грошових коштів

Один із аспектів аналізу, це визначення достатності генерованого підприємством чистого грошового потоку з позицій фінансованих ним потреб.

Для цього використовують коефіцієнт достатності чистого грошового потоку

Досліджуючи рівномірність та синхронність формування різних видів грошових потоків, розраховують динаміку коефіцієнта ліквідності грошового потоку підприємства.

Рівень ліквідності грошового потоку підприємства оцінюється за допомогою коефіцієнта ліквідності грошового потоків – співвідношення вхідного і вихідного грошових потоків:

$$K_{л.г.п} = ППП / НГП \quad (7)$$

де $ППП$ – сума валового вхідного грошового потоку, тис. грн.;

$НГП$ – сума валового вихідного грошового потоку, тис. грн.

Також для оцінки рівномірності формування і синхронності позитивного та від'ємного грошового потоку розраховують такі статистичні показники варіації:

1) середньоквадратичне відхилення – показує відхилення індивідуальних значень (X_i) від середнього рівня показника (\bar{X}):

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n}} \quad (8)$$

де n – кількість півперіодів аналізованого періоду часу;

2) Коефіцієнт варіації – відносна міра відхилення індивідуальних значень від середнього рівня показника:

$$V = \frac{\sigma}{\bar{X}} \times 100\% \quad (9)$$

3) Коефіцієнт кореляції – показує ступінь синхронізації грошових потоків за аналізований період. Коефіцієнт кореляції вхідного та вихідного грошових потоків розраховується за такою формулою:

$$KK_m = \sum_{i=1}^n \left(\frac{i \bar{A} i - \bar{A} \bar{A}}{\sigma_{i\bar{a}}} \right) \times \left(\frac{i \bar{A} i - \bar{A} \bar{A}}{\sigma_{i\bar{a}}} \right) \quad (10)$$

де KK_m – коефіцієнт кореляції вхідного та вихідного грошового потоку в часі;

$ППП_i$ – сума вхідного грошового потоку в певному інтервалі планового періоду;

$\bar{A} \bar{A}$ – середня сума вихідного грошового потоку в одному інтервалі планового періоду;

$\sigma_{ППП}$, $\sigma_{НГП}$ – середньоквадратичне стандартне відхилення сум грошових потоків (вхідного та вихідного відповідно).

На результати господарської діяльності підприємства негативний вплив можуть справляти як дефіцитний, так і надлишковий грошові потоки.

Висновки. Наведені у статті показники свідчать, що синхронність надходження та витрат грошових коштів характеризують узгодженість вхідних та вихідних потоків за обсягами. Їх нормальний розподіл за часом виявляє синхронність грошових потоків. Рівномірність надходження грошових коштів характеризує ритмічність організації фінансових потоків. Рівномірність витрат грошових коштів — визначає рівномірність розподілу виплат підприємства у часі.

Список літератури: 1. Азаренкова Г.М. Взаємозв'язок та взаємозалежність фінансових потоків/ Г.М.Азаренкова // Економіка розвитку. – 2007. – № 1. – С. 54-56. 2. Азаренкова Г.М. Фінансові ресурси та фінансові потоки/ Г.М.Азаренкова // X.: ІНЖЕК.- 2008. – 264 с. 3. Білик М.Д. Грошові потоки підприємства у мікро- та макроекономічному аспекті/ М.Д.Білик, С.І.Надточій // Фінанси України. – 2008. – № 6 – С. 133-147. 4. Горбунов А.Р. Управление финансовыми потоками/ А.Р.Горбунов – М. «Глобус».- 2008. – С.224. 5. Иванченко В.В. Анализ и управление финансовыми потоками предприятий, планирование дивидендной политики/В.В.Иванченко//WELCOME. – № 5 – С. 20-22. 6. Майборода О.В. Аналіз фінансових потоків промислових підприємств/ О.В.Майборода // Економіка розвитку. – 2004. – № 4. – С.93-97. 7. Москалева В.В. Теоретические аспекты планирования денежных потоков предприятия/ В.В.Москалева // Бизнес-информ. – 2001. – № 8. – С. 110-112. 8. Ходус А. Управление финансовыми

потоками предприятия в формате дебиторской и кредиторской задолженности/ А.Ходус // Економіст. – 2005. – № 8. – С. 86-59. 9. Чижевська Н.Б. Удосконалення організації управління грошовими потоками підприємства/ Н.Б.Чижевська // Регіональні перспективи. – 2009. – № 1. – С. 120-122.

Bibliography (transliterated): 1. Azarenkova G.M. Vzayemozvyazok ta vzayemozalezhnist` finansovy`x potokiv/ G.M.Azarenkova // Ekonomika rozvy`tku. – 2007. – P. 54-56. 2. Azarenkova G.M. Finansovi resursy` ta finansovi potoky`/ G.M.Azarenkova // X.: INZhEK.- 2008. – 264p. 3. Bily`k M.D. Groshovipotoky` pidpry`yemstva u mikro- ta makroekonomichnomu aspekti/ M.D.Bily`k, S.I.Nadtochij //Finansy` Ukrayiny`. – 2008. – № 6 – P. 133-147. 4. Gorbunov A.R. Upravleny`e fy`nansovymy` potokamy`/ A.R.Gorbunov – M. «Globus».- 2008. –P. 224. 5. Y`vanchenko V.V. Analiz y` upravleny`efy`nansovymy` potokamy` predpry`yaty`j, plany`rovany`e dy`vy`dendnoj poly`ty`ky`/ V. V. Y`vanchenko // WELCOME. – № 5 – P. 20-22. 6. Majboroda O.V. Analiz finansovy`x potokiv promy`slovy`x pidpry`yemstv/ O.V.Majboroda // Ekonomikarozvy`tku. – 2004. – № 4. – P. 93-97. 7. Moskaleva V.V. Teorety`chesky`e aspekty` plany`rovany`ya denezhnyx potokov predpry`yaty`ya/ V.V.Moskaleva // By`znes-y`nform. – 2001. – 8. – P. 110-112. 8. Xodus A. Upravleny`e fy`nansovymy` potokamy` predpry`yaty`ya v formate deby`torskoj y` kredy`torskoj zadolzhennosty`/ A.Xodus // Ekonomist. – 2005. – № 8. – P. 86-59. 9. Chy`zhevs`ka N. B. Udoskonalennya organizaciyi upravlinnya groshovy`my` potokamy` pidpry`yemstva/ N.B.Chy`zhevs`ka // Regional`ni perspekty`vy`. – 2009. – № 1. – P. 120-122.

Надійшла (received) 25.10.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Апришкін Ігор Олегович—магістрант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», Харків, Україна; тел.:(050) 85 34 931

Apryshkin Igor Olegovich-student, National Technic University "KharkivPolytechnicInstitute", Kharkiv, Ukraine; Tel .: (050) 85 34 931

О.В. АРЕФ'ЄВА, О.Л. КУЗЕНКО

МОДЕЛЬ ПРОЦЕСУ ФУНКЦІОНУВАННЯ ФІНАНСОВОГО МЕХАНІЗМУ ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ МІКРО РІВНЯ

У статті представлено модель процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання мікрорівня. Фінансовий механізм фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин перед усім це комплекс розроблених та злагоджених послідовних дій як окремого елемента так і системи в цілому, ефективність яких можливо довести шляхом моделювання як процесу його функціонування, так і ймовірності різноманітних процесів, тому, на наш погляд, доцільним є розробка моделі процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин на основі марковських процесів з дискретними станами і неперервним часом.

В якості математичної моделі запропоновано використовувати ланцюг Маркова, основою якого є виділення із періодичного ланцюга елементів однорідності. Отримані оцінки матриць відображають ймовірнісні особливості основних станів стратегій механізму фінансової безпеки підприємств машинобудування і багаторазових переходів в ці стани. Представлена модель процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин на основі дискретних марківських процесів дозволяє узагальнити основні підсумки розробки та впровадження фінансового механізму фінансової безпеки системи фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин на основі інформативних параметрів його функціонування та показує, що за умов впровадження запропонованого фінансового механізму забезпечується підвищення рівня фінансової безпеки.

Ключові слова: фінансовий механізм, фінансова безпека, модель процесу функціонування, ланцюг Маркова, дискретний стан, неперервний час.

Вступ. Фінансовий механізм фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин перед усім це комплекс розроблених та злагоджених послідовних дій як окремого елемента так і системи в цілому, ефективність яких можливо довести шляхом моделювання як процесу його функціонування, так і ймовірності різноманітних процесів, тому, на наш погляд, доцільним є розробка моделі процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин на основі марковських процесів з дискретними станами і неперервним часом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанню формування механізму забезпечення фінансової безпеки підприємствами присвячено велику кількість наукових робіт, серед яких роботи О. В. Ареф'євої, О. І. Барановського, І. О. Бланка, З. С. Варналія, Я. А. Жаліла, С. М. Ілляшенка, Г. Б. Клейнера, Г. В. Козаченко, Т. Б. Кузенко, О. М. Ляшенка, Є. О. Олейникова, В. П. Пономарьова, Р. С. Седегова, В. Л. Тамбовцева, В. В. Шликова, В. І. Ярочкіна, проте проблема формування фінансового механізму фінансової безпеки підприємствами та його функціонування і досі залишається нерозглянутою.

Метою статті є побудова моделі процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання мікро рівня.

Виклад основного матеріалу. Для підприємств машинобудування основні стани «стратегії управління структурою капіталу» $Ss0k$ є наступними: $Ss0k1$ - «розробка та впровадження стратегії управління структурою капіталу»; $Ss0k2$ - «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; $Ss0k3$ - «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; $Ss0k4$ - «необхідність коригування оптимальної, визначення цільової структури капіталу» [1-2].

Основні стани «стратегії управління грошовими

потоками» підприємств машинобудування $Ss1k:Ss1k1$ - «розробка та впровадження стратегії управління грошовими потоками»; $Ss1k2$ - «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; $Ss1k3$ - «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; $Ss1k4$ - «необхідність коригування стратегії управління грошовими потоками».

Основні стани «стратегії управління фінансовими ризиками» $Ss2k:Ss2k1$ - «розробка та впровадження стратегії управління фінансовими ризиками»; $Ss2k2$ - «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; $Ss2k3$ - «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; $Ss2k4$ - «необхідність коригування стратегії управління фінансовими ризиками» [2].

Основні стани «антикризової фінансової стратегії» $Ss3k:Ss3k1$ - «розробка та впровадження антикризової фінансової стратегії»; $Ss3k2$ - «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; $Ss3k3$ - «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; $Ss3k4$ - «необхідність коригування антикризової фінансової стратегії». Граф переходів основних станів стратегій механізму фінансової безпеки підприємств машинобудування і багаторазових переходів в ці стани представлено на рис.1.

Відповідно до чого визначається перелік варіантів ймовірності циклічних переходів «стратегії управління структурою капіталу» $Ss0k$ для підприємств ПАТ «АВТРАМАТ», ПАТ «Електромашина», ПАТ «Харківський завод штамів та пресформ», ПАТ «Харківський підшипниковий завод», ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ПАТ «Турбоатом» та ПАТ «ФЕД»: $a1$ - ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження стратегії управління структурою капіталу» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; $b1$ - ймовірність переходів від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «розробка та впровадження стратегії управління структурою капіталу»; $c1$ - ймовірність переходу від

стану «розробка та впровадження стратегії управління структурою капіталу» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; d1-ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «розробка та впровадження стратегії управління структурою капіталу»; e1-ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; f1-ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; g1-ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «необхідність коригування оптимальної, визначення цільової структури капіталу»; h1-ймовірність переходу від стану «необхідність коригування оптимальної, визначення цільової структури капіталу» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; i1-ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «необхідність коригування оптимальної, визначення цільової структури капіталу»; j1- ймовірність переходу від стану «необхідність коригування оптимальної, визначення цільової структури капіталу»

до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; k1-ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження стратегії управління структурою капіталу» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; l1-ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «розробка та впровадження стратегії управління структурою капіталу» [4].

До впровадження ПАТ «АВТРАМАТ», ПАТ «Електро-машина», ПАТ «Харківський завод штамів та пресформ», ПАТ «Харківський підшипниковий завод», ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ПАТ «Турбоатом» та ПАТ «ФЕД» фінансового механізму фінансової безпеки ймовірність перебування «стратегії управління структурою капіталу» у стані: Ss0k1- «розробка та впровадження стратегії управління структурою капіталу» становить 21%; у стані Ss0k2- «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» становить 15%; у стані Ss0k3- «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» 20% та у стані Ss0k4- «необхідність коригування оптимальної, визначення цільової структури капіталу» становить 44%.

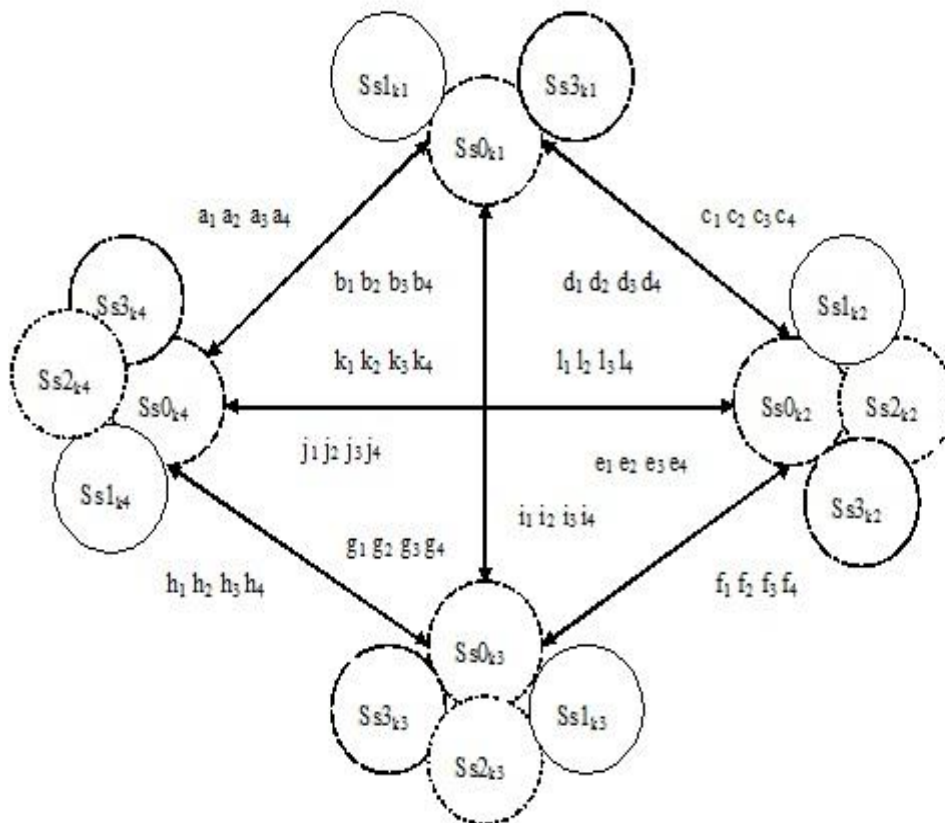


Рис. 1 – Граф переходів основних станів стратегій механізму фінансової безпеки підприємств машинобудування і багаторазових переходів в ці стани

Після впровадження запропонованого ПАТ Автрамат», ПАТ «Електромашина», фінансового механізму система фінансової безпеки ПАТ «Харківський завод штамів та пресформ», ПАТ

«Харківський підшипниковий завод», ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ПАТ «Турбоатом» та ПАТ «ФЕД» упродовж трьох років перебуватиме у стані: Ss0k1- «розробка та впровадження стратегії управління структурою капіталу» з ймовірністю 20%; у стані Ss0k2- «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» з ймовірністю 42%; у стані Ss0k3- «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» з ймовірністю 11% та у стані Ss0k4- «необхідність коригування оптимальної, визначення цільової структури капіталу» з ймовірністю 27%.

Наступним є перелік варіантів ймовірності циклічних переходів «стратегії управління грошовими потоками» Ss1k для підприємств ПАТ «Електромашина», ПАТ «Харківський завод штампів та пресформ», ПАТ «РОСС», ПАТ «ХАРКІВСЬКИЙ ПІДШИПНИКОВИЙ ЗАВОД» та ПАТ «ФЕД»: a2- ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження стратегії управління грошовими потоками» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; b2- ймовірність переходів від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «розробка та впровадження стратегії управління грошовими потоками»; c2- ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження стратегії управління грошовими потоками» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; d2- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «розробка та впровадження стратегії управління грошовими потоками»; e2- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; f2- ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; g2- ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «необхідність коригування стратегії управління грошовими потоками»; h2- ймовірність переходу від стану «необхідність коригування стратегії управління грошовими потоками» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; i2- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «необхідність коригування стратегії управління грошовими потоками»; j2- ймовірність переходу від стану «необхідність коригування стратегії управління грошовими потоками» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; k2- ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження стратегії управління грошовими потоками» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; l2- ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «розробка та впровадження стратегії управління грошовими потоками» [3].

До впровадження ПАТ «Електромашина», ПАТ «Харківський завод штампів та пресформ», ПАТ «РОСС», ПАТ «ХАРКІВСЬКИЙ ПІДШИПНИКОВИЙ

ЗАВОД» та ПАТ «ФЕД» фінансового механізму фінансової безпеки ймовірність перебування «стратегії управління грошовими потоками» у стані: Ss1k1- «розробка та впровадження стратегії управління грошовими потоками» становить 27%; у стані Ss1k2- «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» становить 21%; у стані Ss1k3- «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» 19% та у стані Ss1k4- «необхідність коригування стратегії управління грошовими потоками» становить 33%.

Після впровадження запропонованого фінансового механізму система фінансової безпеки ПАТ «Електромашина», ПАТ «Харківський завод штампів та пресформ», ПАТ «РОСС», ПАТ «ХАРКІВСЬКИЙ ПІДШИПНИКОВИЙ ЗАВОД» та ПАТ «ФЕД» перебуватиме у стані (наступні три роки): Ss1k1- «розробка та впровадження стратегії управління грошовими потоками» становить 29%; у стані Ss1k2- «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» становить 37 %; у стані Ss1k3- «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» 14% та у стані Ss1k4- «необхідність коригування стратегії управління грошовими потоками» становить 20%.

Варіанти ймовірності циклічних переходів «стратегії управління фінансовими ризиками» Ss2k для підприємств ПАТ «АВТРАМАТ», ПАТ «Електромашина», ПАТ «Харківський завод штампів та пресформ», ПАТ «РОСС», ПАТ «ТУРБОАТОМ» і ПАТ «ФЕД»: a3- ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження стратегії управління фінансовими ризиками» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; b3- ймовірність переходів від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «розробка та впровадження стратегії управління фінансовими ризиками»; c3- ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження стратегії управління фінансовими ризиками» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; d3- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «розробка та впровадження стратегії управління фінансовими ризиками»; e3- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; f3- ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; g3- ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «необхідність коригування стратегії управління фінансовими ризиками»; h3- ймовірність переходу від стану «необхідність коригування стратегії управління фінансовими ризиками» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; i3- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «необхідність коригування стратегії управління фінансовими ризиками»; j3- ймовірність

переходу від стану «необхідність коригування стратегії управління фінансовими ризиками» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; k3-ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження стратегії управління фінансовими ризиками» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; l3-ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «розробка та впровадження стратегії управління фінансовими ризиками».

До впровадження ПАТ «АВТРАМАТ», ПАТ «Електро-машина», ПАТ «Харківський завод штампів та пресформ», ПАТ «РОСС», ПАТ «ТУРБОАТОМ» і ПАТ «ФЕД» фінансового механізму фінансової безпеки ймовірність перебування «стратегії управління фінансовими ризиками» у стані: Ss2k1- «розробка та впровадження стратегії управління фінансовими ризиками» становить 19%; Ss2k2- «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» становить 27%; у стані Ss2k3- «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» становить 15% і у стані Ss2k4- «необхідність коригування «стратегії управління фінансовими ризиками» становить 39%.

Після впровадження запропонованого фінансового механізму система фінансової безпеки ПАТ «АВТРАМАТ», ПАТ «Електромашина», ПАТ «Харківський завод штампів та пресформ», ПАТ «РОСС», ПАТ «ТУРБОАТОМ» і ПАТ «ФЕД» ймовірність перебування у стані: Ss2k1- «розробка та впровадження стратегії управління фінансовими ризиками» становить 25 %; Ss2k2- «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» становить 41%; у стані Ss2k3- «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» становить 9 % і у стані Ss2k4- «необхідність коригування «стратегії управління фінансовими ризиками» становить 25 %.

І, перелік варіантів ймовірності циклічних переходів «антикризової фінансової стратегії» Ss3k для ПАТ «АВТРАМАТ», ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе», ПАТ «РОСС», ПАТ «Харківський підшипниковий завод», ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укр-електромаш», ПАТ «Турбоатом» та ПАТ «ФЕД»: a4- ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження антикризової стратегії» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; b4- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «розробка та впровадження антикризової стратегії»; c4- ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження антикризової стратегії» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; d4- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «розробка та впровадження антикризової стратегії»; e4- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; f4- ймовірність переходу від стану «зниження рівня

фінансової безпеки підприємства» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; g4- ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «необхідність коригування антикризової стратегії»; h4- ймовірність переходу від стану «необхідність коригування антикризової стратегії» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; i4- ймовірність переходу від стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» до стану «необхідність коригування антикризової стратегії»; j4- ймовірність переходу від стану «необхідність коригування антикризової стратегії» до стану «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки»; k4- ймовірність переходу від стану «розробка та впровадження антикризової стратегії» до стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства»; l4- ймовірність переходу від стану «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» до стану «розробка та впровадження антикризової стратегії».

До впровадження ПАТ «АВТРАМАТ», ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе», ПАТ «РОСС», ПАТ «Харківський підшипниковий завод», ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ПАТ «Харківський електро-технічний завод «Укрелектромаш», ПАТ «Турбоатом» та ПАТ «ФЕД» фінансового механізму фінансової безпеки ймовірність перебування «антикризової фінансової стратегії» у стані: Ss3k1- «розробка та впровадження антикризової фінансової стратегії» становить 23%; Ss3k2- «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» становить 31%; Ss3k3- «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» становить 17%; Ss3k4- «необхідність коригування антикризової фінансової стратегії» 29%.

Після впровадження запропонованого фінансового механізму система фінансової безпеки ПАТ «АВТРАМАТ», ПАТ «Харківський тракторний завод ім. С. Орджонікідзе», ПАТ «РОСС», ПАТ «Харківський підшипниковий завод», ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ПАТ «Харківський електротехнічний завод «Укр-електромаш», ПАТ «Турбоатом» та ПАТ «ФЕД» протягом трьох наступних років ймовірність перебування у стані: Ss3k1- «розробка та впровадження антикризової фінансової стратегії» становитиме 27%; Ss3k2- «забезпечення достатнього рівня фінансової безпеки» становитиме 39%; Ss3k3- «зниження рівня фінансової безпеки підприємства» становитиме 11 %; Ss3k4- «необхідність коригування антикризової фінансової стратегії» становитиме 23%, що за умов здійснення сукупності заходів спрямованих на досягнення мети, забезпечення фінансової безпеки, результати функціонування системи суттєво покращуються, що і підтверджує ефект від розробленого фінансового механізму фінансової безпеки.

Модель процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин мікро рівня представлена на рис.2.

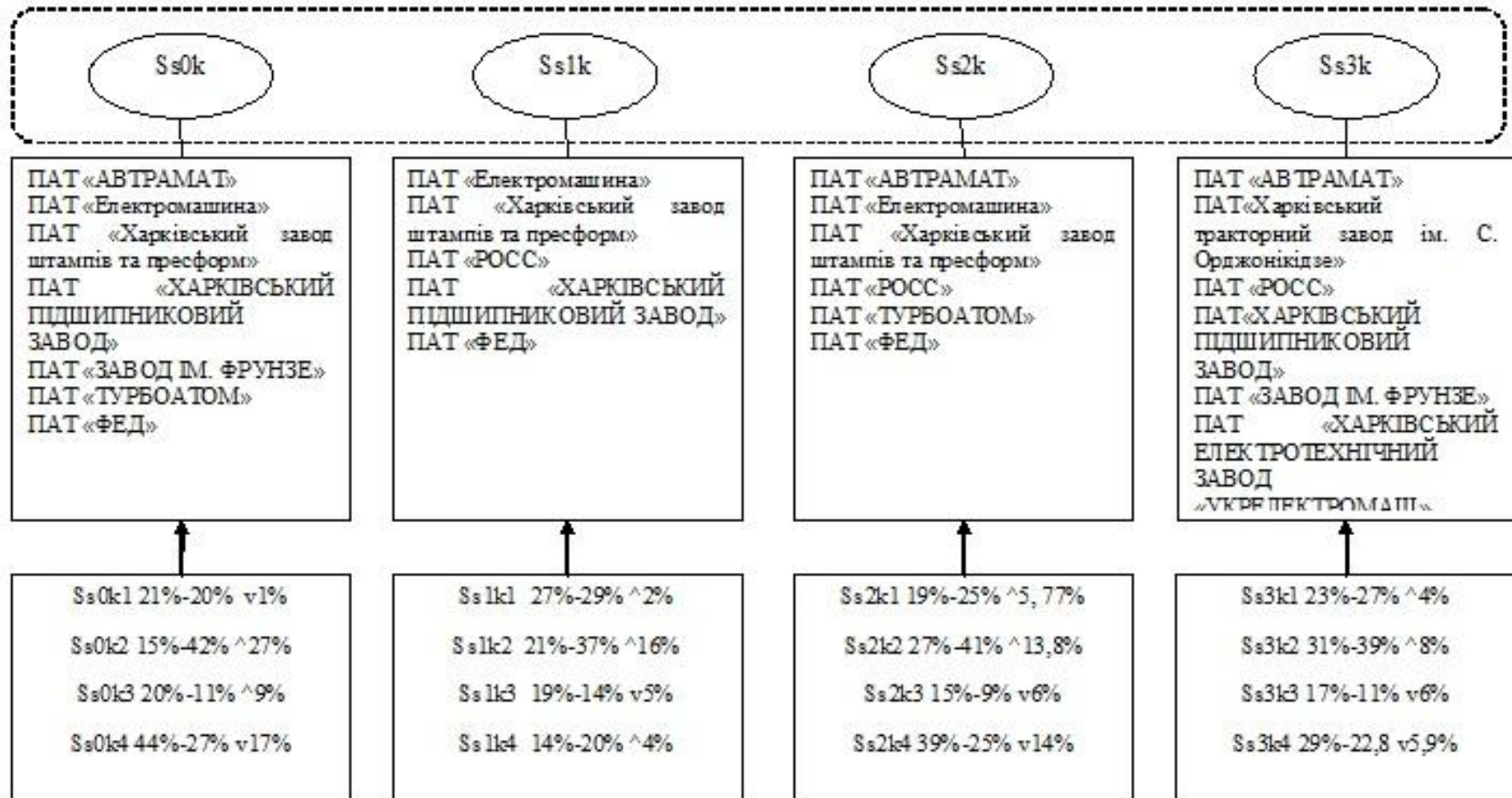


Рис.2 – Модель процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин мікро рівня

Висновки. Представлена модель процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин на основі дискретних марківських процесів дозволяє узагальнити основні підсумки розробки та впровадження фінансового механізму фінансової безпеки системи фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин на основі інформативних параметрів його функціонування та показує, що за умов впровадження запропонованого фінансового механізму забезпечується підвищення рівня фінансової безпеки.

Список літератури: 1. Ареф'єва О. А. Економічні основи формування фінансової складової економічної безпеки / О.А. Ареф'єва, Т.Б. Кузенко // Актуальні проблеми економіки. – 2009, №1(91). – С. 98-103. 2. Дем'янчук Б. О. Теория компромисса: модель полезности и риска, эвристические решения, прогнозирование последствий / Б.О. Дем'янчук, В. М. Косарев //

Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – 2013. – № 1 (6). – С. 105–114. 3. Приймак М. В. Марківські періодичні процеси / М.В. Приймак // Вісник Тернопільського державного технічного університету. – 2003. – Т.8, число 3. – С. 17–21. 4. Приймак М. В. Оцінювання матриць переходів періодичних ланцюгів Маркова / М.В. Приймак, С.Ю. Прошин // ISSN 1990-558 Електроніка та системи управління. 2009. – №3(21). – С. 26–33.

Bibliography (transliterated): 1. Aref'yeva, O.A. The economic basis for the formation of the financial component of economic security / O.A. Aref'eva, T.B. Kuzenko // Actual problems of economy. - 2009. №1 (91). - P.98-103. 2. Demyanchuk, B.O. Theory kompromyssa: model poleznosty and dashes эвристические solutions, forecasting consequences / B.A. Demyanchuk, V.M. Kosarev // Bulletin of the International Nobel Economic Forum. -2013. - № 1 (6). - P. 105-114. 3. Pryymak, M.V. Markov periodic processes / M.V. Pryymak // Herald of the Ternopil State Technical University. - 2003. - vol.8, number 3. - P. 17-21. 4. Pryymak, M.V. Evaluation matrix conversion periodic Markov chains. /M.V. Pryymak, S.Y. Proshyn // ISSN 1990-558 electronics and control systems. 2009. - №3 (21). -WITH. 26-33.

Надійшла (received) 22.10.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Ареф'єва Олена Володимирівна – доктор економічних наук, професор, декан факультету економіки і підприємництва КНАУ, e-mail: lana-2009-19@ukr.net

Aref'eva Elena Vladimirovna - Doctor of Economics, Professor, Dean of the Faculty of Economics and Business KNAU, e-mail: lana-2009-19@ukr.net

Кузенко Ольга Леонідівна –аспірант кафедри фінансів ХНЕУ ім. Семена Кузнеця, тел.. +380664105214, e-mail: tkuzenko@yandex.ru

Kuzenko Olga Leonidivna -aspirant Department of Finance KhNUE them Simeon Kuznets, tel .. +380664105214, e-mail: tkuzenko@yandex.ru

О. Б. БІЛОЦЕРКІВСЬКИЙ

КЛАСИФІКАЦІЯ ТА ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ СИСТЕМ ТЕПЛОПОСТАЧАННЯ

Визначено поняття ефективності функціонування системи теплопостачання, наведено його класифікацію. Докладно розглянуті складові економічної ефективності: капіталовкладення і експлуатаційні витрати. У капітальних витратах враховуються капітальні витрати на теплові мережі, абонентські системи і теплової ізоляцію, а в експлуатаційних – витрати на паливо; перекачування теплоносія; річну вартість теплових втрат теплопроводами; вартість річних відрахувань від капітальних вкладень на відновлення основних фондів, капітальний і поточний ремонт. Наведено підходи до оцінки соціальної, технологічної та бюджетної ефективності.

Ключові слова: система теплопостачання, економічна, соціальна, технологічна і бюджетна ефективність, капітальні та експлуатаційні витрати.

Вступ. Система теплопостачання складається з джерела теплоти, теплової мережі, вузлів управління, транспортування та розподілу теплоти (насосні перекачувальні станції, теплові пункти тощо) та систем споживання теплоти [1]. Основне призначення будь-якої системи теплопостачання полягає в забезпеченні споживачів необхідною кількістю теплоти необхідної якості (тобто теплоносієм необхідних параметрів) [1, 2]. У загальному вигляді під *ефективністю* розуміється співвідношення результату і витрат на його досягнення [3]. Отже, *ефективність функціонування системи теплопостачання* – це багаторівнева, комплексна категорія. Тому визначення її поняття, класифікація та оцінка є актуальними та мають важливе практичне значення, оскільки результати дослідження будуть спрямовані не тільки на теплозаощадження та підвищення ефективності господарства, але і на вирішення соціально-економічних задач.

Аналіз основних досягнень і літератури. Останнім часом питання ефективності функціонування теплопостачання стали об'єктом багато досліджень. Значний внесок у вивчення економічної природи системи теплопостачання, зокрема питань, пов'язаних із забезпеченням її ефективного функціонування, внесли такі вчені, як О. М. Гавриць, О. Б. Білоцерківський [4], Ю. О. Колихаєва [5], Д. Х. Шазамов [6], І. А. Башмаков [7], В. Н. Папушкін [8], А. С. Некрасов [9] та ін. Проте значною мірою тематика наукових досліджень присвячена економічним і технічним проблемам ефективності функціонування системи теплопостачання. Недостатньо вивчені методи оцінки інших видів ефективності.

Метою роботи є визначення і класифікація ефективності функціонування системи теплопостачання, а також аналіз методів оцінки різних видів ефективності.

Постановка задачі та методи дослідження. На думку Ю.О. Колихаєвої, *ефективність функціонування системи теплопостачання* – це сукупність результативних показників, що характеризують ступінь задоволення зовнішніх і внутрішніх потреб суб'єктів і об'єктів управління, що враховують економічні, соціальні, бюджетні, технічні, технологічні, екологічні та інші відносні ефекти [5].

Ефективність функціонування системи

теплопостачання можна *класифікувати* за такими ознаками [5]:

1. За рівнями: мікрорівень (ефективність підприємства теплопостачання); мезорівень (ефективність системи теплопостачання регіону і ефективність системи теплопостачання муніципального утворення); макрорівень (ефективність системи теплопостачання держави).
2. За видами: економічна ефективність; соціальна ефективність; бюджетна ефективність; технічна ефективність; технологічна ефективність; інвестиційна ефективність; екологічна ефективність (табл. 1).

Таблиця 1 – Основні види ефективності в комунальному комплексі

Вид	Сфера дії
Бюджетна	Визначається з позиції органів влади як додатковий прибуток бюджетів всіх рівнів, або як економія бюджетних коштів
Економічна	Такий спосіб виробництва, при якому вартість ресурсів, що використовуються для випуску даної кількості продукції, є мінімальною
Соціальна	Відоображається в досягненні інтересів суспільства
Технічна	Оцінюється показниками роботи техніки і устаткування, а також станом інфраструктури
Технологічна	Це такий рівень організації виробництва, при якому із заданої кількості ресурсів виробляється максимально можлива кількість готової продукції (товарів, послуг)
Інвестиційна	Кількісна оцінка використання інвестицій при реалізації інвестиційного проекту
Екологічна	Зіставлення витрат на проведення екологічних заходів і можливого збитку (як для організації-потенційного платника штрафу за перевищення рівня забруднень, так і для суспільства в цілому – порушення екологічної рівноваги та її наслідки) у разі ігнорування даних заходів

3. За спрямованістю: зовнішня ефективність; внутрішня ефективність.

4. Залежно від суб'єкта: для контролюючих і регулюючих органів; для споживачів послуг (виробнича сфера, невиробнича сфера, житлова сфера (населення), бюджетна сфера); для інших суб'єктів ринку; для працівників; для підприємств виробників і постачальників комунальних послуг.

5. За значенням показника: високе; середнє; низьке; негативне.

Розглянемо методи оцінки ефективності функціонування систем теплопостачання.

Економічна ефективність відображає різні вартісні показники, що характеризують проміжні та кінцеві результати промислового виробництва на підприємстві (в галузі чи в промисловості в цілому). До таких показників відносять обсяг товарної, чистої або реалізованої продукції; величину одержаного прибутку; економію тих або інших видів виробничих ресурсів або загальну економію від зниження собівартості продукції тощо [4].

Річний економічний ефект від реалізації заходів із теплопостачання на основі сучасних підходів можна визначити в такий спосіб [10]:

$$\Delta B = B_1 - B_2 = (C_1 + E_H K_1) - (C_2 + E_H K_2), \quad (1)$$

де B_1, B_2 – приведені витрати відповідно до і після реалізації заходів з економії теплової енергії (теплозаощадження);

C_1, C_2 – відповідні річні витрати виробництва (експлуатаційні витрати) за тими варіантами;

K_1, K_2 – капіталовкладення;

E_H – нормативний коефіцієнт порівняльної ефективності капіталовкладень.

Розглянемо докладно складові річного економічного ефекту.

Приведені витрати – це сумарні витрати, що враховують капіталовкладення і експлуатаційні витрати, та зведені до єдиного вимірника [4]. Також, *приведені витрати* – це сума поточних витрат, які приведені до однакової розмірності відповідно до нормативного коефіцієнта ефективності [11].

Для економічно вигідного варіанту повинно:

$$C + E_H K = \min. \quad (2)$$

Основними складовими капіталовкладень і експлуатаційних витрат, які доводиться враховувати при техніко-економічних розрахунках в області теплопостачання, є такі [4, 12]:

1) капіталовкладення:

- ✓ у джерела теплової і електричної енергії: теплоелектроцентралі (ТЕЦ), районні теплові електричні станції (КЕС), районні або місцеві котельні;
- ✓ у теплові і електричні мережі, в центральні (ЦТП) і місцеві (МТП) теплові пункти;
- ✓ у місцеві абонентські установки і окремі елементи систем теплопостачання: насоси, теплообмінники, баки-акумулятори та ін.

2) експлуатаційні витрати:

- ✓ щорічні відрахування від перерахованих вище капіталовкладень на амортизацію, поточний ремонт, техніку безпеки та ін.;
- ✓ щорічні витрати на паливо, теплові втрати, перекачування теплоносія, воду, хімовдоочищення підживлювальної води і на обслуговування систем теплопостачання.

Крім того, при будівництві систем теплопостачання доводиться іноді враховувати додаткові витрати, пов'язані з відторгненням землі,

перенесенням існуючих виробництв з компенсацією продукції, що втрачається, та ін.

Автори В.С. Козін, А.П. Сафонов для вирішення поставлених техніко-економічних завдань пропонують у *капітальних витратах* враховувати три складові: *капітальні витрати на теплові мережі, абонентські системи і теплову ізоляцію* [4, 13].

Капітальні вкладення в *теплові мережі* проф. Б.Л. Шифрінсон рекомендує визначати за формулою [2, 4, 13]

$$K_{т.м} = \sum_1^m (a + b d_i^\beta) l_i, \quad (3)$$

де m – кількість ділянок теплової мережі;

a, b, β – коефіцієнти, що залежать від способу прокладання і конструкції мереж, методу виробництва робіт;

d_i, l_i – діаметр і довжина ділянки теплопроводу, м.

У техніко-економічних розрахунках можна приймати $\beta = 1$, тоді

$$K_{т.м} = a \sum_1^m l_i + b M, \quad (4)$$

де $M = \sum_1^m d_i l_i$ – це матеріальна характеристика теплової мережі, м².

Капітальні вкладення в *абонентські системи* житлових і громадських будівель можна приймати такими. Вартість *теплової ізоляції* на ділянці теплопроводу визначається за формулою

$$K_{и} = \pi l [a_{и} \delta (d + \delta) + a_{п} (d + 2\delta)], \quad (5)$$

де l, d – довжина і діаметр ділянки теплопроводу, м;

δ – товщина ізоляції, м;

$a_{и}$ – питома вартість ізоляції, грн/м³;

$a_{п}$ – питома вартість захисного покриття, грн/м².

На думку А.А. Іоніна, А.В. Клименка, В.М. Зоріна, капіталовкладення в *елементи та вузли систем теплопостачання* повинні визначатися за кошторисними даними [12, 14].

Експлуатаційні витрати на виробництво та передачу електричної та теплової енергії, грн/рік, групуються у кошторисі відповідно за їхнім економічним змістом і розраховуються за формулою [2, 14]:

$$C = C_{мат} + C_{оп} + C_{соц.п} + C_{ам} + C_{ін}, \quad (6)$$

де $C_{мат}$ – матеріальні витрати;

$C_{оп}$ – витрати на оплату праці;

$C_{соц.п}$ – відрахування на соціальні потреби;

$C_{ам}$ – амортизація основних засобів на їх повне відновлення (реновацію);

$C_{ін}$ – інші витрати.

В.С. Козін, А.А. Іонін, А.П. Сафонов для вирішення вузького класу техніко-економічних завдань пропонують враховувати тільки такі складові експлуатаційних витрат [4, 13]:

$$C = C_{т} + C_{п} + C_{т.п} + C_{о}, \quad (7)$$

де $C_{т}$ – витрати на паливо, грн/рік;

$C_{п}$ – витрати на перекачування теплоносія;

$C_{т.п}$ – річна вартість теплових втрат теплопроводами;

C_0 – вартість річних відрахувань від капітальних вкладень на відновлення основних фондів, капітальний і поточний ремонт.

Д.Х. Шазамов пропонує такі підходи до оцінки економічної, соціальної, технологічної та бюджетної ефективності: [6]: а) економічну ефективність підприємств теплопостачання пропонується оцінювати за допомогою ряду традиційних показників, що характеризують фінансову стійкість і платоспроможність організацій теплопостачання, їх витрати і результати виробничої діяльності; б) соціальна ефективність може оцінюватися за допомогою показника, оберненого до даної ефективності, – величини додаткових витрат споживачів унаслідок неефективної роботи системи теплопостачання, які необхідно мінімізувати. Соціальна ефективність у цілому з урахуванням додаткових витрат споживачів визначається за формулою:

$$K_{E.соц} = t_n / (t_n + t_p + t_o), \quad (8)$$

де t_n – величина плати за опалення при нормативних показниках роботи системи теплопостачання;

t_p – переплата споживачів унаслідок прямих втрат енергоресурсів у системі теплопостачання;

t_o – додаткові витрати споживачів унаслідок низької ефективності системи теплопостачання, пов'язані з вимушеним використанням альтернативних теплоустановок і опалювальних приладів. Чим ближче значення показника $K_{E.соц}$ до одиниці, тим вище соціальна ефективність теплопостачання. Також соціальна ефективність розглядається як скорочення додаткових витрат населення, викликаних низькою якістю послуг теплопостачання:

$$E_{соц} = (t_n / K_{E.соц.б} - t_n / K_{E.соц.ф}) \cdot \chi, \quad (9)$$

де χ – чисельність населення, що обслуговується підприємством теплопостачання, осіб;

$K_{E.соц.б}$ – коефіцієнт соціальної ефективності підприємства в базовому періоді часу;

$K_{E.соц.ф}$ – коефіцієнт соціальної ефективності підприємства фактично (за прогнозом);

t_n – величина плати за опалення при нормативних показниках роботи системи теплопостачання;

в) технологічну ефективність підприємств теплопостачання пропонується оцінювати за допомогою таких комплексних показників, як енергетична ефективність; надійність теплопостачання; якість послуг; екологічність теплопостачання. Технологічна ефективність визначається за формулою:

$$E_T = Q_{заг} \cdot (K_{Eт.ф} - K_{Eт.б}) \cdot r, \quad (10)$$

де $Q_{заг}$ – загальний річний відпуск теплової енергії підприємством, Гкал;

$K_{Eт.ф}$ – коефіцієнт енергетичної ефективності підприємства фактично (за прогнозом);

$K_{Eт.б}$ – коефіцієнт енергетичної ефективності підприємства в базовому періоді часу; r – вартість одиниці послуги, грн;

г) бюджетна ефективність розглядається як збільшення суми податкових доходів бюджету:

$$E_б = \Sigma П_ф - \Sigma П_б, \quad (11)$$

де $\Sigma П_ф$ – сума податкових надходжень до бюджету з боку підприємства фактично (за прогнозом), грн;

$\Sigma П_б$ – сума податкових надходжень до бюджету з боку підприємства у базовому періоді (за прогнозом), грн.

Висновки. Проведено аналіз методів оцінки ефективності систем теплопостачання. З цією метою: 1) було визначено поняття «ефективність функціонування системи теплопостачання»; 2) наведено класифікацію цього поняття за такими ознаками, як: рівні, види, спрямованість, суб'єкт, значення показника; 3) досліджено основні досягнення і літературу з питань ефективності функціонування теплопостачання. Зазначено, що тематика наукових досліджень присвячена економічним і технічним проблемам ефективності функціонування системи теплопостачання. Недостатньо вивчені методи оцінки інших видів ефективності; 4) докладно розглянуті складові річного економічного ефекту: капіталовкладення і експлуатаційні витрати. Пропонується при вирішенні поставлених техніко-економічних завдань враховувати у капітальних витратах тільки три складові: капітальні витрати на теплові мережі, абонентські системи і теплову ізоляцію. В експлуатаційних витратах враховують чотири складові: витрати на паливо; витрати на перекачування теплоносія; річну вартість теплових втрат теплопроводами; вартість річних відрахувань від капітальних вкладень на відновлення основних фондів, капітальний і поточний ремонт; 5) соціальна ефективність може оцінюватися за допомогою показника, оберненого до економічної ефективності, – величини додаткових витрат споживачів унаслідок неефективної роботи системи теплопостачання, які необхідно мінімізувати; 6) технологічну ефективність підприємств теплопостачання пропонується оцінювати за допомогою таких комплексних показників, як енергетична ефективність; надійність теплопостачання; якість послуг; екологічність теплопостачання; 7) бюджетна ефективність розглядається як збільшення суми податкових доходів бюджету.

Список літератури: 1. Білоцерківський О. Б. Використання економіко-математичного моделювання для оптимізації систем теплопостачання / О. Б. Білоцерківський // Матеріали Міжнарод. наук.-практ. конф. «Соціально-економічний розвиток країн: досвід та перспективи». – Ч. 2. – Львів : ЛЕФ. – 2014. – С. 82–85. 2. Соколов Е. Я. Теплофикация и тепловые сети: учебник для вузов / Е. Я. Соколов. – М. : Издательство МЭИ. – 2001. – 472 с. 3. Тетуева З. М. Факторы, определяющие эффективность функционирования рынка ЖКУ / З. М. Тетуева // Фундаментальные исследования: научный журнал. – 2008. – № 1. – С. 12–18. 4. Оптимізація систем теплопостачання із використанням економіко-математичного моделювання : монографія / ред. О. М. Гаверись. – Х. : «Щедра садиба плюс». – 2015. – 208 с. 5. Кольхаева Ю. А. Эффективность функционирования системы теплоснабжения: понятие, виды и критерии / Ю. А. Кольхаева // Альманах современной науки и образования. – Тамбов : Грамота. – 2012. – №1 (56) – с. 143–145. 6. Шазамов Д. Х. Совершенствование воспроизводственной структуры инвестиций в реконструкцию и восстановление

основных фондов ЖКХ в сфере теплоснабжения: автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Д. Х. Шамазов. – Нижний Новгород. – 2014. – 22 с. **7.** Башмаков И. А. Повышение энергоэффективности в системах теплоснабжения / И. А. Башмаков // Энергосбережение. – 2010. – № 2. – С. 46–51. **8.** Башмаков И. А. Муниципальное энергетическое планирование / И. А. Башмаков, В. Н. Папушкин // Энергосбережение. – 2004. – № 3. – С. 5–11. **9.** Некрасов А. С. Современное состояние теплоснабжения России / А. С. Некрасов, Ю. В. Сняк, С. А. Воронина [та ін.] // Проблемы прогнозирования. – 2011. – № 1. – С. 30–43. **10.** Федюшин Б. П. Экономика энергетики : навч. посіб. для студентів енергетичних спеціальностей ВНЗ / Б. П. Федюшин. – Тернопіль : Астон, 2003. – 160 с. **11.** Прокурья О. М. Экономика в энергетике : навч. посіб. / О. М. Прокурья, О. І. Ганус. – Х. : Підручник НТУ «ХПІ», 2012. – 272 с. **12.** Ионин А. А. Теплоснабжение : учебник для вузов / А. А. Ионин, Б. М. Хлыбов, В. Н. Братенков [та ін.]. – М.: Стройиздат, 1982. – 336 с. **13.** Сафонов А. П. Сборник задач по теплофикации и тепловым сетям: учеб. пособие для вузов / А. П. Сафонов. – М.: Энергоатомиздат, 1985. – 232 с. **14.** Теплоэнергетика и теплотехника : общие вопросы : справочник / ред. А.В. Клименко и В.М. Зорин. – М.: МЭИ, 1999. – 528 с.

Bibliography (transliterated): **1.** Bilotserkivskyy, O. B. "Vykorystannya ekonomiko-matematichnoho modelyuvannya dlya optymizatsiyi system teplopochachannya." *Materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. "Sotsial'no-ekonomichnyy rozvytok krayin: dosvid ta perspektyvy"*. Vol. 2. L'viv: LEF, 2014. 82–85. Print. **2.** Sokolov, E. Ja. *Teplofikacija i teplovyje seti: uchebnyk dlja vuzov*. Moscow: MJeI, 2001. Print. **3.** Tetueva, Z. M. "Faktory, opredelajushhie jeffektivnost' funkcionirovanija rynku ZhKH." *Fundamental'nye issledovanija:*

nauchnyj zhurnal. No. 1. 2008. 12–18. Print. **4.** Havrys', O. M. *Optymizatsiya system teplopochachannya iz vykorystannyam ekonomiko-matematichnoho modelyuvannya: monografiya*. Kharkov: Shchedra sadyba plyus, 2015. Print. **5.** Kolyhaeva, Ju. A. "Jeffektivnost' funkcionirovanija systemy teplosnabzhenija: ponjatie, vidy i kriterii" *Al'manah sovremennoj nauki i obrazovanija*. No. 1(56). Tambov: Gramota, 2012. 143–145. **6.** Shazamov, D. H. *Sovershenstvovanie vosproizvodstvennoj struktury investicij v rekonstrukciju i vosstanovlenie osnovnyh fondov ZhKH v sfere teplosnabzhenija*. Avtoref. dis. na zdobuttja nauk. stupenja kand. jekon. nauk. Nizhnij Novgorod, 2014. Print. **7.** Bashmakov, I. A. "Povyshenie jenergojeffektivnosti v sistemah teplosnabzhenija." *Jenergosberezenie*. No. 2. 2010. 46–51. Print. **8.** Bashmakov, I. A., and V. N. Papushkin. "Municipal'noe jenergeticheskoe planirovanie." *Jenergosberezenie*. No. 3. 2004. 5–11. Print. **9.** Nekrasov, A. S., Ju. V. Sinjak and S. A. Voronina. "Sovremennoe sostojanie teplosnabzhenija Rossi." *Problemy prognozirovanija*. No. 1. 2011. 30–43. Print. **10.** Fedushyn, B. P. *Ekonomika enerhetyky: navch. posib. dlya studentiv enerhetychnykh spetsial'nostey VNZ*. Ternopil': Aston, 2003. Print. **11.** Proskurnya, O. M., and O. I. Hanus. *Ekonomika v enerhetytsi : navch. posib*. Kharkiv: Pidruchnyk NTU "KhPI", 2012. Print. **12.** Ionin, A. A., B. M. Hlybov and V. N. Bratenkov. *Teplosnabzhenie: uchebnyk dlja vuzov*. Moscow: Strojizdat, 1982. Print. **13.** Safonov, A. P. *Sbornik zadach po teplofikacii i teplovym setjam: ucheb. posobie dlja vuzov*. Moscow: Jenergoatomizdat, 1985. Print. **14.** Klimenko, A.V. and V.M. Zorin. *Teplojenergetika i teplotehnika : obshhie voprosy : spravochnik*. Moscow: MJeI, 1999. Print.

Надійшла (received) 05.02.2015

Відомості про авторів / About the authors

Білоцерківський Олександр Борисович – кандидат технічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів; тел.: (097) 165-17-28; e-mail: belocerk@mail.ru.

Bilotserkivskiy Olexandr Borisovich – Candidate of Technical Sciences (Ph. D.), Docent, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Associate Professor at the Department of Foreign-economic Activity and Finances; tel.: (097) 165-17-28; e-mail: belocerk@mail.ru.

А. Б. БЕЛОЦЕРКОВСКИЙ, С. С. МИРОШНИК

ЕВРООБЛИГАЦИИ В ПРОЦЕССЕ РАЗВИТИЯ ЕВРОПЕЙСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ

В данной статье в контексте процесса европейской интеграции рассматриваются различные актуальные вопросы, касающиеся зарождения и развития еврооблигаций. Особое внимание уделено роли и значению суверенных еврооблигаций стран еврозоны как индикатора состояния экономики в период глобального финансово-экономического кризиса.

Ключевые слова: еврооблигации, финансово-экономический кризис, европейская интеграция, еврозона.

Введение. Исторически зарождение рынка еврооблигаций относится к концу 50-х – началу 60-х гг. XX в. Бурное развитие рынок еврооблигаций получил в конце 1960-х – начале 1970-х гг. как реакция участников финансовых рынков на законодательные ограничения, введенные правительством США на вывоз капитала, привлечение иностранными эмитентами средств на американском фондовом рынке и ужесточение налогового режима. Это послужило непосредственным толчком к перемещению финансовых операций с американского фондового рынка на европейский рынок. Развитию рынка еврооблигаций способствовали также и такие факторы, как мягкая система регулирования, возможность страхования от валютных рисков, стремление инвесторов к приобретению высококачественных ценных бумаг. Регулирование рынка еврооблигаций отличается высокой степенью либеральности, что обусловлено международным характером облигаций, которые выпускаются и обращаются сразу в нескольких странах. Ни одно из государств, где выпускаются еврооблигации, не вправе требовать соблюдения законодательных норм, принятых в данной конкретной стране. Поэтому существует межнациональный орган регулирования рынка еврооблигаций, созданный еще в 1969 г. самими участниками последнего, – Ассоциация участников международного рынка ценных бумаг (ISMA). ISMA является саморегулируемой организацией, ее решения не носят директивного характера, а являются рекомендательными для участников рынка. При этом практически все члены Ассоциации предпочитают соблюдать рекомендательные правила, которые упорядочивают рынок, обеспечивают его ликвидность, делают привлекательным как для эмитентов, так и инвесторов. Одним из итогов данного процесса стало решение Европейской комиссии о введении единой европейской лицензии для финансовых учреждений, о контроле со стороны национальных органов, об открытии границ и минимально необходимом уровне гармонизации законодательства. За основу сначала был взят принцип доминирования национального законодательства с той оговоркой, что иностранные субъекты должны иметь на национальном рынке такие же права, как и местные субъекты. Впервые этот принцип был использован во Второй банковской директиве (Secondbankingcoordinationdirective) 1, принятой в 1989 г. и введенной в действие в 1993 г. Регулирование деятельности банков на финансовых

рынках предполагает единую банковскую лицензию и контроль со стороны органов государства происхождения банка. Все кредитные учреждения, получившие лицензию в одной из стран ЕС, могут открывать банковские отделения и предоставлять услуги во всех остальных странах ЕС без специального разрешения. В ЕС принята модель универсального банка, которая предполагает возможность совершения банками инвестиционных операций (торговлю ценными бумагами, андеррайдинг ценных бумаг, управление портфелем ценных бумаг) и оставляет за национальными регулирующими органами вопросы контроля, включая контроль за структурой собственности банков и их взаимоотношениями с компаниями.[2]

Анализ последних исследований и литературы. Существуют различные трактовки понятия «еврооблигации». Этот вопрос является не столько дискуссионным, сколько многогранным. Различные авторы выделяют разные их особенности. У. Шарп, например, подходит термину в общем его понимании. «Термин еврооблигации в широком смысле применяется для облигации, размещаемых за пределами как страны заемщика, так и страны, в валюте которой указан номинал» [6].

В словаре Я. М. Миркина дается определение, акцентирующее внимание на валюте выпуска и рынка: Еврооблигация – (облигация номинал которой выражен в иной валюте, чем денежная единица страны, где она была выпущена. Размещается на международных рынках) [5].

При всем многообразии подходов к определению существует официальный документ, в котором прописаны основные признаки, по которым ценную бумагу можно относить к еврооблигациям. Этим документом является директива CouncilDirective 89/298/ЕЕС, выпущенная в Люксембурге 17 апреля 1989 года. В соответствии с ней евробумаги относятся к группе transferablesecurities, имеющей ряд обязательных признаков:

Выпущены на рынок синдикатом из двух участников (по меньшей мере) из разных стран

Торгуются в существенных объемах в одном или нескольких государствах, исключая страну регистрации эмитента еврооблигации.

Доступны только через кредитные и финансовые учреждения.

Таким образом мы видим здесь акцент на участниках рынка, осуществляющих выпуск новых бумаг и последующем механизме торговли

евробондами.[7]

Цель статьи– изучение механизма формирования еврооблигаций в банковской сфере.

Результаты исследования. В целом, рынок ценных бумаг ЕС регулируется на трех уровнях законодательства:

1)первичного законодательства, в частности учредительных договоров, положения которых имеют прямое действие на территории всех стран ЕС;

2) вторичного законодательства, к которому относятся директивы, различные регламенты, изданные системообразующими институтами ЕС;

3)национального законодательства стран ЕС.

Акты первичного и вторичного правовых уровней относятся к области интеграционного законодательства ЕС. Если какие-то вопросы не урегулированы интеграционным законодательством, то они регулируются странами на национальном уровне. На уровне первичного законодательства (к которому, в частности, относится Договор о создании Европейского экономического сообщества, Лиссабонский договор и другие базовые документы) не содержится прямых установлений, касающихся рынка ценных бумаг. Интеграционное регулирование данной сферы в основном осуществляется посредством директив. Деятельность компаний по ценным бумагам, в том числе оперирующих еврооблигациями, сначала регулировалась Директивой об инвестиционных услугах (ISD –Investmentservicesdirective), регламентировавшей введение единого паспорта, что давало возможность компании по ценным бумагам, зарегистрированной в любом из государств ЕС, иметь доступ на рынок всех остальных стран Сообщества. Отличительной чертой рынка еврооблигаций является то, что в качестве эмитентов выступают надежные заемщики, чья репутация и кредитоспособность не вызывают сомнений. Только в этом случае есть гарантия размещения облигационного выпуска. Для выхода на этот рынок необходим рейтинг. Высокий рейтинг не является абсолютно обязательным условием размещения займа, но позволяет удешевить заем, установив более низкую процентную ставку. [3] К числу самых известных и крупных рейтинговых компаний, работающих в данной сфере, относятся Standart&Poor’s, Moody’s и Fitch. Рейтинговые агентства сейчас представляют собой неотъемлемую часть инфраструктуры рынка. Это, по сути, профессиональные консультанты или посредники, оценивающие кредитные риски и качество кредита. Рейтинговые компании в определенной степени способствуют преодолению асимметрии информации, существующей между эмитентами и инвесторами.

Вместе с тем, в период мирового финансово-экономического кризиса, который начался в 2007 г., деятельность рейтинговых компаний подверглась масштабной критике. Дело в том, что функционирование рейтинговых агентств, по сути, сводилось к циклическому воздействию, усиливавшему восходящие и нисходящие колебания на финансовых рынках. В ходе расследования деятельности кредитных рейтинговых агентств в период финансово-экономического кризиса американская Комиссия по ценным бумагам и биржам (SecuritiesandExchangeCommission) установила, что эти компании неадекватно управляли конфликтом интересов и нарушали внутренние процедуры, присваивая высокие рейтинги ипотечным облигациям. Европейский орган по надзору за рынком ценных бумаг (ESMA) призвал Standard&Poog’s, Moody’s и Fitch соблюдать правила, установленные для рейтинговых агентств в Европе.[1] В отличие от США, где требования к агентствам довольно размыты, в ЕС они являются более жесткими. Поэтому ESMA считает, что системы надзора за агентствами в Европе и в США не соответствуют друг другу. Институциональные инвесторы играют большую роль в большинстве сделок на рынке еврооблигаций. Вместе с тем, в ЕС сильное влияние имеют также и розничные инвесторы. К этой категории относятся частные лица, располагающие значительным состоянием, а также относительно небольшие финансовые институты. Формы работы на рынке розничных инвесторов отличаются от деятельности институциональных инвесторов. В частности, они склонны приобретать хорошо известные типы облигаций с высоким уровнем рейтинга. Выпуски ценных бумаг, приобретаемых розничными инвесторами, менее ликвидны, однако отличаются большей устойчивостью котировок как при росте, так и при падении рынка. Считается, что суверенные еврооблигации служат важным рыночным индикатором состояния экономики, и это наглядно проявилось в период мирового финансово-экономического кризиса. В частности, ключевой параметр в этом отношении – доходность 10-летних государственных облигаций. Сигналом о возможном кризисе неплатежеспособности страны считается преодоление 7 % уровня доходности. Данные о кредитных рейтингах стран еврозоны и доходности их 10-летних гособлигаций 2012 г. свидетельствуют, что государственные облигации Германии в настоящее время имеют очень низкую доходность самым сильным недоверием инвесторов пользуется Греция.

Таблица 1 - Кредитные рейтинги стран еврозоны и доходность гособлигаций

Страна	Moody's	S&P	Fitch	Инвестиционный уровень	Доходность 10-летних гособлигаций, %
Австрия	Aaa	AA+	AAA	Инвестиционный уровень	2,04
Финляндия	Aaa	AAA	AAA		1,23
Франция	Aaa	AA+	AAA		2,34
Германия	Aaa	AAA	AAA		1,32
Люксембург	Aaa	AAA	AAA		н.д.
Нидерланды	Aaa	AAA	AAA		1,69
Бельгия	Aa3	AA	AA		2,72
Эстония	A1	AA-	A+		н.д.
Словакия	A2	A	A+		3,43
Мальта	A3	A-	A+		н.д.
Словения	A2	A+	A		6,12
Италия	A3	BBB+	A-		5,92
Ирландия	Ba1	BBB+	BBB+		6,32
Испания	Baa3	BBB+	BBB		6,76
Кипр	Ba3	BB+	BB+	Спекулятивный (мусорный) уровень	13,46
Португалия	Ba3	BB	Отозван		10,26
Греция	C	CCC	CCC		25,16

Соответственно, обсуждаемое в ЕС предложение о введении единых еврооблигаций означает, что Германии в этом случае придется привлекать средства в свою экономику по более высокой цене. К тому же единые облигации лишат правительства проблемных стран стимула сокращать дефицит бюджета и следовать финансовой дисциплине, так как их долги станут частью долга всей Европы, поскольку будут заложены в общие долговые инструменты. Не случайно наиболее активно за введение единых еврооблигаций выступают самые проблемные страны: Греция, Италия, Португалия, Испания, – а самым жестким противником является Германия, которая полагает, что единые облигации еврозоны не смогут принципиальным образом решить проблему долгового кризиса, но при этом снизят мотивацию для проведения программ строгой экономии.

Со своей стороны, Европейский центральный банк (ЕЦБ) в период глобального финансово-экономического кризиса стал периодически покупать государственные бумаги проблемных стран еврозоны в рамках системы мероприятий SMP (SecuritiesMarketsProgramme), которые были инициированы в мае 2010 г. Это делается для снижения доходности государственных облигаций кризисных стран и снятия напряжения с рынков. В частности, в рамках первого этапа SMP ЕЦБ приобрел бумаги Греции, Ирландии и Португалии. В августе 2011 г. ЕЦБ приступил к интервенциям на рынках гособлигаций Италии и Испании, которые также начали серьезно страдать от недоверия инвесторов.[4]

Выводы:

1) Суверенные еврооблигации являются важным рыночным индикатором процесса европейской интеграции и состояния экономики в странах

еврозоны, что, в частности, наглядно проявилось в период мирового финансово-экономического кризиса.

2) На рынке еврооблигаций актуальными и очень острыми проблемами являются:

а) соблюдение должного баланса в заимствованиях посредством эмиссии государственных облигаций с показателями реального экономического роста в странах ЕС;

б) в случае нарушения равновесия, диспропорционального увеличения отдельными странами эмиссии и размеров долговых обязательств возникает угроза повышения нагрузки на бюджеты разных уровней, что приводит к существенному бюджетному дефициту и нехватке средств на выполнение государственных обязательств.

Список литературы: 1. Саркисян А. Международный рынок капитала: современные тенденции и перспективы / А. Саркисян // Финансы и кредит. – 2006. – № 22. – С. 31–38. 2. Международный финансовый рынок: учеб. пособие / под ред. В.А. Слепова, Е.А. Звоновой. – М.: Магистр, 2007. – 543 с. 3. Первая за 12 лет эмиссия российских еврооблигаций [Электронный ресурс] // Вслух.ру. – 2010. – 22 апр. – Режим доступа: <http://www.vsluh.ru/news/economics/199394.html>. – Загл. с экрана. 4. Рублевые Евробонды на внешнем рынке [Электронный ресурс] // ConsultManagement: офиц. сайт. – Режим доступа : <http://c-mt.ru/> (дата обращения: 19.04.2011). – Загл. с экрана. 5. Миркин, Я. М. Англо-русский толковый словарь по банковскому делу, инвестициям и финансовым рынкам. Свыше 10 000 терминов/ Я.М. Миркин, В.Я.Миркин. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2006 - 424с. 6. Шарп, У. Инвестиции: пер. с англ. /У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бэйли. - М.: ИНФРА-М,2010.- 1028с. 7. Council Directive of 17 April 1989- <http://www.legalextext/ee/text/en/T1018.htm>

Bibliography (transliterated): 1. Sarkisyan, A. "Mezhdunarodny capital market: current trends and prospects" Finances and Credit. No. 22.2006. 31-38. Print. 2. Slepova, V. A.and E. A.Zvonova. International financial market: ucheb. posob. Moscow: Magistr, 2007. Print. 3. The first 12 years of the Russian Eurobond issue [electronic resource] // Vsluh.ru. - 2010. - 22 April. - Access: <http://www.vsluh.ru/news/economics/199394.html>. - Caps. from the screen. 4. Ruble Eurobonds on foreign markets [electronic resource] // Consult Management: official. site. - Access: <http://c-mt.ru/> (date-treatment: 19.04.2011). - Caps. from the

screen. **5.** *Mirkin, YM* English-Russian Dictionary of banking, investment and financial markets. Over 10 000 terms / YM Mirkin, V.Ya.Mirkin. М.: Alpina Business Books, 2006 -424s. **6.** *Sharp, D* Investments: lane. from English. / V. Sharp, G. Alexander, George.

Вейлі.- М.: INFRA-M, 2010.- 1028s. **7.** Council Directive of 17 April 1989- <http://www.legaltext.eu/text/en/T1018.htm>

Поступила (received) 05.02.2015

Сведения об авторах / About the authors

Белоцерковский Александр Борисович – кандидат технических наук, доцент, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт», доцент кафедры менеджмента внешнеэкономической деятельности и финансов; тел.:(097) 165-17-28; e-mail: belocerk@mail.ru.

Bilotserkiy Olexandr Borisovich – Candidate of Technical Sciences (Ph. D.), Docent, National Technica University "Kharkiv Polytechnic Institute", Associate Professor at the Department of Foreign-economic Activity and Finances; tel.: (050) 999-79-65; e-mail: belocerk@mail.ru.

Мирошник Светлана Сергеевна – магистр, Национальный технический университет «Харьковский политехнический институт»; тел.:(095)030-38-81; e-mail:miroshnik-1992@mail.ru.

Miroshnik Svetlana Sergeevna- master, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"; tel.:(095)030-38-81; e-mail:miroshnik-1992@mail.ru.

С.В. ГЛУХОВА, Є.В. КИЛЬНИЦЬКА, К.С. ГРІДАСОВА

ОБҐРУНТУВАННЯ СУКУПНОСТІ ЧИННИКІВ ВПЛИВУ НА ФІНАНСОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВА

В статі проаналізовано позиції вчених щодо тлумачення поняття «фінансова стійкість» підприємства, виокремлено змістові підходи та уточнено його сутність, визначено специфічні особливості. У результаті класичної теорії розподілу чинників впливу, визначено їх основні групи, досліджено сукупність чинників впливу на фінансову стійкість, представлену в науковій літературі, у результаті чого здійснено їх узагальнення за функціональними групами та обґрунтовано ієрархічність з позиції авторського бачення фінансової стійкості та особливостей впливу чинників.

Ключові слова: фінансова стійкість, чинники впливу, ефективність діяльності підприємства.

Вступ. В сучасних умовах поглиблення кризових явищ та посилення невизначеності зовнішнього середовища пріоритетними завданнями в діяльності вітчизняних підприємств стають підвищення фінансової стійкості та забезпечення економічної безпеки своєї діяльності. Тому актуальності набувають питання визначення зони фінансової стабільності з урахуванням чинників впливу на фінансовий стан підприємства.

Аналіз останніх досліджень. З метою визначення кола об'єктивних чинників впливу на фінансовий стан підприємства доцільним є в першу чергу визначитися із сутністю та характерними особливостями досліджуваної категорії. Питанням вивчення сутності фінансової стійкості присвячені праці багатьох вчених [1-8] та ін. Детальне вивчення означених в працях питань виявило значну сукупність позицій вчених щодо сутності фінансового стану та чинників впливу на нього, що обумовило необхідність уточнення сутності самого поняття «фінансовий стан» з метою подальшого визначення найбільш визначальних важелів його забезпечення та стабілізації.

Дослідження наукової думки в галузі теоретичного забезпечення фінансового стану підприємства виявило відсутність єдиного підходу щодо його тлумачення, а компаративний аналіз існуючих в літературі позицій дозволив виділити низку функціональних підходів (табл.1)

У результаті аналізу виявлено, що найбільш поширеним у науковій літературі є ресурсний підхід, що обумовлено специфікою показників, які визначають фінансовий стан. Однак, такий підхід є достатньо вузьким, оскільки обмежується лише колом специфічних показників фінансового аналізу та не дозволяє в повній мірі урахувати суміжні складові діяльності підприємства сформувати підґрунтя адекватних управлінських рішень.

Представлені інші позиції також заслуговують уваги, оскільки є економічно логічними та змістовними, проте застосування їх окремо не бачиться можливим внаслідок того, що кожен з них розкриває лише певний функціональний бік фінансової складової діяльності підприємства.

Метою статті є визначення сукупності чинників впливу на фінансовий стан підприємства. Для

реалізації поставленої мети було виконано такі завдання: уточнено сутність поняття «фінансовий стан»; узагальнено чинники впливу на фінансовий стан підприємства за функціональними групами; здійснено ієрархію чинників впливу.

В процесі дослідження застосовано методи аналізу, синтезу, систематизації, узагальнення, групування, графічної побудови.

Таблиця 1 – Систематизація наукових підходів щодо сутності поняття «фінансовий стан»

Підхід	Фінансовий стан - це	Прихильники
Якісний	Потенційна можливість, спроможність ефективного здійснення діяльності	[1,7]
Сукупний	Сукупність виробничих та виробничих сфер діяльності підприємства, що визначають її ефективність	[2]
Ресурсний	Сукупності наявних фінансових ресурсів, капіталу тощо	[4,6,8,3]
Системний	Складна інтегрована системи діяльності підприємства	[5,6]

Виклад основного матеріалу. З огляду на дослідження сутності фінансового стану підприємства, доцільно визначати його як синтез якісного, системного та ресурсного підходів з таких позицій:

1) Фінансовий стан підприємства одночасно виступає і причиною і наслідком фінансово-господарської діяльності;

2) Оцінка фінансового стану як будь-яка аналітична процедура повинна виступати основою прийняття управлінського рішення;

3) Рівень фінансового стану є індикатором не лише ефективності діяльності підприємства, а й діагностичним інструментом визначення потенційних можливостей розвитку підприємства.

Ґрунтуючись на вищезазначеному, фінансовий

стан – це комплексна характеристика діяльності підприємства, яка виступає індикатором її ефективності та мірою потенційних можливостей розвитку підприємства на основі інтеграції внутрішніх й зовнішніх резервів.

Аналізуючи запропоноване визначення фінансового стану необхідно підкреслити, що він має не лише індикативний характер, а й потенціальну складову, яка в сучасних умовах розвитку економіки має першорядне значення.

Таким чином, головним завданням на даному етапі дослідження є визначення кола чинників, що впливають на фінансовий, відображають можливості й загрози його підвищення й відповідно шляхи розвитку діяльності підприємства.

Загальновідомо, що на ефективність господарської діяльності будь-якого підприємства впливає безліч чинників. Визначення груп чинників прямо залежить від концепції дослідження функціонування підприємства. В науковій літературі [9] виділяють дві основні концепції – раціоналістичну та маркетингову. Відповідно до раціоналістичної концепції результативність діяльності залежить від внутрішніх чинників, а підприємство розглядається як замкнута економічна система. Однак, сьогодні в умовах поглиблення глобалізаційних та інтеграційних процесів в економіці будь-яке підприємство взаємодіє з зовнішнім середовищем. Воно є системою, яка залежить від енергії, інформації, матеріалів, що надходять ззовні, а крім того, має здатність пристосовуватися до змін у зовнішньому середовищі і повинне це робити для того, щоб продовжувати своє функціонування.

Тому з позиції авторів дослідження, здійснювати аналіз господарської діяльності підприємства необхідно на основі маркетингової концепції керування. Ця концепція розглядає підприємство як відкриту економічну систему, а успіх діяльності пов'язує не тільки з урахуванням внутрішніх чинників, але і чинників зовнішнього середовища. Саме це і є принциповою відмінністю від раціоналістичної концепції керування.

Маркетингова концепція керування дозволяє в найбільш повному обсязі визначати і досліджувати чинники, що чинять впливи на діяльність підприємства в цілому і на формування його ефективної інвестиційної політики зокрема.

У сучасній економічній літературі вся сукупність чинників, що впливають на діяльність підприємства, відповідно до основних теоретичних положень у найбільш загальному виді підрозділяється на 2 групи – чинники зовнішнього і внутрішнього оточення або, як їх ще називають, чинники зовнішнього і внутрішнього середовища підприємства [10]. Основною проблемою під час проведення досліджень на принципі відкритих систем є визначення зовнішнього середовища. В наслідок того, що будь-яка система оточена великою кількістю різних чинників та сполучається з іншими системами, було б абсурдним намагатися врахувати всі можливі чинники. Тому виникає необхідність в обмеженні

урахування зовнішнього оточення тільки тими аспектами, від яких вирішальним чином залежить успіх підприємства, а з позиції мети даного дослідження – забезпечення стабілізації та підвищення фінансово стану підприємства.

Чинники зовнішнього середовища пов'язані один з одним. Взаємозв'язок чинників зовнішнього середовища – це рівень сили, з яким зміна одного чинника впливає на інші чинники. Так само, як зміна будь-якої внутрішньої змінної може позначатися на іншій, зміна одного чинника оточення може обумовлювати зміну інших [11, с.115]. З цієї позиції зовнішнє середовище можна охарактеризувати як сукупність суб'єктів і сил, що діють за межами підприємства, але чинять як прямий, так і непрямий вплив на стан його внутрішнього середовища.

З огляду на те, що підприємство є відкритою системою, а фінансовий стан – внутрішньою мірою ефективності його діяльності, у якості зовнішніх чинників впливу пропонується урахування традиційної для фінансового-інвестиційного середовища сукупності зовнішніх чинників впливу, а саме: політична стабільність; стабільність державної економічної і соціальної політики; фінансова, кредитна і податкова політика держави; розвиток галузей економіки держави тощо [9], сфокусувавши при цьому увагу на чинниках внутрішнього середовища.

В науковій літературі [12-16] представлений широкий спектр чинників впливу на фінансовий стан підприємства. Тому для формування кола найбільш визначальних доцільно здійснити узагальнення існуючих чинників за функціональними групами (таблиця 2).

Таблиця 2 – Узагальнення чинників впливу на фінансовий стан підприємства за функціональними ознаками

Функціональна група	Чинники
Організаційні	застаріла організаційна структура виробництва, неефективність інвестиційної та інноваційної політики, низький рівень маркетингу, відсутність контролю за виробничим процесом
Ресурсні	дефіцит фінансових ресурсів
Інноваційні	життєвий цикл, рівень техніки та впроваджуваних на підприємстві технологій
Фінансові	зростання дебіторської заборгованості, дефіцит власних оборотних коштів, неефективність фінансових вкладень, послаблення договірної дисципліни
Виробничі	високий відсоток морального та фізичного зношення основних фондів, низький рівень технологічного оновлення, рівень виробничих потужностей, кваліфікація персоналу

Висновки. В результаті аналізу функціональних груп чинників необхідно зазначити, що вплив на

фінансовий стан підприємства здійснюють майже усі сфери діяльності підприємства.

Однак, ґрунтуючись на таких сучасних особливостях діяльності підприємства, як обмеженість наявних ресурсів, значна мінливість зовнішнього середовища та беручи до уваги авторське бачення сутності фінансового стану та його особливостей, пропонується ранжування найбільш вагомих чинників за такими критеріями:

1. Ступінь суміжності зв'язку – щільність змісту чинника та сутності поняття «фінансовий стан».

2. Потенційна загроза – наявність можливості нівелювання негативного впливу чинника шляхом застосування внутрішніх резервів.

З цих позицій система чинників впливу на фінансовий стан підприємства пропонується у такій послідовності (табл. 3)

Таблиця 3 – Ієрархія чинників впливу на фінансовий стан підприємства

Чинники	Фінансовий стан підприємства		
	першорядні	організаційні	фінансові
другорядні	інноваційні	ресурсні	виробничі

Таким чином, найбільш відповідними встановленим критеріям є організаційні та фінансові чинники, які є першорядними з позиції реакції підприємства на їхній вплив та здійснення відповідних витрат. Другорядними, проте також вагомими є інноваційні, ресурсні та виробничі чинники, реагування на їх вплив є доцільним у разі помірного впливу чинників першого порядку або за наявності у підприємства достатнього організаційного й ресурсного потенціалу.

Список літератури: 1. Більк М.Д. Сутність і оцінка фінансового стану підприємств // Фінанси України. – 2005. – №3. – С. 117–128. 2. Бланк І.А. Фінансовий менеджмент: Учебний курс / І.А. Бланк. – К.: Ніка-Центр, 2002. – 220 с. 3. Герасимов І.С. Значення фінансового аналізу для успішного розвитку підприємства // Вестник ФГУП НПО ім. С.А. Лавочкина / І.С. Герасимов, В.М. Романов, Д.Э. Ярёмченко. – №1. – 2010. – С. 79–84. 4. Загородній А.Г. Фінансовий словник: – 3-тє вид., випр. та доп. / А.Г. Загородній, Г.Л. Вознюк, Т.С. Смовженко. – К.: Знання, 2000. – 587 с. 5. Клементьєва О.Ю. Фінансовий стан підприємства та його прогнозування: автореф. дис. канд. екон. наук / О.Ю. Клементьєва; Держ. вищ. навч. закл. «Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана». – К., 2008. – 20 с. – укр. 6. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств: Навч. посіб. – 2-ге вид. стер. – Київ: т-во «Знання» 2001. – 378 с. 7. Обущак Т.А. Сутність фінансового стану підприємства / Т.А. Обущак // Актуал. пробл. екон. мікроекон. – 2007. – №9. – С. 92–100. 8. Савицька Г.В. Аналіз господарської діяльності підприємства. – Мн.: Новое знання, 2002. – 704 с. 9. Мескон М.Х., Основы менеджмента: [Пер. с англ.] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1996. – 704 с. 10. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер; [пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой]. – СПб.: Питер, 2000. – 752 с. 11. Портер М. Международная конкуренция. / М. Портер; [пер. с англ. под ред. В. Д. Шетинина]. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с. 12. Грешко Р.І. Внутрішні та зовнішні чинники впливу на фінансово-господарську діяльність промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №2, Т. 2. – С. 126–130. 13. Коржневська М. Дослідження факторів впливу на фінансовий стан підприємства / М. Коржневська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – №7(122). – С.102-106. 14. Артемчук Т. О. Аналіз впливу чинників на фінансовий стан підприємств – суб'єктів природної монополії / Т. О. Артемчук // Наукові праці НДФІ. – 2008. – №1(42). – С.147-156. 15. Смачило В. В. Оцінка фінансової стійкості підприємств / В. В. Смачило, Ю. В. Буднікова // Економічний простір : збірник наукових праць. – 2008. – № 20/2. – С. 35–40. 16. Захарова Н.Ю. Фінансово-економічні чинники зміцнення фінансового стану аграрних підприємств / Н. Ю. Захарова // Збірник наукових праць ТДАУ. – 2014. – №1(25). – С.116-120.

2002. – 704 с. 9. Мескон М.Х., Основы менеджмента: [Пер. с англ.] / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1996. – 704 с. 10. Котлер Ф. Маркетинг, менеджмент / Ф. Котлер; [пер. с англ. под ред. Л.А. Волковой]. – СПб.: Питер, 2000. – 752 с. 11. Портер М. Международная конкуренция. / М. Портер; [пер. с англ. под ред. В. Д. Шетинина]. – М.: Международные отношения, 1993. – 896 с. 12. Грешко Р.І. Внутрішні та зовнішні чинники впливу на фінансово-господарську діяльність промислових підприємств // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – №2, Т. 2. – С. 126–130. 13. Коржневська М. Дослідження факторів впливу на фінансовий стан підприємства / М. Коржневська // Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – №7(122). – С.102-106. 14. Артемчук Т. О. Аналіз впливу чинників на фінансовий стан підприємств – суб'єктів природної монополії / Т. О. Артемчук // Наукові праці НДФІ. – 2008. – №1(42). – С.147-156. 15. Смачило В. В. Оцінка фінансової стійкості підприємств / В. В. Смачило, Ю. В. Буднікова // Економічний простір : збірник наукових праць. – 2008. – № 20/2. – С. 35–40. 16. Захарова Н.Ю. Фінансово-економічні чинники зміцнення фінансового стану аграрних підприємств / Н. Ю. Захарова // Збірник наукових праць ТДАУ. – 2014. – №1(25). – С.116-120.

Bibliography (transliterated): 1. Bilyk M.D. Sutnist' i otsinka finansovoho stanu pidpryyemstv // Finansy Ukrainy. – 2005. – No3. – P. 117–128. 2. Blank I.A. Fynansoviy menedzhment: Ucheb nyy kurs / Y.A. Blank. – K.: Nyka-Tsentr, 2002. – 220 p. 3. Herasymov I.S. Znachenye fynansovoho analiza dlya uspeshnohor a zvytyya pred pryatyya // Vestnyk FHUP NPO ym. S.A. Lavochky na / Y.S. Herasymov, V.M. Romanov, D.E. Yarëmenko. – 1. – 2010. – P. 79–84. 4. Zahorodniy A.H. Finansovyy slovnyk: – 3-te vyd., vypr. ta dop. / A.H. Zahorodniy, H.L. Voznyuk, T.S. Smovzhenko. – K.: Znannya, 2000. – 587 p. 5. Klement'yeva O.Yu. Finansovyy stan pidpryyemstva ta yoho prohnozuvannya: avto ref. dys. kand. ekon. nauk / O.Yu. Klement'yeva; Derzh. vyshch. navch. zakl. «Kyiv. nats. ekon. un-t im. V. Het' ma na». – K., 2008. – 20 p. – ukr. 6. Korobov M.Ya. Finansovo-ekonomichnyy analiz diyal'nosti pidpryyemstv: Navch. po sib. – 2-he vyd. ster. – Kyiv: t-vo «Znan nya» 2001. – 378 p. 7. Obushchak T.A. Sutnist' finansovoho stanu pidpryyemstva / T.A. bushchak // Aktual. probl. ekonomiy ky. – 2007. – 9. – P. 92–100. 8. Savyt'skaya H.V. Analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti predpryyatyya. – Mn.: No voe zna nye, 2002. – 704 p. 9. Meskon M. Kh., Osnovy menedzhmenta: [Per.s anhl.] / M. Kh. Meskon, M. Al'bert, F. Khedoury. – M.: Delo, 1996. – 704 p. 10. Kotler F. Marketynh, menedzhment / F. Kotler; [per. s anhl. pod red. L.A. Volkovoy]. – SPb.: Pyter, 2000. – 752 p. 11. Porter M. Mezhdunarodnaya konkurentsyya. / M. Porter; [per. s anhl. pod red. V. D. Shchetynina]. – M.: Mezhdunarodnye otnoshenyya, 1993. – 896 p. 12. Hreshko R.I. Vnutrishni ta zovnishni chynnyky vplyvu na finansovo-hospodars'ku diyal'nist' promyslovykh pidpryyemstv // Visnyk Khmel'nyts'ko ho na tsio nal' no ho uni ver sy te tu. – 2010. – 2, T. 2. – P. 126–130. 13. Korzhnevs'ka M. Doslidzhennya faktoriv vplyvu na finansovyy stan pidpryyemstva / M. Korzhnevs'ka // Formuvannya rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2007. – 7(122). – P.102-106. 14. Artemchuk T. O. Analiz vplyvu chynnykiv na finansovyy stan pidpryyemstv – sub'yektiv pryrodnoyi monopoliyi / T. O. Artemchuk // Naukovi pratsi NDFI. – 2008. – 1(42). – P.147-156. 15. Smachylo V. V. Otsinka finansovoyi stiykosti pidpryyemstv / V. V. Smachylo, Yu. V. Butnykova // Ekonomichnyy prostir : zbiryk naukovykh prats'. – 2008. – 20/2. – P. 35–40. 16. Zakharova N.Yu. Finansovo-ekonomichni chynnyky zmitsnennya finansovoho stanu ahramykh pidpryyemstv / N. Yu. Zakharova // Zbiryk naukovykh prats' TDAU. – 2014. – 1(25). – P.116-120.

Надійшла (received) 15.10.2015

Відомості про авторів / About the authors

Глухова Світлана В'ячеславівна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», кандидат економічних наук, доцент тел.: (066) 145-12-16; e-mail: gluxova@ukr.net

Glukhova Svetlana Vyacheslavovna - National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", candidate of economic sciences, associate professor tel.: (066) 145-12-16; e-mail: gluxova@ukr.net

Кильницька Євгенія Володимирівна – Харківський національний технічний університет будівництва та архітектури, кандидат економічних наук, доцент тел. (050) 605-37-57; e-mail: dubrochka@live.com

Kylnytska Yevheniya Volodymyrivna - Kharkiv National Technical University of Building and Architecture, candidate of economic sciences, associate professor tel.: (050) 605-37-57; e-mail: dubrochka@live.com

Гридасова Ксенія Сергеевна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка, тел.: (093) 765-85-81 ; e-mail: arnika29@ukr.net

Gridasova Kseniya Sergeevna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student; tel.: (093) 765-85-81 ; e-mail: arnika29@ukr.net

Т. В. ДАНЬКО, Д. В. БЕЗКОРОВАЙНА

АЛГОРИТМ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ МІЖНАРОДНОГО ІНБАУНД МАРКЕТИНГУ

Розглянуто поняття інбаунд маркетинг, визначені його основні інструменти. Інструменти умовно поділені на дві категорії та детально охарактеризовані. Проаналізовані останні досягнення та література на тему. Інбаунд маркетинг представлено у вигляді процесу, що складається з п'яти складових частин. Визначені основні елементи стратегії міжнародного інбаунд маркетингу та сформовано алгоритм її розробки. Реалізація алгоритму дозволяє розробити ефективну стратегію міжнародного інбаунд маркетингу високотехнологічного підприємства.

Ключові слова: інбаунд маркетинг, стратегія, розробка, алгоритм, контент маркетинг, пошукова оптимізація, SMM.

Вступ. На даному етапі перед підприємствами України постали проблеми не лише підвищення рівня конкурентоспроможності та технічних стандартів на європейському ринку, а й використання маркетингових інструментів для просування своїх виробів за кордоном. З розвитком цифрових технологій, поведінка споживачів значно змінилася: вони стали частіше самостійно знаходити необхідну інформацію про товари та послуги, використовуючи мережу Інтернет та заощаджуючи свій час. Звідси впливає роль та важливість інбаунд маркетингу, або «вхідного маркетингу» – тих засобів, які дозволяють знайти все про товар та компанію в мережі.

Аналіз основних досягнень і літератури. Особливості застосування Інтернету в маркетинговій діяльності досліджувались багатьма теоретиками та практиками. Серед них – Еймор Д. [1], Ілляшенко С.М. [2], Грищенко О.В. [3]. У дослідженнях вищезазначених науковців були розглянуті різні інструменти Інтернет-маркетингу. Питання, пов'язані з інбаунд маркетингом, контент маркетингом розглядаються значною кількістю таких зарубіжних науковців, як Халліган Б. [4], Страттен С. [5], Роуз Р. [6], Бернофф Дж. [7]. Але було недостатньо висвітлене використання технологій інбаунд маркетингу високотехнологічними підприємствами. Незважаючи на те, що проблема розглядалась багатьма науковцями, універсальної і загальновізної методики розробки стратегії інбаунд маркетингу високотехнологічного підприємства в даний час не запропоновано.

Мета дослідження. Метою роботи є визначення основних інструментів інбаунд маркетингу та формування алгоритму розробки стратегії міжнародного інбаунд маркетингу високотехнологічних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Останнім часом в Україні все більшої популярності набуває термін «інбаунд-маркетинг» (від англ. inbound). Інбаунд як поняття виникло та вийшло на ринок в 2007 р. в компанії Hubspot – одному з провідних постачальників напрямку Marketing Automation, - програмного забезпечення для завдань маркетингу з лідогенерації [8].

Інбаунд маркетинг - це просування компанії через блоги, подкасти, відео, електронні книги, розсилки новин, офіційні документи, пошукову

оптимізацію, просування у соціальних мережах, персональні продажі, семінари, виставки та інші форми маркетингу, які служать для залучення клієнтів через різні стадії воронки покупки.

Для порівняння, холодні дзвінки, емейл-розсилки, реклама на телебаченні і радіо, спам, телемаркетинг і традиційна реклама розглядаються як аутбаунд маркетинг, або «вихідний маркетинг». Інбаунд маркетинг привертає увагу клієнтів, робить так, щоб компанію було легко знайти, і приваблює клієнтів на сайт за допомогою цікавого контенту [9]. Hubspot визначає інбаунд маркетинг, як такий, що створює контент (сукупність інформації) та ділиться ним зі світом. Створюючи контент, спеціально розроблений, щоб апелювати до клієнтів вашої мрії, і примушуючи їх повертатися знову і знову, інбаунд маркетинг відкриває вашому бізнесу нові перспективи [10].

Суть інбаунд (в перекладі – «вхідний») визначалась саме на протиставленні традиційному маркетингу, який Hubspot назвали outbound (вихідний). Ідея зрозуміла – традиційний маркетинг є «традиційним», оскільки на 99% працює по принципам вторгнення в життя споживачів. Будь-які традиційні акції маркетингу – реклама, семінари, виставки та піар-акції тощо – є вторгненням, просто по тій причині, що ми про це нікого не просимо.

Hubspot ввели поняття «інбаунд», щоб зафіксувати новий потужний тренд – переходу ринкової влади на сторону споживача, все більшої відмови споживачів від вторгнення в своє життя та їхнього переходу на Інтернет-технології.

В поняття «інбаунд маркетинг» входить все, що стосується технологій get found – не як ми знаходимо споживачів, а як вони знаходять нас та починають з нами взаємодіяти. Інструменти інбаунд маркетингу можна умовно поділити на дві категорії: on-line та off-line. Інструменти цих двох категорій є взаємопов'язаними та мають являти собою цілісну систему.

Категорія on-line – це залучення споживачів до діалогу через мережу Інтернет. Сюди ввійшли головним чином нові технології маркетингу.

Інбаунд маркетинг базується на трьох елементах, які взаємопов'язані і утворюють цілісну систему.

На рис. 1 представлені основні інструменти кожної з двох категорій.

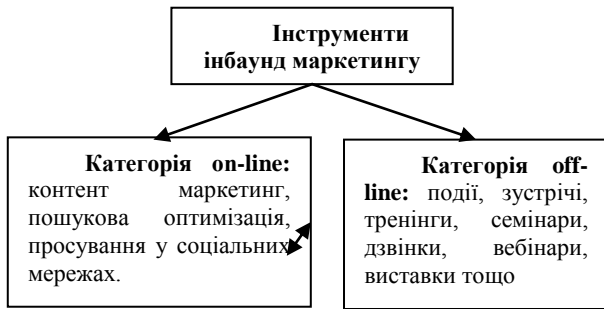


Рис. 1 – Основні інструменти інбаунд маркетингу

Перший елемент категорії онлайн – це контент. Контент-маркетинг – це розповсюджена в сучасній маркетинговій практиці технологія привернення уваги та залучення цільової аудиторії до бренду за допомогою створення та поширення пов'язаних з ним актуальної та цінної інформації [11]. На ньому тримається все інше. Більшість сайтів компаній довольного рівня надають користувачам не актуальну, якщо не сказати непотрібну інформацію. Вхідний маркетинг передбачає створення такого контенту, який буде цікавий користувачам і який буде викликати бажання ним поділитися. У роботі [12] під контент маркетингом пропонують розуміти рекламу безплатних цінностей, дотично пов'язаних з підприємством. Авторами праці [5, с. 16] поняття контент-маркетингу визначається як технологія створення і дистрибуції контенту, ціллю якої є пошук клієнтів чи стимулювання продажів. У більшості випадків покупці, перш ніж вступити в особистий контакт зі співробітниками компанії, озброюються інформацією про цю компанію та її продукти в інтернеті. Це дозволяє навчати потенційних покупців, інформуючи їх про рішення та вибір, що надаються компанією, про кращі практики та правильні відповіді на питання, що задаються ними.

Другий елемент категорії – це SEO або пошукова оптимізація контенту, яка дає змогу сайту з'явитися в органічній видачі пошукової системи. Забезпечення наявності даних про свої пропозиції в існуючих пошукових системах є принципово дешевшим способом маркетингової комунікації у порівнянні з цілеспрямованим розповсюдженням аналогічної інформації, тому обмеженість рекламних бюджетів підштовхує фірми, принаймні у якості першого кроку, саме до використання можливостей пошукових систем. Хороша пошукова оптимізація забезпечить відображення сайту вище в результатах пошуку за цілим рядом специфічних та загальних релевантних термінів. Досягнення вищих позицій по релевантним пошуковим запитам має велике комерційне значення для сайту, оскільки приваблює більше зацікавлених відвідувачів.

І третій елемент цієї категорії – це просування в соціальних мережах: необхідно зацікавити своїм контентом користувачів, мотивуючи їх поширювати його далі. Соціальний медіа маркетинг або маркетинг соціальних мереж (SMM) є порівняно новою сферою діяльності для сучасних підприємств, яку вони активно опановують незалежно від масштабу та

специфіки їх діяльності. Соціальний медіа маркетинг – це особливий інструмент Інтернет-маркетингу, що передбачає просування продукту, послуги, компанії чи бренда за рахунок використання соціальних медіа, контент яких створюється та оновлюється зусиллями їх відвідувачів [6]. Запускаючи механізми вірусного маркетингу, вони збільшують не лише кількість інформації, висвітленої на сайті, а також підвищують його рейтинг у пошукових системах. Набір засобів, за допомогою яких проводиться SMM-просування, по суті, величезний. Адже здійснення заходів SMM покликане зацікавити не пошукових роботів, а живих людей. Головне завдання – вписатися в канву тієї соціальної мережі, в якій проводиться SMM. Головним чином, використовується публікація матеріалів, цікавих користувачам мережі. Виділяють п'ять основних стратегій, до яких схиляється більшість сучасних компаній у сфері взаємовідносин з клієнтами. Перша – це вислуховування, або дослідження того, що клієнти говорять про продукцію або послуги компанії. Друга – висловлювання, тобто використання соціальних медіа з метою поширення оголошень, ідей і думок. Третя – стимулювання, або пошук клієнтів і розвиток взаємовідносин. Четверта – підтримка клієнтів у сфері надання допомоги один одному. П'ята – залучення клієнтів до бізнесу, наприклад, до розробки дизайну продукції [7].

До категорії off-line входять такі інструменти інбаунд, що передбачають живе спілкування зі споживачами в режимі реального часу. Такими елементами є головним чином проведення різноманітних подій, зустрічей, спілкування по телефону, якісне обслуговування в сервісних центрах, персональні продажі тощо.

До подій, що відповідають філософії інбаунд маркетингу, можна віднести семінари, виставки, вебінари, тренінги, тому що вони допомагають зацікавити відвідувача, надати йому корисну інформацію, навчити чомусь та перетворити відвідувача на потенційного покупця. Живе спілкування, спілкування по телефону та якісне сервісне обслуговування передбачають поступове перетворення потенційного споживача (ліда) на споживача та постійного споживача.

Отже, інбаунд маркетинг – це нова філософія маркетингу, процес залучення потрібних відвідувачів, перетворення відвідувачів спочатку у потенційних, а потім і у постійних клієнтів, створення довготривалих стосунків з ними, та підтримання їх інтересу до компанії.

Стратегія інбаунд маркетингу включає вибір шляхів досягнення кожного з цих п'яти ключових елементів.

На рис. 1 показано, як інбаунд маркетинг можна описати у вигляді процесу (або циклу) з п'яти складових частин.

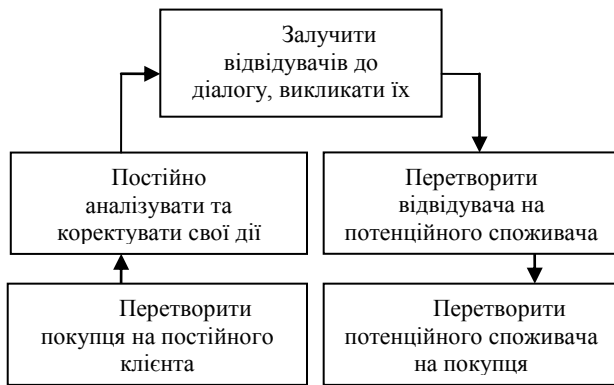


Рис. 2 – Інбаунд маркетинг у вигляді процесу

По перше, це вибір методів залучення відвідувачів та викликання їх інтересу. Для цього потрібно обрати інструменти як on-line, так і off-line категорії.

По друге, стратегія повинна передбачати шляхи перетворення відвідувачів на потенційних споживачів. Для цього обирається методи збору інформації про потенційних споживачів, їх контактних даних, шляхи подальшої взаємодії з потенційними споживачами.

Наступним елементом стратегії інбаунд маркетингу є вибір шляхів перетворення потенційного споживача на покупця. Головним чином, це методи аналізу інформації про потенційних споживачів, управління відносинами зі споживачами.

Перетворення «одноразового» покупця на постійного клієнта як елемент стратегії інбаунд маркетингу – це вибір шляхів забезпечення якісного продукту та відмінного обслуговування, продовження постійного діалогу з покупцями за допомогою інструментів перших трьох елементів стратегії, використання зворотного зв'язку для отримання кращих результатів

Останнім, та не менш важливим елементом стратегії є аналіз ефективності своїх дій: вибір основних показників та індикаторів (метрик), зворотній зв'язок від споживачів, аналітика та внесення коректувань у стратегію.

Виходячи з цих основних елементів, можемо сформулювати алгоритм розробки стратегії міжнародного інбаунд маркетингу.

Першим кроком у розробці стратегії міжнародного інбаунд маркетингу, як і у розробці будь-якої іншої стратегії, повинне бути формування довгострокових цілей майбутньої маркетингової кампанії.

Другим кроком є проведення SWOT-аналізу підприємства. Для цього потрібно обрати цільові ринки, визначити характеристики ідеального споживача (хто він, що любить, чого хоче). Після визначення ринків та споживача, проводиться аналіз стану підприємства, його діяльності елементів його комплексу маркетингу. Виходячи з цього, визначаються основні конкуренти підприємства. Аналіз маркетингової та господарської діяльності конкурентів, їх фінансового стану допоможе

визначити сильні та слабкі сторони підприємства. Для визначення можливостей та загроз на кожному з ринків, потрібно детально проаналізувати зовнішню середовище компанії. Визначення сильних та слабких сторін, можливостей та загроз допомагає сформувати бачення стратегії міжнародного інбаунд маркетингу. Бенчмаркінг стратегії інбаунд маркетингу конкурентів дозволяє обрати найкращі методи залучення відвідувачів до діалогу.

Наступна складова частина алгоритму – це визначення розмірів команди, що буде відповідати за реалізацію стратегії, створюватиме та розповсюджуватиме контент. Цей етап є дуже важливим, адже від нього залежить масштаб майбутньої діяльності підприємства у сфері інбаунд маркетингу.

Чи не найважливішим етапом розробки є саме вибір інструментів інбаунд маркетингу, як онлайн так і оффлайн категорії, використання яких планується включити у загальну стратегію.

Окремо планується використання оффлайн-інструменти інбаунд маркетингу, що передбачають живе спілкування зі споживачами в режимі реального часу. Потрібно чітко визначити, чим саме зацікавити потенційного споживача, як надати йому корисну інформацію, навчити чомусь, залучити відвідувачів до діалогу. Створюється план проведення різноманітних подій, зустрічей, обговорюється можливість персональних продажів, частота проведення та тематика семінарів, виставок, вебінарів, тренінгів. Важливим кроком є визначення шляхів розповсюдження інформації про час, місце, та тематику проведення подій.

Після виконання усіх вищезазначених пунктів, детально розглядається майбутня контентна стратегія. Процес її розробки включає визначення типів контенту, що буде корисним і зацікавить потенційного споживача, вибір мови або мов, якими має публікуватися контент. Окремо обираються техніки інбаунд маркетингу для веб-сайту підприємства: чи буде використовуватися блог, підписка на розсилку, публікування кейсів, матеріалів для скачування, відео. В залежності від обраних технік, потрібно визначити джерела контенту: галузеві портали, новини, інтерв'ю з експертами, опитування тощо. Важливим елементом розробки контентної стратегії є написання детального контент-плану, котрий визначає зміст та частоту майбутніх публікацій: що буде публікуватися щодня, що – один раз на місяць, і т.д.

Наступним етапом є розробка стратегії просування в соціальних мережах, або SMM. По-перше, рекомендується визначити, яка саме з п'яти основних стратегій SMM, що розглядалися вище, буде реалізовуватися. Потім складається план, котрий повинен включати канали комунікації (тобто, які саме соціальні мережі будуть використовуватися), тематику статей у цих мережах: чи це буде трансляція блогу веб-сайту, чи будуть використовуватися сторонні ресурси (гостьові пости, цікавинки, переклад іноземних публікацій), та шляхи розповсюдження контенту серед цільової аудиторії.

Розробка стратегії пошукової оптимізації включає вибір цільових пошукових систем (у тому числі, в залежності від країни). Підприємству рекомендується обрати загальну стратегію просування веб-сайту: просування по загальним запитам, просування по категоріям (цільова аудиторія знає, що шукає), або просування по низькочастотним запитам (аудиторія задає вузькоспеціальні, дуже цільові і конкретні питання). У плані вказуються ключові слова, за якими має знаходитися веб-сайт; ресурси, на яких будуть розміщуватися посилання на веб-сайт.

Для перетворення відвідувачів на потенційних покупців (лідів), клієнтів та постійних клієнтів затверджуються call-to-action, цільові сторінки, контактні форми, емейл-кампанії і т.д.

Можливим етапом, у залежності від масштабів реалізації стратегії інбаунд маркетингу, є вибір програмного забезпечення для marketing automation та управління відносинами зі споживачами.

Нарешті, дуже важливо обрати методи постійного контролю та аудиту реалізації стратегії інбаунд маркетингу, обґрунтувати планові показники, які підлягають контролю. Необхідно спланувати як саме буде проводитися замірювання фактичних показників, порівняння планових і фактичних показників, аналіз можливих відхилень, коректування маркетингових заходів на основі аналізу результатів відхилення показників.

Висновок. Сучасний інтенсивний розвиток інбаунд-маркетингу є об'єктивним процесом, який буде тривати і у майбутньому відповідно до розвитку самої IT-галузі, її інструментів, технологій, технічних засобів. У статті було розглянуто поняття інбаунд маркетингу, визначені та охарактеризовані його основні інструменти. Авторами статті представлено інбаунд маркетинг у вигляді процесу, що складається з п'яти складових частин. Були визначені та коротко охарактеризовані основні елементи стратегії міжнародного інбаунд маркетингу та сформовано алгоритм її розробки. Реалізація алгоритму дозволить розробити ефективну стратегію міжнародного інбаунд маркетингу високотехнологічного підприємства.

Список літератури: 1. Еймор Д. Електронний бізнес: еволюція і / або революція. / Д. Еймор – М.: Видавничий дім «Вільямс». – 2004. – 235 с. 2. Ілляшенко С.М. Комунікаційна ефективність web-технологій у маркетингу науково-освітніх послуг / С.М. Ілляшенко,

Ю.С. Штупуліна – Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – №1. – С. 69-78. 3. Грищенко О.В. – Соціальний медіа маркетинг як інструмент просування продукту підприємства / О.В. Грищенко. – Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2013. – №4. – С. 35-68. 4. Халліган Б. Маркетинг в Інтернеті: як привлечь клієнтів с помощью Google, социальных сетей и блогов / Б. Халліган, Дж. Шах; – М.: Диалектика, 2010. – 256 с. 5. Stratten S. Unmarketing: Stop Marketing. Start Engaging. / S. Stratten. – Cleveland: John Wiley & Sons. – 2010. – 183 p.; 6. Rose R. – Managing Content Marketing: The Real-World Guide for Creating Passionate Subscribers to Your Brand / R. Rose. – Cleveland Ohio: Squared Media. – 2011. – 183 p. 7. Bernoff J. – The POST Method: A systematic approach to social strategy / J. Bernoff – Режим доступу: <http://forrester.typepad.com/groundswell/2007/12/the-post-method.html>. – Дата звертання: 28 листопада 2015. 8. Hubspot – «2013 State of Inbound Marketing Full Report» / Hubspot – Режим доступу: <http://www.slideshare.net/quyn-hlemkt/2013-state-of-inbound-marketing-fullreport>. – Дата звертання: 01 листопада 2015. 9. Wikipedia – Inbound marketing. / Wikipedia – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/inbound_marketing. – Дата звертання: 11 листопада 2015. 10. Hubspot – What is inbound marketing? / Hubspot – Режим доступу - <http://www.hubspot.com/inbound-marketing>. – Дата звертання: 8 листопада 2015. 11. Wikipedia – Контент-маркетинг / Wikipedia – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Контент-маркетинг>. – Дата звертання: 16 вересня 2015. 12. Стелзнер М. Контент-маркетинг. Новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / М. Стелзнер. К.: Наук. думка. – 2012. – 288 с.

Bibliography (transliterated): 1. Eymor D. *Elektronnyy biznes: evolyutsiya i / abo revolyutsiya*. M.: Vydavnychyy dim «Vil'yams», 2004. Print. 2. Ilyashenko Serhiy. "Komunikatsiyna efektyvnist' web-tekhnologiy u marketynhu naukovo-osvitnikh posluh. *Marketynh i menedzhment innovatsiy*", 1. Print. 3. Gry'shchenko, Oleg. "Social'ny'y media markety'ng yak instrument prosuvannya produktu pidpr'yemstva." *Markety'ng i menedzhment innovacij*, 4 (2013). Print. 4. Halligan B. *Marketing v Internete: kak privlech' klientov s pomoshh'ju Google, social'nyh setej i blogov*. M.: Dialektika, 2010. Print. 5. Stratten S. *Unmarketing: Stop Marketing. Start Engaging*. Cleveland: John Wiley & Sons, 2010. Print. 6. Rose R. *Managing Content Marketing: The Real-World Guide for Creating Passionate Subscribers to Your Brand*. Cleveland Ohio: Squared Media, 2011. Print. 7. Bernoff J. *The POST Method: A systematic approach to social strategy*. J. Bernoff, Web. 28 November 2015 <<http://forrester.typepad.com/groundswell/2007/12/the-post-method.html>>. 8. Hubspot. «2013 State of Inbound Marketing Full Report». *Hubspot*, Web. 1 November 2015 <<http://www.slideshare.net/quyn-hlemkt/2013-state-of-inbound-marketingfullreport>>. 9. Wikipedia. Inbound marketing. *Wikipedia*, Web. 11 November 2015 <http://uk.wikipedia.org/wiki/inbound_marketing>. 10. Hubspot. What is inbound marketing? *Hubspot*, Web. 8 November 2015 <<http://www.hubspot.com/inbound-marketing>>. 11. Wikipedia. Kontent-markety'ng. *Wikipedia*, Web. 16 September 2015 <<http://uk.wikipedia.org/wiki/Kontent--markety'ng>>. 12. Stelzner M. *Kontent-marketing. Novye metody privlechenija klientov v jepohu Interneta*. Kyiv: Nauk. Dumka, 2012. Print.

Надійшла (received) 10.12.2015

Відомості про авторів / About the authors

Данько Тарас Володимирович – кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту ЗЕД та фінансів, м. Харків; тел.: (050) 634-69-80; e-mail: tarasdanko2010@gmail.com.

Danko Taras Volodymyrovych - Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), Professor, National Technical University 'Kharkiv Polytechnic Institute', Professor at Management of Intermantional Business and Finance Department, Kharkiv; tel.: (050) 634-69-80; e mail: tarasdanko2010@gmail.com.

Безкоровайна Дар'я Вікторівна – магістрант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, тел.: (097) 503-81-66; e-mail: daryadima0812@gmail.com.

Bezkorovaina Daria Viktorivna - undergraduate, National Technical University 'Kharkiv Polytechnic Institute', Kharkiv, tel.: (097) 503-81-66; e mail: daryadima0812@gmail.com.

*Т.В. ДАНЬКО, А.О. ЛУЦЕНКО***ВПЛИВ ПРОГРАМ МІЖНАРОДНОЇ ТЕХНІЧНОЇ ДОПОМОГИ НА РОЗВИТОК МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИСОКОТЕХНОЛОГІЧНИХ КЛАСТЕРІВ**

У статті досліджується ефективність програм міжнародної технічної допомоги для розвитку міжнародної конкурентоздатності високотехнологічних кластерів. Проаналізовано вибірку п'ятдесяти високотехнологічних кластерів Європейського Союзу та здійснено оцінку залучення і використання міжнародної технічної допомоги даними кластерами, а також визначено вплив програм міжнародної технічної допомоги на міжнародну конкурентоздатність високотехнологічних кластерів. Зроблено висновок про те, що використання програм міжнародної технічної допомоги робить значний вклад в розвиток конкурентоспроможності кластерів, даючи змогу всім його учасникам спиратись на міжнародний досвід та грантову підтримку під час реалізації тих чи інших проектів.

Ключові слова: міжнародна технічна допомога, високотехнологічний кластер, міжнародна конкурентоздатність, ефективність, донор, бенефіціар.

Постановка проблеми. Сучасний розвиток світової економіки характеризується загостренням конкурентної боротьби між країнами, регіонами, корпораціями та фірмами. У ринкових умовах поняття конкурентоспроможності має важливе значення та вживається по відношенню до багатьох об'єктів, серед яких і високотехнологічні кластери. Саме глобалізаційні тенденції світової економіки зумовили виникнення та прискорений розвиток відносно нової форми об'єднання підприємств та організацій – високотехнологічних кластерів, які являють собою певну комбінацію підприємств та організацій, що інформаційно та технологічно пов'язані між собою. До складу такого кластера входять, як правило, науково-дослідні інститути, освітні заклади, бізнес-асоціації, дистриб'юторські мережі, сервісні фірми, інжинірингові компанії тощо.

За даними інтернет-ресурсу www.clustercollaboration.eu на даний час в Європі існує 2 209 кластерів, які представляють 36 галузей. Тому питання підвищення міжнародної конкурентоспроможності високотехнологічних кластерів є надзвичайно актуальним, оскільки ці кластери є своєрідними генераторами нових технологій, їх діяльність прискорює процес науково-технологічного розвитку в окремих галузях та викликає сплеск інновацій. В свою чергу одним із джерел фінансування діяльності високотехнологічних кластерів виступає міжнародна технічна допомога (далі – МТД). В той же час, характер та зміст програм МТД, які отримують кластери, а також їх вплив на розвиток конкурентоспроможності високотехнологічних кластерів вивчені недостатньо. Таким чином, на нашу думку, потребують подальшого дослідження види грантів, програм МТД, які отримували кластери, з метою оцінки їх ефективності для розвитку міжнародної конкурентоспроможності високотехнологічних кластерів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сьогодні науковими дослідженнями щодо створення, розвитку та ефективності функціонування нових територіально-виробничих систем в умовах глобальної економіки займаються науковці та спеціалісти по всьому світу. Багато вчених в своїх наукових працях намагалися дати наукове обґрунтування утворенню та розвитку кластерів.

Дослідження в сфері кластеризації спираються на фундаментальні роботи відомих вчених-економістів, так перші спроби пояснити економічну природу кластерів були зроблені, наприклад, А. Вебером [1] з його теорією промислової дислокації та А. Маршаллом [2] з його теорією “індустріальних округів”. Але сучасний інтерес до кластерів виник завдяки науковій праці професора Гарвардської бізнес-школи Майкла Портера, яка викладена в книзі “Конкурентні переваги націй” (1990) [3]. Саме М. Портер ввів в економічну літературу визначення поняття “кластер”. Таким чином, кластер - це сконцентровані за географічною ознакою групи взаємопов'язаних компаній, спеціалізованих постачальників, постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій (наприклад, університетів, агентств з стандартизації, торговельних об'єднань) у визначених областях (регіонах), що конкурують, але разом з тим ведуть спільну роботу” [3, с.206]. Подальші дослідження питань кластеризації, а саме конкурентоздатності кластера, були викладені у праці М. Портера «Кластер і економіка конкуренції» (1998) [4]. На відміну від представників європейської економічної школи (Е. Лімер, Д. Соле, І. Толенадо та ін.), М. Портер наводить докази, чому економіку варто розглядати через призму кластерів, а не через традиційне групування компаній по галузях. Так кластерна система краще взаємодіє з характером конкуренції й джерелами досягнення конкурентних переваг, а також краще, ніж галузі, охоплює важливі зв'язки, взаємодоповнюваність між галузями, маркетинг, розуміння вимог замовників, поширення технологій, навичок і інформації.

Найбільш сучасні теорії розвитку конкурентоспроможності на основі кластерів розроблені В. Фельдманом [5]. Переваги даної теорії полягають у тому, що вони засновані на великих емпіричних дослідженнях диверсифікованих форм бізнесу у різних країнах світу. Сутність теорії полягає в наступному: диверсифікованість часто потребує наявності матриці “витрати-випуск” або контактів між галузями, що пов'язані відносинами поставки та придбання. Це погоджується з механізмами, які ведуть до утворення кластерів. Найбільш життєздатні кластери інноваційної активності або

високотехнологічні кластери формуються на основі диверсифікованості.

В свою чергу, теорія високотехнологічних кластерів або промислових груп розглядалась в роботах американського вченого М. Енрайта (1990), що створив теорію “регіонального кластера”. Відповідно до теорії М. Енрайта, конкурентні переваги створюються не на національному рівні, а на регіональному, де головну роль грають історичні передумови розвитку регіонів, розмаїтість культур ведення бізнесу, організації виробництва й отримання освіти. Вчений, відзначив, що кластеризація спостерігається навіть у підсекторах, про які не подумаєш як про предмет кластеризації, наприклад, таких, як телемаркетинг та обробка кредитних карток [6].

Німецький експерт по інноваційно-інвестиційній політиці закордонних країн П. Фішер [7] пропонує, замість “точок зростання” центри кластеризації - групи взаємозалежних галузей, що мають високий ринковий потенціал, тобто підприємства які об'єднуються по галузевій ознаці. Конкретна галузь, що залучає інвестиції, не може розглядатися окремо від інших та повинна розвиватися усередині кластера вертикально взаємозалежних секторів.

Більшість науковців, які аналізують сутність, функції, принципи та характер кластерної динаміки або розвитку, наголошують, що ключовою конкурентною перевагою кластерів є організація інтерактивної системи циркуляції знань (економіки знань). На думку американської дослідниці А. Саксеніан ефективна система інноваційного взаємозбагачення учасників кластера виступає ключовим фактором глобального інноваційного лідерства Силіконової долини в США. Автор концепції регіональних інноваційних систем Ф. Кук підтверджує наявність позитивної взаємодії між географічною близькістю підприємств кластерів та ефективністю трансферу технологій та інновацій між компаніями кластера [8].

Вітчизняний вчений-економіст В. Чужиков, дослідивши генезис кластерів, вважає цілісним поняття кластера, як конкурентоспроможної організаційної форми територіально - ієрархічної моделі виробництва з різними рівнями локалізації, яка дає максимальний господарсько-соціальний ефект через мінімізацію видатків у порівняно подібних галузях [9, с.164].

Однією зі складових функціонування високотехнологічних кластерів є використання ними програм міжнародної технічної допомоги. Міжнародна технічна допомога – це ресурси, які надаються донорами (державами, урядами іноземних держав, а також організаціями, установами, фондами, уповноваженими урядами іноземних держав, міжнародними організаціями) на безоплатній основі для здійснення програм, проектів міжнародної технічної допомоги з метою реалізації програм соціально-економічного розвитку певного регіону [10].

Міжнародна технічна допомога може надаватися у формі передачі у власність, користування майна і майнових прав; консультацій із залученням експертів, у тому числі іноземних; фінансування витрат на навчання та підвищення кваліфікації спеціалістів реципієнта; обміну спеціалістами; грантів [10].

Основними характеристиками МТД є [11]:

- допомога носить цільовий характер, тобто може використовуватися тільки для цілей, які визначені у програмі допомоги;

- допомога надається переважно у втіленій формі, тобто у вигляді послуг, консультацій, підтримки досліджень, грантів тощо.

На сьогодні в різних галузях вітчизняної науки створено певну базу знань у сфері дослідження явища міжнародної технічної допомоги, однак варто зазначити, що цей напрям наукової діяльності все ще залишається недостатньо розвинутим.

Так, питанням міжнародної технічної допомоги присвячені праці таких вітчизняних вчених як Л. Кістерського [12], Т. Липової [13], В. Нанівської [14], О. Шумило [15].

Серед напрацьованих можна також виділити роботи М. Васильєвої, яка, зокрема, зробила спробу систематизувати концептуальні підходи до дослідження проблематики зарубіжної допомоги в міжнародно-політичному контексті, виявити новітні тенденції впливу зарубіжної допомоги на міжнародний розвиток, з'ясувати ефективність зарубіжної допомоги в процесах глобальної економіки [16].

Отже, вивчення опублікованих праць свідчить про відсутність висвітлення питань щодо впливу програм міжнародної технічної допомоги на формування конкурентоздатності високотехнологічних кластерів, оскільки більшість науковців лише поверхнево приділяють увагу питанням міжнародної технічної допомоги.

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є використання програм МТД для розвитку міжнародної конкурентоздатності високотехнологічних кластерів.

Результати дослідження. Відповідно до www.clustercollaboration.eu загальна кількість кластерів в Європі 2 009, що функціонують у 36 секторах економіки [17].

Використовуючи фільтр сайту було відмічено 5 високотехнологічних секторів: космічний, автомобільний, сектор біотехнологій, сектор електроніки та сектор мікро і нанотехнологій.

Наступним кроком було відмічено 10 країн, які є географічно близькими до України: Польща, Чехія, Болгарія, Румунія, Угорщина, Словаччина, Німеччина, Литва, Латвія, Естонія. При чому, як виявилось, в Литві та Естонії кластери обраних секторів відсутні.

Таким чином було відібрано 50 високотехнологічних кластерів. Майже 30% складають кластери автомобільної галузі, більше 25% - космічної та майже 15% - мікро- та нанотехнології.

Розподіл отриманої вибірки високотехнологічних кластерів зображено на рис. 1.

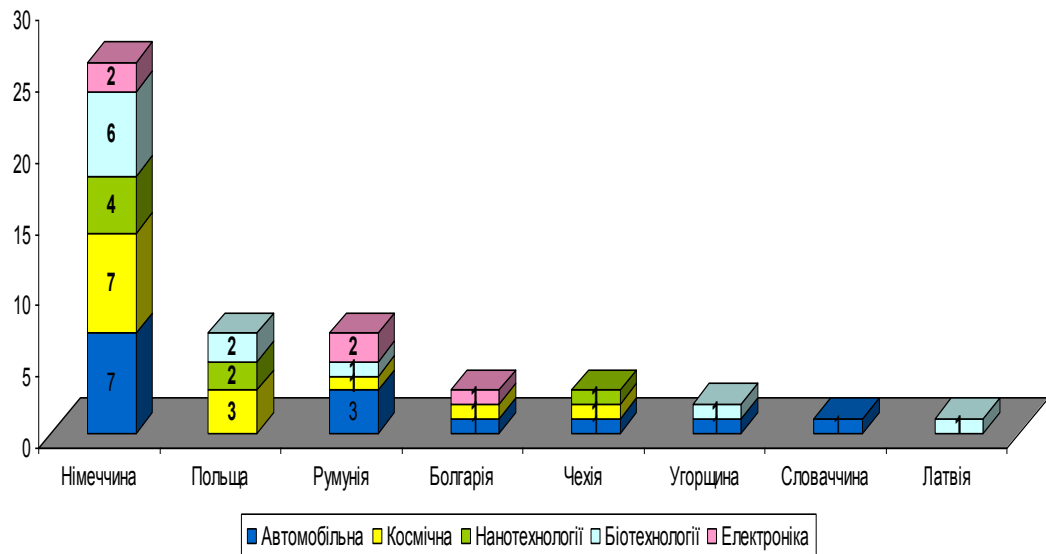


Рис. 1 – Розподіл вибірки високотехнологічних кластерів за галузями/країнам

Ми бачимо, що більше половини кластерів з вибірки є високотехнологічні кластери з Німеччини. З іншого боку кластери Словаччини та Угорщини не приймають участь в програмах МТД.

Наступним кроком було проаналізовано кожен

кластер, що потрапив до вибірки з метою виявлення проектів, що фінансуються МТД.

В результаті аналізу було виявлено, що лише 19 кластерів з вибірки використовують МТД (табл. 1), що складає 38% від всієї вибірки.

Таблиця 1 – Кластери-бенефіціари МТД

№ п/п	Кластер	Галузь	Країна	Джерела МТД
1	2	3	4	5
1	Cluster Microelectronics and Embedded Systems	Електроніка/Електронні прилади	Болгарія	Європейський фонд регіонального розвитку
2	Czech Space Alliance	Космічна	Чехія	Європейська космічна агенція
3	Moravian-Silesian Automotive Cluster	Автомобільна	Чехія	Європейський фонд регіонального розвитку
4	BioRegio STERN Management GmbH	Біотехнології	Німеччина	Interreg IV B, одна з регіональних програм ЄС щодо розвитку транскордонної кооперації.
5	MicroTEC Südwest	Мікро- і нанотехнології	Німеччина	Європейська комісія в рамках проєктів EU-EXPRESS, EU-KNIGHTS
6	BioM Biotech Cluster Development GmbH	Біотехнології	Німеччина	Європейська комісія в рамках проєкту Competitiveness and Innovation Framework Programme (CIP)

7	EACP - European Aerospace Cluster Partnership	Космічна	Німеччина	Європейська космічна агенція
8	Hamburg Aviation	Космічна	Німеччина	Європейська космічна агенція, Європейська комісія в рамках програми EU's CLUNET project.
9	Niedersachsen Aviation	Космічна	Німеччина	Європейська космічна агенція
10	Baltic Biomaterial Cluster	Біотехнології	Німеччина	Європейський фонд регіонального розвитку
11	Life Science Cluster of Latvia	Біотехнології	Латвія	Європейський фонд регіонального розвитку
12	NUTRIBIOMED Cluster	Біотехнології	Польща	Європейський фонд регіонального розвитку
13	Silesian Aviation Cluster	Космічна	Польща	Європейський фонд регіонального розвитку
14	Silesian Nano Cluster	Мікро- і нанотехнології	Польща	Європейською комісією в рамках програми the 7 th Framework Programme – NanoDiode
15	Aviation Valley	Космічна	Польща	Європейська комісія
16	Cluster Podkarpackie Powiazanie Kooperacyjne	Космічна	Польща	Європейський фонд регіонального розвитку
17	bioROne – the biotech cluster in NE Romania	Біотехнології	Румунія	Європейський фонд регіонального розвитку
18	AUTOMOTIVEST	Автомобільна	Румунія	Європейський фонд регіонального розвитку
19	ELINCLUS	Електроніка/Електронні прилади	Румунія	Європейський фонд регіонального розвитку

На рис. 2 зображено розподіл кластерів-бенефіціарів МТД за країнами знаходження та галузями діяльності. Зробивши, аналіз вибірки кластерів, ми бачимо, що основними донорами МТД для кластерів є Європейський фонд регіонального розвитку, Єврокомісія та Європейська космічна агенція.

В результаті дослідження було встановлено, що донори МТД, як правило, формують стратегію допомоги, яка визначає цілі, пріоритети та завдання допомоги, механізми її реалізації та показники для оцінки ефективності. На основі стратегічної програми розробляються конкретні програми або проекти МТД за різними напрямками.

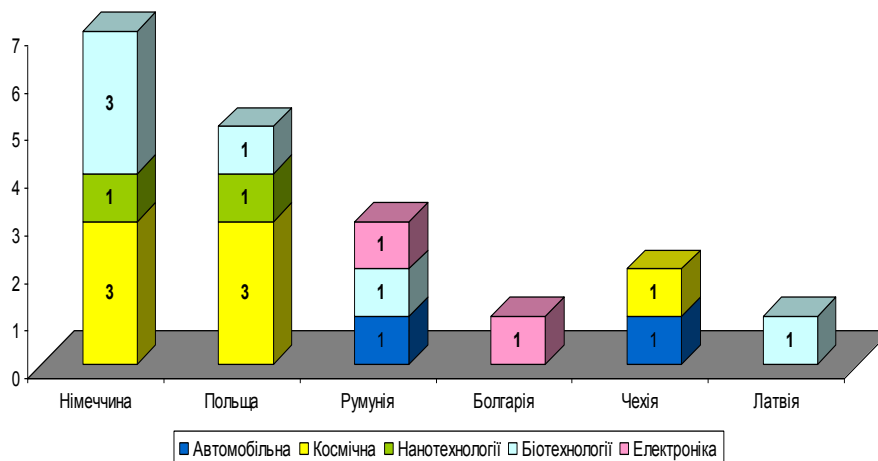


Рис. 2 – Розподіл кластерів-бенефіціарів МТД за країнами та галузями діяльності

Надання МТД за допомогою проектно-програмного підходу дозволяє донорам та кластерам-бенефіціарам більш ефективно планувати, реалізовувати, моніторити та оцінювати результати впровадження цієї допомоги.

На основі проведеного дослідження можна сказати, що міжнародна технічна допомога високотехнологічним кластерам має такі форми:

- консультації іноземних експертів;
- стипендії, фінансування витрат на навчання та підвищення кваліфікації;
- гранти в іноземній валюті (безповоротна фінансова допомога);
- проведення досліджень;
- права інтелектуальної власності та технології;
- будь-яке майно (товари, обладнання), необхідне для забезпечення виконання завдань проектів або програм в рамках МТД,
- інші роботи та послуги.

Особливостями надання МТД є те, що, наприклад, грошові кошти, що виділяються міжнародними організаціями й окремими країнами в рамках МТД, не надходять безпосередньо в розпорядження приймаючої сторони, а направляються на оплату й організацію роботи відповідних фахівців.

Для одержання міжнародної технічної допомоги потенційні реципієнти (кластери-бенефіціари) подають запити до спеціально уповноваженого органу, який проводить експертизу запитів та за її результатами звертається до донорів з проханням прийняти рішення про фінансування програм, проектів міжнародної технічної допомоги.

В ході дослідження було ідентифіковано 5 критеріїв оцінки міжнародної конкурентоздатності кластера, спираючись на дослідження М. Портера «Кластери і нова економіка конкуренції» [4]: місце знаходження – розвинений регіон; доступ до інформації; комплементарність; інноваційність; кількість учасників вища за середній показник по вибірці. Ці показники можна використовувати і для оцінки зрілості кластерів.

Місце знаходження має важливе значення для конкурентоздатності, оскільки впливає на продуктивність та особливо на зростання продуктивності праці (вартість створена за день роботи за 1 одиницю капіталу) через наявні на цій території засоби виробництва, інфраструктуру, міжнародні зв'язки і т.д.

Кількість учасників кластерів в середньому по вибірці 50 високотехнологічних кластерів дорівнює 19, тому висунуто критерій, що кластери які використовують МТД мають більшу за середній показник кількість учасників, оскільки це впливає на мережу діяльності кластеру, кількість його постачальників.

Сьогодні ще одним ключовим ресурсом в діяльності є інформація, тому важливою є змога кожного учасника кластеру мати доступ до інформаційного потоку всередині кластера.

Під комплементарністю мається на увазі взаємозв'язок кластерів, їх партнерські та

технологічні зв'язки.

Інноваційність полягає у діяльності, яка пов'язана із трансформацією наукових досліджень і розробок, інших науково-технологічних досягнень у новий чи покращений продукт, введений на ринок, в новий чи покращений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності, чи новий підхід до соціальних послуг.

Дослідивши діяльність кожного кластера-бенефіціара МТД, було проведено оцінку їх міжнародної конкурентоздатності за вищезазначеними критеріями. Під час дослідження було виявлено, що кластери-бенефіціари МТД повністю відповідають критеріям конкурентоздатності.

Отже, залучення програм МТД має важливе значення для розвитку конкурентоспроможності кластерів, оскільки дає змогу його учасникам використовувати міжнародний досвід та гранти міжнародних організацій для реалізації певних проектів.

Висновки. В даному дослідженні було проведено аналіз впливу програм МТД на міжнародну конкурентоздатність високо-технологічних кластерів. Аналіз теоретичного матеріалу показав, що майже не вивченими є питання, пов'язані з використанням програм МТД в діяльності високотехнологічних кластерів, а також їх вплив на розвиток конкурентоспроможності високотехнологічних кластерів.

В результаті дослідження було встановлено, що програми МТД є важливим джерелом фінансування розвитку конкурентоздатності тих високотехнологічних кластерів ЄС, які досягли зрілості. Основними донорами МТД для таких кластерів є Європейський фонд регіонального розвитку, Європейська комісія та Європейська космічна агенція. В свою чергу здатність кластерів залучати програми МТД можна вважати одним із факторів забезпечення їхньої конкурентоспроможності, що потребує подальшого дослідження.

Список літератури: 1. Weber A. Theory of the Location of Industries / A. Weber. – Chicago: University of Chicago Press, 1929 2. Marshall A. Principles of Economics / A. Marshall. – London: Macmillan, 1961. – An Introductory Volume. – 9th Edition (1st Edition 1890). – 430 p. 3. Портер М. Конкурентное преимущество наций / М. Портер; [пер. с англ.]. – М. : Вильямс, 2005. – 608с. 4. Porter M. E. Clusters and the new economics of competition / M. E. Porter // Harvard Business Review. — 1998. — Vol. 76 (6). — p. 77–90. 5. Feldman V. P. Innovation in Cities : Science based Diversity / V. P. Feldman, D. B. Audretsch // Specialization and Localized Competition-European Economic Review. – 1999. – № 43. – p. 409-429 6. Пилипенко И. В. Новая геоэкономическая модель развития страны: повышение конкурентоспособности с помощью развития кластеров и промышленных районов / И. В. Пилипенко // Безопасность Евразии. – 2013. – № 3. – с. 580-604. 7. Фишер П. Как превратить страну в привлекательный рынок для иностранных инвесторов // Вопросы экономики. – 2002. – No2. – с. 83-100. 8. Cooke P. Regional innovation systems: Competitive regulation in the New Europe. Geoforum / P. Cooke. – N. Y., 1996. 9. Чужиков В. Кластери як об'єкт державного регулювання / В. Чужиков // Вісник УАДУ. – 2012. – № 4. – с. 160-167. 10. Мотузка О. М. Міжнародна технічна допомога: інформаційні ресурси та аналіз / О. М. Мотузка // Статистика XXI століття: нові виклики, нові можливості : зб. матеріалів Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 19–20 травня 2011 р.

– К. : КНУ, 2012. – с. 98-99 **11.** Кулініч О.В., Ткачов Д.С. Грантрайтинг: методичні рекомендації для органів публічної влади щодо написання проектних заявок / за ред. О.В. Кулініча. – Х.: Регіональний центр міжнародних проектів і програм, 2013. – 78с. **12.** Кістерський Л., Скрепова І., Липова Т. Ефективність міжнародної технічної допомоги Україні // Економіка України.– 2006. – №5. – с. 74–75. **13.** Липова Т. В. Роль технічної допомоги в ринкових перетвореннях країн з перехідною економікою: автореф. дис. канд. екон. наук: спец. 08.05.01 / Липова Т.В. – К., 2006. – 19 с. **14.** Нанівська В. Проблеми координації міжнародної технічної допомоги в Україні порівняно з польським досвідом: Звіт // www.icps.kiev.ua. **15.** Шумило О. Ефективність надання Україні технічної допомоги потрібно суттєво підвищити // Вісник Міжнародного центру перспективних досліджень.– 2003.– №175. – с. 5–6. **16.** Васильєва М. О. Нова парадигма ефективності зарубіжної допомоги розвитку / М.О.Васильєва // Актуальні проблеми міжнародних відносин. – К.: ІМВ КНУ ім. Т. Шевченка, 2010. – Вип. 93. – Ч.1. – с. 103 – 107. **17.** Європейська платформа кластерів [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.clustercollaboration.eu

Bibliography (transliterated): **1.** Weber A. Theory of the Location of Industries / A. Weber. – Chicago: University of Chicago Press, 1929 **2.** Marshall A. Principles of Economics / A. Marshall. – London: Macmillan, 1961. – An Introductory Volume. – 9th Edition (1st Edition 1890). – 430 p. **3.** Porter M. Konkurentnoe prey'mushhestvo nacy'j / M. Porter; [per. s angl]. – М. : Vy'lyams, 2005. – 608p. **4.** Porter M. E. Clusters and the new economics of competition / M. E. Porter // Harvard Business Review. — 1998. — Vol. 76 (6). — P. 77–90. **5.** Feldman V. P. Innovation in Cities: Science based Diversity / V. P. Feldman, D. B. Audretsch // Specialization and Localized Competition-European Economic Review. – 1999. – # 43. – P. 409-429 **6.** Pylypenko Y. V. Novaya geoeconomicheskaya model' razvitiya strany: povyshen'y'e konkurentnosposobnosti s pomoshh'yu razvitiya klasterov i promyshlennykh rajonov / Y. V. Pylypenko // Bezopasnost' Evrazii. –

2013. – # 3. – P. 580-604 **7.** Fisher P. Kak prevratit' stranu v privlekatel'nyy rynek dlya inostrannykh investorov // Voprosy ekonomiki. – 2002. – No2. – P. 83-100. **8.** Cooke P. Regional innovation systems: Competitive regulation in the New Europe. Geoforum / P. Cooke. – N. Y., 1996. **9.** Chuzhy'kov V. Klastery` yak ob'yekt derzhavnogo reguluyvannya / V. Chuzhy'kov // Visny`k UADU. – 2012. – # 4. – P. 160-167. **10.** Motuzka O. M. Mizhnarodna texnichna dopomoga: informacijni resursy` ta analiz / O. M. Motuzka // Staty'sty'ka XXI stolittya: novi vy'kly'ky`, novi mozhly`vosti : zb. materialiv Mizhnar. nauk.-prakt. konf., m. Ky'yiv, 19–20 travnya 2011 r. – К. : КНУ, 2012. – P. 98-99 **11.** Kulinich O.V., Tkachov D.S. Grantrajty'ng: metody'chni rekomendaciyi dlya organiv publichnoyi vlady` shhodo napy`sannya proektny`x zayavok / za red. O.V. Kulinicha. – Х.: Regional'nyj centr mizhnarodnykh proektiv i program, 2013. – 78 p. **12.** Kisters'kyj L., Skrepova I., Lypova T. Efekty'vnist' mizhnarodnoyi texnichnoyi dopomogy` Uk-rayini // Ekonomika Ukrainy`.– 2006. – #5. – P. 74–75. **13.** Lypova T. V. Rol' tekhnichnoyi dopomogy v rynkovykh peretvorennyakh krayin z perekhidnoyu ekonomikoyu: avtoref. dy`s. kand. ekon. nauk: specz. 08.05.01 / Lypova T.V. – К., 2006. – 19 p. **14.** Nanivs'ka V. Problemy` koordynaciyi mizhnarodnoyi texnichnoyi dopomogy` v Ukrayini porivnyano z pol's'ky'm dosvidom: Zvit // www.icps.kiev.ua. **15.** Shumylo O. Efektyvnist' nadannya Ukraini tekhnichnoyi dopomogy potribno suttyevo pidvy'shhy`ty` // Visny`k Mizhnarodnogo centru perspektivnykh doslidzhen'.– 2003.– #175. – P. 5–6. **16.** Vasylyeva M. O. Nova paradygma efektyvnosti zarubizhnoyi dopomogy rozvytku / M.O.Vasylyeva // Aktual'ni problemy mizhnarodnykh vidnosyn. – К.: ІМВ КНУ ім. Т. Шевченка, 2010. – Vy'p. 93. – Ch.1. – P. 103 – 107. **17.** European clusters' platform [Electronnyi resurs]. - Rezhym dostupu: www.clustercollaboration.eu

Надійшла (received) 12.11.2015

Відомості про авторів / About the authors

Данько Тарас Володимирович – кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри «Менеджмент ЗЕД і Фінанси», м. Харків; тел.: (050) 634-69-80; e-mail: tarasdanko2010@gmail.com.

Danko Taras Volodymyrovych - Candidate of Economic Sciences, Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Professor at the Department of International management and Finance, Kharkiv; tel.: (050) 634-69-80; e-mail: tarasdanko2010@gmail.com.

Луценко Ангеліна Олександрівна – магістрант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», м. Харків, e-mail: a.lutsenko@yandex.ua

Lutsenko Anhelina Oleksandrivna – master student, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Kharkiv, e-mail: a.lutsenko@yandex.ua

О. С. ДРУГОВА, І. В. ДОЛИНА

РОЛЬ СИСТЕМИ КАДРОВОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ІННОВАЦІЙНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ПЕРСОНАЛУ

У статті проаналізовані останні дослідження стосовно кадрового менеджменту та перспектив розвитку ефективності управління організацією. Обґрунтована необхідність підвищення кваліфікації кожним працівником організації.

Ключові слова: персонал, кадри, менеджмент, інновації.

Вступ. У нашій країні склалася така обстановка, коли перетворення соціально-економічної реальності несуть і великий потенціал і, одночасно, серйозну загрозу для кожної людини, стабільності його буття, вносять значну частку неясності в останні 20-30 років в життя кожної особистості нашої країни. Кадровий менеджмент в даних умовах набуває особливого значення: дозволяє узагальнити і здійснити перелік завдань: 1) адаптація особистості до зовнішнього середовища; 2) облік особистісних факторів і стабільного розвитку співробітників в побудові системи управління персоналом (УП) інноваційної організації. Людина став найціннішим і найдорожчим ресурсом будь-якої (особливо інноваційної) організації. Хороша організація намагається гранично ефективно використовувати можливості своїх фахівців, створюючи обстановку для найбільш повної їх віддачі на роботі і інтенсивного розвитку їхнього потенціалу. Відповідно до цього першочергова мета системи УП: надання кадрів, організація їх результативного застосування, професійного і суспільного розвитку.

Дослідження. На зміну теорії, що піддає аналізу персонал як витрати, які необхідно скорочувати, виникла теорія управління кадрами, тобто людськими ресурсами. Відповідно до цієї концепції саме кадри виступають одним з тих ресурсів, якими треба компетентно керувати, вкладати в нього кошти і організувати умови для його розвитку. Розвиток персоналу визначають як сукупність організаційних структур, методик, процесів і ресурсів, необхідних для ефективного виконання поточних і перспективних виробничих завдань; і для найкращого задоволення запитів працівників, які пов'язані з самореалізацією, професійною підготовкою і кар'єрою [7, С. 1-2].

Формування і розвиток співробітників організації можна визначити як сукупність заходів служби управління персоналом по: перепідготовки, навчання та ПК персоналу, періодичної оцінки персоналу: професійної адаптації: організації винахідницької та раціоналізаторської роботи; оцінці претендентів на вакантну посаду; планування ділової кар'єри; ротатії і роботі з кадровим резервом. Вчені вважають, що розвиток – незворотно, направлено, закономірно трансформацією речових та ідеальних об'єктів або спрямованої закономірною трансформацією; внаслідок якої з'являється новий якісний стан об'єкта. Виділяють – «прогрес» (від лат. Progressus – рух вперед): тенденцію розвитку, характерну переходу від

гіршого до кращого, від недосконалого, до більш досконалого, і – регрес (лат. Regressus – повернення, рух назад), тобто зворотний процес. В ході розвитку об'єкт переходить в якісно новий стан – в ньому з'являються, модифікуються або пропадають елементи, зв'язку, функції, властивості і т.д. З позиції управління розвитком персоналу ці змінні елементи оцінюються з точки зору інноваційної організації.

Під саморозвитком розуміється саморух, пов'язане з переходом на вищий щабель організації; під самодвижением – зміна об'єкта під впливом внутрішньо властивих йому суперечностей, факторів і умов [6, с. 565]. При цьому зовнішні впливи відіграють трансформують або опосередковують роль. Більш загальним є поняття самоорганізації, тобто процесу, в ході якого створюється, відтворюється або поліпшується організація складної системи (термін «система, що самоорганізується» ввів У.Р. Ешбі). Розрізняють три різновиди самоорганізації: самостійне зародження організації, гомеостатическіе процеси і процеси вдосконалення і саморозвитку систем, здатних накопичувати і застосовувати попередній досвід. Очевидно, в управлінні розвитком найбільш істотні перший і третій типи самоорганізації. Так як управління – цілеспрямований процес, то управління розвитком персоналу, що здійснюється інноваційної організацією, як правило, відповідає її цілям. Коли це управління прямо орієнтована на задоволення потреб працівника, воно здійснюється для того, щоб в результаті результативність діяльності працівника в організації зросла. Наведемо систему класифікацій задач управління розвитком персоналу в інноваційній (будь-якій іншій) організації. 1. Першою підставою є те, з чієї точки зору розглядається розвиток персоналу – з точки зору організації, або з точки зору особистості.

В якості завдань управління розвитком персоналу з точки зору організації можна виділяти: набір, відбір, підбір, розстановка, звільнення. Формальні моделі розглянутих процесів відображені в рамках завдань управління складом. Завдання розстановки можуть трактуватися як завдання про призначення і як завдання синтезу і оптимізації організаційної структури. Окремою і надзвичайно важливим завданням управління розвитком персоналу, як з точки зору організації, так і з точки зору особистості, є розробка і використання ефективної системи компенсацій і пільг. Формальні моделі різноманітних СОТ розглядалися в масі робіт. Системи компенсацій і

пільг не є предметом цього дослідження. 2. Друга база системи класифікацій задач управління розвитком персоналу – число співробітників інноваційної організації (індивідуальне або колективне розвиток).

Прискорення НТП значно прискорює процес старіння необхідних ЗУН (знань, умінь і навичок). Інженер, який закінчив ВНЗ в середині минулого століття, міг не підвищувати кваліфікацію до кінця своєї трудової біографії. Знання випускників ХХ ст. застарівали через 30 років, сучасні інженери повинні переучуватися значно швидше. Ключову роль в наш час відіграє якість освіти в контексті безперервного освітнього процесу. Збільшення потреб у професійному навчанні в останні десятиліття привели до того, що генеральні концерни і провідні організації взяли на себе таку функцію, як оновлення кваліфікації своїх співробітників. Бюджет організації для профнавчання став найважливішою функцією управління персоналом після статті витрат по заробітній платі. Такі інноваційні організації як «Венчурний фонд ОПК і авіаційної промисловості», «Ай-Бі-Ем», «Дженерал Моторз», «Моторола», і інші щорічно витрачають колосальну частину бюджету на навчання і розвиток професійних якостей персоналу. З цією метою даними компаніями створені університети та інститути, що діють в рамках підготовки та перепідготовки кадрів. Відповідно до нагальних потреб і майбутнім організації розвиток персоналу - комплексний, багатогранний процес підготовки співробітника до здійснення нових функцій на виробництві, роботі на посадах, що не займали раніше, вирішення нестандартних завдань, формуються системи управління професійним навчанням, готується резерв керівників середньої та вищої ланки, планується розвиток кар'єри. У великих організаціях існують спеціальні відділи професійного розвитку, на чолі яких стоять керівники вищої і середньої ланки. Це робить благотворний вплив на соціально-психологічний клімат в колективі організації.

Капіталовкладення, крім безпосереднього впливу на фінансові результати у вигляді збільшення рівня професійної майстерності в професійний розвиток, сприяють створенню відповідного клімату в компанії, мають стимулюючий вплив на співробітників і на їх відданість організації, забезпечуючи управління в порядку наступності. Розвиток професійних навичок виявляє позитивний вплив і на самих працівників компанії.

Здійснюючи підвищення кваліфікації у професійній області і набуваючи нових ЗУН, вони тим самим, більш конкурентоспроможні на ринку праці в порівнянні з іншими працівниками аналогічних компаній, і набувають додатковий потенціал для особистісного та професійного зростання як усередині самої організації, так і поза нею. Це особливо важливо в сучасних умовах стрімкого старіння професійних знань. Професійне навчання також сприяє загальному розумовому розвитку індивідуума, розширює його коло спілкування, кругозір і зміцнює впевненість у собі. Основним засобом професійного розвитку

персоналу є професійне навчання - процес безпосередньої передачі нових професійних навичок або знань співробітникам організації. Безумовно, професійне навчання набагато вужче, ніж професійний розвиток. Проте, в цьому світі відмінність між ними досить умовно, тому що і те і інше призначені цілі підготовки співробітників інноваційної компанії до виконання завдань, що стоять перед ними. Головним в управлінні розвитком професіоналізму є визначення потреб організації в розвитку кадрів, тобто виявлення невідповідності між професійними ЗУН, якими повинен володіти персонал компанії для реалізації її цілей (сьогодні і в майбутньому), і тими ЗУН, якими він володіє насправді. Потреби організації в цілому повинні бути проаналізовані фахівцем з кадрів або відділом навчання відповідно до загальних виробничими цілями і політикою організації в плануванні робочої сили. При цьому визначається необхідність навчання конкретних груп працівників по всіх підрозділах після консультацій з лінійними менеджерами. Ця робота повинна також включати в себе аналіз очікуваного ефекту від впливу навчання на виконання організацією виробничих завдань. Тому встановлення потреб кожного окремого працівника в професійному розвитку вимагає спільних зусиль менеджменту персоналу, самого співробітника і його безпосереднього керівника. Обидві сторони бачать це питання, що обумовлюється її положенням в організації та роллю в процесі професійного розвитку. Кожна зі сторін повинна розуміти, як складаються потреби організації в розвитку персоналу. Схожа стаття: Роль муніципальних утворень в управлінні соціально-економічним розвитком Російської Федерації Цими факторами є: зміни навколишнього середовища; техніка і технології, що сприяють виникненню нововведень і інновацій; переорієнтування стратегії розвитку компанії; адаптація нової оргструктури до постійно змінюваних умов довкілля. Стандартними методами виявлення потреб у професійному розвитку співробітників є оцінка персоналу та розробка плану розвитку співробітника як професіонала, як особистості. Експерти-кадровики повинні оцінити план з точки зору. раціональності, здійсненності, відповідності фінансових можливостей організації. Такі плани покрокової інструкції розвитку персоналу інноваційної організації стають програмою професійного розвитку персоналу організації.

Програма встановлює цілі розвитку співробітника-професіонала, бюджет і можливості їх досягнення. Створення контролю за виконанням бюджету – вузлові елементами управління професійним навчанням. Два фактори мають вирішальний вплив на бюджет – необхідність організації в навчанні і її фінансове становище. Керівники вищої ланки визначають, скільки може бути витрачено на навчання в наступному році і, зіставляючи розмір бюджету з виявленими потребами, визначає ключові «ланки ланцюга» в професійному навчанні. Основні ресурси, необхідні для навчального

процесу, - кошти, спрямовані на компенсацію витрат по навчанню, і час, що витрачається працівниками на навчання. В окремих кампаніях пріоритет не віддає навчанню співробітників організації, а в «важкі» часи фінансування на навчання є першою статтею, за якою припиняються виплати. Збільшувати ресурси на навчання персоналу, ставитися до його навчання як до інвестиції в людський капітал - ось цивілізований підхід XXI ст. Все частіше витрати на професійне навчання розглядаються як капіталовкладення в розвиток персоналу організації. Ці капіталовкладення повинні принести віддачу у вигляді підвищення результативності діяльності організації. Оцінити ефективність окремої програми навчання складно, оскільки не завжди вдається визначити її вплив на кінцеві результати діяльності всієї організації. В такому випадку ефективність може оцінюватися за рівнем досягнення що стоять перед програмою цілей [8, С.291-292].

Висновок. Таким чином, в даний час зростає роль ефективного кадрового менеджменту та все більш актуальними стають проблеми розвитку персоналу в даній системі, як провідного чинника діяльності будь-якої організації.

Список літератури: 1. Галинская Е.В., Иващенко А.А., Новиков Д.А. Модели и механизмы управления развитием персонала [Текст] / Е.В. Галинская, А.А. Иващенко, Д.А. Новиков. - М.: ИПУ РАН, 2005. - 68 с. 2. Веснин В.Р. Управление персоналом. Теория и практика: Учебник [Текст] / В.Р. Веснин. - М.: ТК Велби, Изд-во

Проспект, 2007. - 688 с. 3. Карякин А.М. Управление персоналом: Учеб. Пособие [Текст] / А.М. Карякин. - 3-я редакция. Иваново: Иван. гос. энер. ун-т., 2005. - 168 с. 4. Кибанов А.Я. Основы управления персоналом: Учебник [Текст] / А.Я. Кибанов - 2-е изд., переаб. и доп. - М.: ИНФРА-М, 2007. - 447 с. 5. Колпаков В.М. Управление развитием персонала: Учеб. пособие для студентов вузов [Текст] / В.М. Колпаков. - К.: МАУП, 2006. - 712 с. 6. Новиков Д. А. Теория управления организационными системами [Текст] / Д.А. Новиков. - М.: МПСИ, 2005. - 584 с. 7. Суслова И. М. Три кита менеджмента. Москва: Московский государственный университет культуры и искусств [электронный ресурс] – Режим доступа. – URL: 8. Управление персоналом организации: Учебник [Текст] / Под ред. А.Я. Кибанова. - М.: ИНФРА-М, 1997. - 512 с.

Bibliography (transliterated): 1. Galinskaya E.V., Ivashchenko A.A., Novikov D.A. Modeli i mekhanizmu upravleniya razvitiem personala [Tekst] / E.V. Galinskaya, A.A. Ivashchenko, D.A. Novikov. - M.: IPU RAN, 2005. - 68 p. 2. Vesnin V.R. Upravlenie personalom. Teoriya i praktika: Uchebnik [Tekst] / V.R. Vesnin. - M.: TK Velbi, Izd-vo Prospekt, 2007. - 688 p. 3. Karyakin A.M. Upravlenie personalom: Ucheb. Posobie [Tekst] / A.M. Karyakin. - 3-ya redakciya. Ivanovo: Ivan. gos. ehner. un-t., 2005. - 168 p. 4. Kibanov A.YA. Osnovy upravleniya personalom: Uchebnik [Tekst] / A.YA. Kibanov - 2-e izd., pereab. i dop. - M.: INFRA-M, 2007. - 447 p. 5. Kolpakov V.M. Upravlenie razvitiem personala: Ucheb. posobie dlya studentov vuzov [Tekst] / V.M. Kolpakov. - K.: MAUP, 2006. - 712 p. 6. Novikov D.A. Teoriya upravleniya organizacionnymi sistemami [Tekst] / D.A. Novikov. - M.: MPSI, 2005. - 584 p. 7. Suslova I. M. Tri kita menedzhmenta. Moskva: Moskovskij gosudarstvennyj universitet kul'tury i iskusstv [ehlektronnyj resurs] – Rezhim dostupa. – URL: 8. Upravlenie personalom organizacii: Uchebnik [Tekst] / Pod red. A.YA. Kibanova. - M.: INFRA-M, 1997. - 512 p.

Надійшла (received) 25.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Другова Олена Сергіївна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри Менеджменту ЗЕД та фінансів НТУ «ХПІ», м. Харків, тел.: (097) 629-15-48, e-mail: Lena_HS @ mail.ru

Drugova Elena – PhD, Department Management and Finance FEA NTU "KPI", Kharkiv, tel.: (097) 629-15-48, e-mail: Lena_HS @ mail.ru

Долина Ірина Володимирівна – кандидат економічних наук, кафедра організації виробництва та управління персоналом НТУ "ХПІ", м. Харків, тел.: 707-62-53; e-mail: dolyna_i@rambler.ru

Dolyna Iryna – Candidate of Economical Sciences (Ph.D.), National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"; tel.: 707-62-53; e-mail: dolyna_i@rambler.ru

УДК 336.221.24

О. В. КОРЕЦЬКА, А. М. КУЛИК

ОСОБЛИВОСТІ НАРАХУВАННЯ ТА СПЛАТИ ПОДАТКУ НА НЕРУХОМОМЕ МАЙНО В УКРАЇНІ З 1 СІЧНЯ 2015 РОКУ

Стаття присвячена розгляду особливостей нарахування та сплати податку на нерухоме майно в Україні з 1 січня 2015 року. Особливої уваги приділено ставці податку на нерухомість та наявним пільгам для більшості регіонів України. Розглянуто проблеми, що можуть виникнути для платників з окупованих територій та із зони проведення антитерористичної операції. Відображено відповідальність за несплату або несвочасну/неповну сплату податку на нерухомість. Надано рекомендації щодо розв'язання наявних проблем.

Ключові слова: податок, нерухомість, ставка податку, платники податку, податкові пільги, строки сплати.

Вступ. Важливою умовою стабілізації вітчизняної податкової системи, забезпечення її передбачуваності є прийняття та втілення у життя таких податків, які існують у більшості розвинених європейських країнах. Метою реформування податкової системи України та відповідно внесенням змін до Податкового кодексу України є також вироблення економічно обґрунтованих, збалансованих норм права, що регулюють соціально-економічні відносини держави в сфері оподаткування майна фізичних осіб та підприємств всіх форм власності. Податковий кодекс в частині оподаткування нерухомості має забезпечити одночасне зниження податкового тиску, розширення бази оподаткування, збільшення надходжень до бюджетів всіх рівнів і на цій основі розв'язання соціальних проблем.

Чергові зміни до Податкового Кодексу України у частині оподаткування нерухомості були внесені у грудні 2014 року, з прийняттям так званої Податкової реформи 2015 (Закон № 71-VIII від 28 грудня 2014 р).

Деякі аспекти, пов'язані з аналізом запропонованих змін, відображені в статтях багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців та законотворців. Таких як Ю. Іванов, А. Кірш, А. Юровський, В. Бондарева та інші.

Постановка завдання. Метою даної статті є розкриття нових правил нарахування та стягнення податку на майно у частині оподаткування нерухомості, для юридичних та фізичних осіб, які вступили в силу з 1 січня 2015 року.

Основний матеріал. У 2015 році податок нараховується тільки на ту нерухомість, якою фізичні та юридичні особи володіли в 2014-му, за діючим в минулому році ставками та згідно минулорічної схемою (яка була змінена з прийняттям Податкової реформи 2015 року). Як відомо, з 1 січня до 31 березня 2014-го податком обкладалися тільки житлова площа нерухомості, а з 1 квітня по 31 грудня 2014-го – із сумарної загальної площі. Отже, зазначений податок за 2014 рік мають сплатити не всі громадяни, а лише власники великих квартир і будинків. Більшість українців підпали під податкові пільги. У 2014 році пільгова (неоподатковувана) площа була встановлена на рівні 120 квадратів для власників квартир, 250 – для власників будинків і 370 – якщо у власності є і будинки, і квартири. Для квартир від 120 до 240 кв. м і будинків від 250 до 500 кв. м податкова ставка була не

більше 1% мінімальної заробітної плати за 1 кв. м перевищення (12,18 грн) на рік. Для нерухомості більше 500 м ставка за кожен метр перевищення становила 2,7%, або 34,56 грн.

Якщо нерухомість здається в оренду або використовується для підприємницької діяльності, пільги на неї не поширюються, і платити доведеться за всі метри. Наприклад, якщо фізособа-власник квартири фактично здійснює підприємницьку діяльність за місцем реєстрації, що вказується у виписці з Єдиного держреєстру юридичних і фізичних осіб підприємців, то до такої нерухомості податкові пільги застосовуватися не будуть. Аналогічно пільга не застосовується до житлової нерухомості, за адресою якої зареєстровано юридичну особу. Однак при цьому слід зазначити, що на сьогодні у податкових органів немає єдиної централізованої системи з інформацією про нерухомість та мету її використання, що дещо ускладнює процес визначення таких об'єктів. У сільській місцевості питання про комерційне використання, наприклад, хліва або пташника поки відкрите. Як відомо, доходи, отримані від продажу власної продукції, не обкладаються податком. Якщо, звичайно, вони не перевищують 100 мінімальних заробітних плат за рік (на 2015 рік – 121,8 тис. грн), тому продаж/здача сім'єю, наприклад, молока та продуктів тваринництва не є комерційною діяльністю. Тобто така ситуація поки що юридично не врегульована.

З 2016 року вже передбачено платити за новими правилами, а саме враховуючи зміни, що було внесено Податковою Реформою 2015 року. Фізичні та юридичні особи мають платити за загальну нерухомість, якою володіли в 2015-му році. Податковим кодексом встановлено межі і базові пільги з податку на нерухомість. Максимальна ставка передбачена в 2% від мінімальної заробітної плати (замість 1% і 2,7% залежно від площі для 2014 р). У майбутньому році платити нерухомий податок доведеться більшій кількості громадян. Оскільки базова пільга знижується до 60 кв. м для квартир, 120 кв. м для будинків і 180 кв. м – для різних видів житла. Ставку місцеві ради можуть зменшувати, пільгу збільшувати (але не більше ніж у п'ять разів). У таблиці наведено ставки податку на нерухомість для деяких міст України.

Таблиця 1 – Ставки податку на нерухомість та пільги для деяких регіонів України

Місто	Для квартир, пільга, кв. м.	Для квартир, ставка податку, % від	Для будинків, пільга, кв. м.	Для будинків, ставка податку, %	Примітки
Вінниця	60	1.5 (% від необкладаемого податком мінімуму)	120	1.5	Ставка 1% для садових та дачних будинків
Дніпропетровськ	85	1	200	1	
Запоріжжя	120	2	250	2	
Івано – Франківськ	120	1	240	1	
Київ	60	1	120	1	Не обкладаються квартири/житлові будинки, що належать інвалідам, учасника АТО, членам сімей осіб, що загинули в АТО, членам сімей героїв Небесної Сотні, але не більше одного об'єкту
Кіровоград	75	0.1	150	0.1	
Луцьк	70	1	140	1	Не обкладаються гаражі та господарські (присадибні) будівлі: сараї, хліви, гаражі, літні кухні, майстерні, уборні, погріби, навіси тощо
Миколаїв	120	1	250	1	Застосовується ставка 2% - при площі квартир вище за 500 кв. м., будинків – більше 740 кв. м.
Львів	80	0.5	160	1	
Одеса	120	1	250	1	
Полтава	90	1	200	1	
Рівне	70	0.5	150	0.5	
Суми	60	0.7	120	1 – 1.5	Застосовується ставка для дачних будинків – 0.3%, садових – 0,05%, комнатах в гуртожитках – 0,02%
Тернопіль	70	1	120	1	
Житомир	60	0.75	120	0.75	
Харків	120	2	240	2	
Херсон	120	1	250	1	
Хмельницький	60	1	120	1	
Черкаси	60	1	120	1	
Чернігів	80	1	150	1	
Черновці	120	1	250	1	
Ужгород	120	1	250	1	

Як видно з даних наведених у таблиці, зараз ставка податку на нерухомість по Україні варіюється від 0,1% до 2% від мінімальних зарплат. Наприклад, ставка в розмірі 1% встановлена в Києві, Дніпропетровську, Тернополі, Чернівцях, Полтаві, Черкасах, Чернігові, Хмельницькому, Івано-Франківську, Ужгороді. У розмірі 2% встановлена ставка в Харкові, Запоріжжі. У Житомирі місцева влада зафіксувала ставку податку на житлову нерухомість у розмірі 0,75%. Мінімальна ставка – 0,1% – у Кіровограді.

У деяких містах ставка податку залежить від виду житлової нерухомості. У Сумах, наприклад, ставка податку для квартир становить 0,7%, а для будинків – 1,5%, у Вінниці податком на нерухомість обклали квартири і будинки за ставкою 1,5%, садові та дачні будинки за ставкою 1%. У Львові ставка податку для квартир на 2015 складе 0,5%, а для будинків 1%.

Варіюється і площа, яка не підпадає під оподаткування, і особливо пільги. У Києві, наприклад, не оподатковується житло учасників АТО, сімей героїв Небесної Сотні і загиблих на території проведення АТО. А в Луцьку для всіх вивели з-під оподаткування гаражі та господарські (присадибні) будівлі. До них відносять сараї, хліви, гаражі, літні кухні, майстерні, вбиральні, погребі та ін.

В свою чергу слід зазначити, що окрім зазначених вище не врегульованих аспектів нарахування і стягнення податку на нерухоме майно, є ще один. Змінами до законодавства, які було здійснено, так і не врегульовано проблеми осіб, котрі стали вимушеними внутрішніми переселенцями (мешканці Криму, частини Донецької та Луганської області).

Отже, незважаючи на те, що вони фактично позбавлені права вільно володіти, користуватися і розпоряджатися своїм нерухомим майном, а в деяких

випадках це майно вже втрачено, до урегулювання проблеми на законодавчому рівні їм доведеться платити податок на нерухомість в загальному порядку. Сплачувати податок їм доведеться за місцем реєстрації свого нового місця проживання. За основу братимуться дані Державного Реєстру речових прав на нерухоме майно. Довідки від окупаційної влади (для АРК) або самопроголошеної влади «ДНР» чи «ЛНР» про знищення (відсутність) майна фіскальними органами братися до уваги не будуть. Тож, доводити факт знищення майна доведеться в судовому порядку шляхом надання фотознімків, відео чи підтверджувати це показаннями свідків.

Відповідальність за несплату або несвоєчасну/неповну уплату податку на нерухомість така ж, як для інших податків. Згідно з п. 126.1 ПК, загрожує штраф у розмірах:

- 10% від погашеної суми податкового боргу - за затримку до 30 календарних днів;
- 20% від погашеної суми податкового боргу - за затримку більше 30 календарних днів.

Якщо податок не буде сплачений своєчасно, то згідно зі ст. 129 ПК після закінчення граничних термінів для сплати на суму податкового боргу нараховують пеню з розрахунку 120% від ставки НБУ, що діє на день виникнення податкового боргу.

Висновки. Отже, створення в Україні ефективного механізму оподаткування нерухомого майна є одним із важливих напрямів реформування податкової системи, який має передбачати реалізацію фіскального і регульовального потенціалу оподаткування нерухомості. Для досягнення цієї мети першочерговими є такі заходи:

- визначення неоподаткованого мінімуму площі на одну кожну особу, що мешкає у квартирі чи будинку;
- застосування диференційованої шкали оподаткування для різних типів нерухомого майна і для нерухомості з різною площею; для врахування місця розташування нерухомості варто використовувати коригувальні коефіцієнти.

Тому введення в Україні сучасного, соціально справедливого та економічно ефективного податку на нерухомість дозволить адаптувати національне законодавство до Європейських стандартів, знизить маніпуляції на ринку нерухомості, забезпечить збільшення надходжень до місцевих бюджетів.

Список літератури: 1. Податковий кодекс України [електронний ресурс] режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/stru#Stru>; 2. Офіційний портал Державної Фіскальної Служби України: Податок на нерухоме майно, відмінне від земельної ділянки [електронний ресурс] режим доступу: <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovy-zmini-2015/podatkovy-dlya-fizichnih-osib/mistseviy-podatok-na-mayno/podatok-na-neruhome-mayno-vidminne-vi/>; 3. Податок на нерухомість. Коли і скільки заплатають українці. [електронний ресурс] режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/350262/podatok-na-neruhomist-koly-i-skilky-zaplatyat-ukrayintsi>; 4. Як самому вирахувати податок на «зайву» нерухомість. [електронний ресурс] режим доступу: <http://tsn.ua/groshi/ukrayincyam-skoro-prishlyut-listi-schastya-yak-samomu-virahuvati-podatok-na-zayvu-neruhomist-429438.html>; 5. «Голос України». Інформаційний портал. Податок на нерухоме майно: про нюанси які замовчують. [електронний ресурс] режим доступу: <http://golosukraine.com/publication/zakonoproekti/parent/36516-podatok-na-neruhome-majno-pro-nyuansi-yaki-zamovch/#.VhKHCOyqqko>

Bibliography (transliterated): 1. Podatkovyj kodeks Ukrajinny [elektronnyj resurs] režym dostupu: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17/stru#Stru>; 2. Oficijnyj portal Deržavnoji Fiskal'noji Služby Ukrajinny: Podatok na neruhome majno, vidminne vid zemel'noji diljanky [elektronnyj resurs] režym dostupu: <http://sfs.gov.ua/baneryi/podatkovy-zmini-2015/podatkovy-dlya-fizichnih-osib/mistseviy-podatok-na-mayno/podatok-na-neruhome-mayno-vidminne-vi/>; 3. Podatok na neruhomist'. Koly i skil'ky zaplatjat' ukrajinci. [elektronnyj resurs] režym dostupu: <http://news.finance.ua/ua/news/-/350262/podatok-na-neruhomist-koly-i-skilky-zaplatyat-ukrayintsi>; 4. Jak samomu virahuvaty podatok na «zayvu» neruhomist'. [elektronnyj resurs] režym dostupu: <http://tsn.ua/groshi/ukrayincyam-skoro-prishlyut-listi-schastya-yak-samomu-virahuvati-podatok-na-zayvu-neruhomist-429438.html>; 5. «Holos Ukrajinny». Informacijnyj portal. Podatok na neruhome majno: pro njuansy jaki zamovčujut'. [elektronnyj resurs] režym dostupu: <http://golosukraine.com/publication/zakonoproekti/parent/36516-podatok-na-neruhome-majno-pro-nyuansi-yaki-zamovch/#.VhKHCOyqqko>

Надійшла (received) 12.10.2015

Відомості про авторів / About the authors

Корецька Оксана Валеріївна – старший викладач кафедри «Менеджменту і оподаткування», тел. (050) 300-13-93; e-mail: koretskay@mail.ru

Корес'ка Оксана Валеріївна – Senior lecturer «Management and taxation» tel.: (050) 300-13-93; e-mail: koretskay@mail.ru

Кулик Анна Миколаївна – старший викладач кафедри «Менеджменту і оподаткування» тел. (066) 029-84-32; e-mail: flier@gmail.ru

Kulik Anna MikolaYivna – Senior lecturer «Management and taxation» tel.: (066) 029-84-32; e-mail: flier@gmail.ru

Д.В. КОРОБКОВ

УПРАВЛІННЯ ОПТИМАЛЬНОЮ СТРУКТУРОЮ КАПІТАЛУ

У статті розглянуто основні концепції по управлінню оптимальною структурою капіталу. На практичних даних показано вплив сукупного ризику підприємства на рентабельність його активів із врахуванням галузевих чинників.

Ключові слова: структура капіталу, рентабельність, сукупний ризик.

Вступ. Знаходження оптимальної структури капіталу є однією з найважливіших завдань фінансового менеджменту. Підприємствам необхідно вирішувати проблему пошуку джерел фінансування, які будуть відповідати безлічі параметрів, таких як доступність, терміновість, ризик і прибутковість. Визначення оптимальної структури капіталу і найбільш ефективно його використання підвищує ефективність підприємства в цілому, що особливо важливо в нестабільних економічних умовах.

Так як вартість власного і позикового капіталу залежить від багатьох зовнішніх факторів, менеджмент компанії практично не може на неї вплинути. Набагато легше змінити структуру капіталу, змінюючи співвідношення власних і позикових коштів.

Проблемі оптимізації структури капіталу присвячено багато робіт, проте значна частина з них спирається на непридатні на практиці передумови і не враховує можливий вплив регіональних та галузевих чинників, що зумовлює необхідність подальшого вивчення даної проблеми. Таким чином, необхідно розробити практичні рекомендації щодо визначення оптимальної структури капіталу компанії з урахуванням її регіональних та галузевих особливостей.

Мета роботи. Об'єктом дослідження є структура капіталу підприємств металургійної та енергетичної галузей США.

Предметом дослідження є підходи і методи визначення оптимальної структури капіталу підприємств.

Метою дослідження є визначення впливу структури капіталу компанії на її прибутковість.

Оскільки основною метою фінансового менеджменту є збільшення вартості компанії, то під оптимальною структурою капіталу необхідно розуміти таке співвідношення власних і позикових коштів, яке максимізує ринкову вартість компанії. При цьому оптимальна структура капіталу повинна відображати оптимальне співвідношення ризику і прибутковості.

Аналіз основних досягнень і літератури. Визначення оптимальної структури капіталу присвячено багато робіт. Традиційний підхід передбачає пряму залежність середньої вартості капіталу від його структури протягом певного періоду розвитку фірми. Критерієм оптимальності є мінімізація ціни капіталу WACC. Оскільки кредитори піддаються меншим ризикам у порівнянні з

акціонерами, вони змушені задовольнятися більш низькою прибутковістю. Таким чином, підвищення частки позикового капіталу як більш дешевого джерела фінансування, повинно призводити до зниження його середньої вартості, і, відповідно, до зростання вартості фірми. Перевагою традиційної концепції структури капіталу є простота теоретичних припущень.

Концепція М. Модільяні і Ф. Міллера, в якій використовується ряд обмежень, доводить, що для ідеального економічного середовища вартість підприємства залежить лише від рентабельності активів і пов'язаних з нею ризиків, тому оптимальної структури капіталу не існує. Недоліком моделі є практична незастосовність припущень, що лежать в основі теорії. Тому концепція розглядається тільки для оцінки компанії на досконалих ринках [1].

Роберт Хамада об'єднав модель оцінки дохідності фінансових активів (CAPM) з моделлю Модільяні-Міллера з урахуванням податків. Відповідно до цієї моделі, залежність вартості власного капіталу від структури капіталу описується таким чином:

$$R_{\text{ек}} = R_f + \beta_L \times (R_m - R_f); \quad (1)$$

$$\beta_L = \beta_U \times \left(1 + \frac{D_{\text{ек}}}{E_{\text{ек}}}\right) \times (1 - \tau_c); \quad (2)$$

де R_f – прибутковість безризикового активу;

R_m – очікувана ринкова прибутковість;

β_L – коефіцієнт бета з урахуванням структури капіталу;

β_U – коефіцієнт бета без урахування структури капіталу.

Основна ідея моделі полягає в тому, що наявність фінансового важеля збільшує систематичний ризик компанії, виражений в бета-коефіцієнті [2,3].

Компромісний підхід представлено у працях А. Крауса і Р. Літценберга, він виявляє собою баланс між прибутковістю і ризиком. З одного боку, занадто низька частка позикових коштів означає неповне використання ефекту податкового щита, що підвищує вартість капіталу. З іншого боку, при надто високій частці позикових коштів підвищується імовірність неплатоспроможності, і зростають ризики для інвестора. Перевагою моделі є те, що вона заснована на реальних умовах ведення бізнесу, і показує як

переваги, так і недоліки позикового фінансування [4,5].

Засновниками концепції агентських витрат є М. Дженсон і У. Меклінг. Агентські витрати виникають у тому випадку, коли власники капіталу передають права на прийняття і реалізацію управлінських рішень найманим менеджерам (агентам). Оптимальною вважається така структура капіталу, яка забезпечить баланс між вигодами і витратами використання позикових коштів. В якості вигоди розглядається вирішення конфліктів між менеджерами та акціонерами, а в якості витрат – посилення конфліктів між акціонерами і кредиторами[6].

Концепція асиметричності інформації представлена ієрархічними та сигнальними моделями. Теорія ієрархії Г. Дональдсона припускає, що асиметричність інформації породжує існування ієрархії вибору, внаслідок чого інвестиції фінансуються насамперед з внутрішніх джерел, потім за рахунок позик, та в останню чергу - за рахунок випуск власного капіталу[7].

Проаналізувавши підходи до визначення оптимальної структури капіталу, можна зробити висновок, що вплив структури капіталу на вартість компанії залежить від безлічі кількісних і якісних факторів зовнішнього та внутрішнього середовища організації. Кількісні методи пошуку оптимальної структури капіталу дозволяють зробити експрес-оцінку оптимальної структури, але ця оцінка буде неточною. У реальній ситуації структура капіталу формується під впливом безлічі факторів, багато з яких складно кількісно оцінити. Серед них - різна привабливість джерел фінансування для менеджменту, асиметрія інформації, стадія життєвого циклу, на якій знаходиться компанія, і т.д. Для підвищення точності рекомендацій необхідно доповнити кількісну оцінку якісним аналізом неврахованих аспектів.

Розглянемо методи кількісної оцінки оптимальної структури капіталу.

Одним з найбільш поширених є метод витрат на капітал, вартість капіталу розподіляють залежно від джерел його формування. У процесі оптимізації структури капіталу за цим критерієм опираються на можливість мінімізації середньозваженої вартості капіталу.

Метод операційного прибутку спрямований на визначення допустимого рівня боргу в структурі капіталу. Цей метод націлений на виявлення імовірності банкрутства компанії на основі аналізу мінливості її прибутку. Для кожного конкретного рівня фінансового важеля (D/E) аналізується імовірність банкрутства і порівнюється з деяким значенням, визначеним експертним шляхом. Таким чином, цільовим розміром боргу виступає той, при якому імовірність банкрутства дорівнює заданій величині. Недоліком методу є використання історичних значень прибутку, які можуть не збігатися з майбутніми даними. До того ж метод непридатний для компаній, модель бізнесу яких передбачає високу

мінливість прибутків. Метод зручний як експрес-оцінка структури капіталу і може використовуватися як частина комплексного підходу.

Метод ЕВІТ - EPS заснований на оптимізації структури капіталу шляхом виявлення такого співвідношення джерел фінансування діяльності компанії, яке дозволяє максимізувати показник чистого прибутку на акцію при мінімальному фінансовому ризику. Недоліком методу є те, що цільовим показником є прибуток на акцію, а не ринкова вартість компанії.

Метод оптимізації за співвідношенням операційного та фінансового важелів розглядає співвідношення таких показників, як виручка, операційний прибуток і витрати, та їх вплив на чистий прибуток. Перевагою методу є можливість врахувати вплив умов виробництва на прибуток і рентабельність при різних структурах капіталу[8].

Таким чином, короткий огляд існуючих методів дозволяє зробити наступний висновок - не існує єдиного підходу до визначення оптимальної структури капіталу підприємства, який не мав би недоліків та задовольняв би всім вимогам. Кожен з перерахованих вище методів має свої переваги і недоліки, а також межі використання, тому бажано використовувати їх одночасно. Оптимальна структура капіталу є такою тільки при певних зовнішніх і внутрішніх умовах, тобто це мінливий показник, що розглядається щодо конкретного підприємства.

Результати чисельного моделювання. Гіпотеза: на рентабельність активів компанії впливає сукупний ризик підприємства, що залежить від структури капіталу та собівартості продукції.

Для перевірки гіпотези буде використана фінансова звітність за 2010-2013 роки по 3 компаніям галузі «металургія» та 3 компаніям галузі «енергетика», що працюють на ринку Сполучених Штатів Америки дані отримані з відкритих джерел.

Методи дослідження, що використано у науковій роботі:

- загальнонаукові (аналіз, синтез, дедукція);
- теоретичні (гіпотетичний, математична обробка даних);
- емпіричні (вибірковий метод).

Загальнонаукові методи у роботі використовувалися при огляді існуючих підходів до визначення оптимальної структури капіталу підприємства. Метод аналізу – для вивчення існуючих підходів та їх переваг та недоліків, синтез – для розробки моделі, дедукція – для розробки висновків.

Теоретичні та емпіричні методи у роботі використовувалися для розробки та перевірки власної моделі. На основі гіпотез відбувається систематизація раніше накопичених знань і здійснюється пошук нових наукових результатів.

Методи математичної обробки даних використано для перевірки гіпотези та визначення сили зв'язку між сукупним ризиком підприємства та його рентабельністю. Вибірковий метод було використано для визначення підприємств, за даними яких проводилися розрахунки.

Для перевірки гіпотези було визначено сукупний ризик підприємства та визначена сила його кореляційного зв'язку з рентабельністю активів підприємства.

Сукупний ризик підприємства можна визначити як виробничо-фінансовий левеверидж, який оцінює сукупний вплив виробничого і фінансового левевериджу. Тут відбувається мультиплікація ризиків підприємства, тобто цей показник розраховується як мультиплікація фінансового та виробничого левевериджу.

Фінансовий левеверидж характеризує вплив структури капіталу на величину прибутку підприємства.

Виробничий левеверидж залежить від структури витрат виробництва і, зокрема, від співвідношення умовно-постійних та умовно-змінних витрат у структурі собівартості. Тому виробничий левеверидж характеризує взаємозв'язок структури собівартості, обсягу випуску і продажів і прибутку. Виробничий левеверидж показує зміна прибутку в залежності від зміни обсягів продажів.

Для того, щоб врахувати вплив галузевих факторів на сукупний ризик підприємства, модель для перевірки гіпотези була випробувана на підприємствах з 2 абсолютно різних галузей - металургії та енергетики.

Слід відзначити, що оцінку кореляційного зв'язку між сукупним ризиком підприємства та його рентабельністю слід робити для кожного підприємства окремо навіть у рамках однієї галузі, бо відмінності у моделі бізнесу та корпоративному управлінні надають значний вплив на фінансовий та операційний важіль.

Вихідні дані для моделі для галузі металургії представлено у табл. 1.

Таблиця 1 – Розрахунок сукупного ризику компаній металургійної галузі

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.
Операційний важіль:				
NucorCorporation	1,87	1,33	1,49	1,5
Allegheny Technologies Inc.	4,98	2,64	1,89	2,06
Steel Dynamics	1,85	1,59	1,84	1,86
Фінансовий важіль:				
NucorCorporation	1,96	1,89	1,79	1,92
Allegheny Technologies Inc.	2,08	2,11	2,35	2,41
Steel Dynamics	2,67	2,58	2,42	2,33
Сукупний ризик:				
NucorCorporation	3,65	2,51	2,68	2,89
Allegheny Technologies Inc.	10,36	5,58	4,44	4,97
Steel Dynamics	4,95	4,11	4,45	4,33

Згідно з нормами оцінки, сила кореляційного зв'язку визначається як:

- 0,7-1 – сильний зв'язок;
- 0,3-0,699 – середня сила зв'язку;
- 0-0,299 – слабкий зв'язок.

Результати оцінки кореляційного зв'язку між рентабельністю активів та сукупним ризиком підприємства представлено в табл. 2.

Таблиця 2 – Розрахунок кореляційного зв'язку для металургії

NucorCorporation		Allegheny Technologies Inc.		Steel Dynamics	
ROA, %	Сукупний ризик	ROA, %	Сукупний ризик	ROA, %	Сукупний ризик
0,96%	3,65	1,57%	5,58	2,52%	4,95
5,34%	2,51	3,54%	4,44	4,65%	4,11
3,57%	2,68	2,54%	4,97	2,81%	4,45
3,21%	2,89	0,73%	10,36	3,19%	4,33
Коефіцієнт кореляції		Коефіцієнт кореляції		Коефіцієнт кореляції	
-0,96		-0,85		-0,83	

Згідно табл. 2, спостерігається сильний зворотній зв'язок між рентабельністю активів та сукупним ризиком підприємств металургійної галузі Сполучених Штатів Америки. Це означає, що подальше збільшення долі позикових коштів у структурі капіталу даних компаній приведе до зменшення вартості цих підприємств.

Перевіримо, чи характерний такий кореляційний зв'язок лише для металургійної галузі. Для цього розрахуємо коефіцієнт кореляції також і для енергетичної галузі США і зробимо порівняння.

Вихідні дані для моделі для енергетики представлено у табл. 3.

Таблиця 3 – Розрахунок сукупного ризику компаній енергетичної галузі

Показник	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2013 р.
Операційний важіль:				
Chevron	2,41	1,96	2,07	2,78
ExxonMobile	2,69	2,34	2,35	2,62
OccidentalPetroleumCorporation	1,77	1,6	2,22	2,07
Фінансовий важіль:				
Chevron	1,76	1,73	1,71	1,7
ExxonMobile	2,06	2,14	2,01	1,99
OccidentalPetroleumCorporation	1,61	1,6	1,6	1,61
Сукупний ризик:				
Chevron	4,23	3,38	3,54	4,74
ExxonMobile	5,54	5,02	4,72	5,22
OccidentalPetroleumCorporation	2,86	2,55	3,56	3,33

Результати оцінки кореляційного зв'язку між рентабельністю активів та сукупним ризиком підприємства представлено в табл. 4.

Згідно табл. 4, для підприємств енергетичної галузі Сполучених Штатів Америки також спостерігається сильний зворотній зв'язок між рентабельністю активів та сукупним ризиком. Це означає, визначена залежність характерна як мінімум для двох галузей, і можна припустити, що вона існує і для всіх інших галузей. Також можна визначити, що сила кореляційного зв'язку між різними індустріями

відрізняється менше, ніж між підприємствами у межах однієї галузі. Тобто, вплив галузевих чинників на зв'язок між сукупним ризиком та прибутковістю підприємств є незначним.

Таблиця 4 – Розрахунок кореляційного зв'язку для енергетики

Chevron		ExxonMobile.		OccidentalPetroleum Corporation	
ROA,%	Сукупний ризик	ROA,%	Сукупний ризик	ROA,%	Сукупний ризик
10,30	4,23	10,07	5,54	8,64	2,86
12,84	3,38	12,40	5,02	11,28	2,55
11,24	3,54	13,45	4,72	7,16	3,56
8,44	4,74	9,39	5,22	8,50	3,33
Коефіцієнт кореляції		Коефіцієнт кореляції		Коефіцієнт кореляції	
-0,96		-0,85		-0,91	

Отже, гіпотеза підтверджується - сукупний ризик підприємств впливає на рентабельність активів компанії.

Висновки. Згідно до отриманих результатів, при управлінні структурою капіталу компанії необхідно звертати увагу на характер та силу кореляційного зв'язку між рентабельністю її активів та сукупним ризиком. Зворотній характер такого зв'язку може казати про надмірну величину позикових коштів у структурі капіталу підприємства.

За результатами дослідження було визначено вплив структури капіталу американських компанії на їх прибутковість та сукупний фінансовий ризик.

Значення коефіцієнту кореляції для металургійної галузі в залежності від підприємства мало значення від -0,83 до -0,96, що означає сильний зворотній зв'язок між ризиком та рентабельністю активів.

Значення коефіцієнту кореляції для енергетичної галузі в залежності від підприємства мало значення від -0,85 до -0,96, що означає сильний зворотній

кореляційний зв'язок між ризиком та рентабельністю активів існує і для цієї галузі.

Також було визначено, що вплив галузевих чинників на досліджуваний зв'язок є незначним.

Предметом подальших досліджень може служити розробка рекомендацій для управління структурою капіталу компаній різних галузей в залежності від визначеного сукупного ризику.

Список літератури: 1. Модильяни Ф. Сколько стоит фирма? Теория ММ / Ф. Модильяни, М. Миллер. – М.: Дело, 1999. – 272 с. 2. Огьер Тим. Настоящая стоимость капитала: практическое руководство по принятию финансовых решений / Тим Огьер, Джон Рагман, Люсинда Спайсер; пер. с англ.; поднауч. ред. О. Б. Ватченко. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2007. – 288 с. 3. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и техника оценки любых активов / Асват Дамодаран. - М.: Альпина Бизнес Букс, 2004. - 1342 с. 4. Гулюгина Т.И. Критический анализ методов оптимизации структуры капитала предприятия // Финансы, денежное обращение и кредит. 2012. № 2, Т. 87. С. 284–287. 5. Загайнова Ю.В. Финансовый леверидж как показатель оптимальности структуры капитала компании // Науч. зап. НГУЭУ, 2006. 6. Иваишковская И. В., Курприянов А. Структура капитала: резервы создания стоимости для собственников компании // Управление компанией. 2005. № 2. С. 1–5. 7. Рудык Н. Б. Структура капитала корпораций: теория и практика. М.: Дело, 2004. 8. Ушаева С.Н. К вопросу об оптимизации структуры капитала фирмы // Вестник Челябинского государственного университета. — 2012. — № 10 (264). — С. 102—107.

Bibliography (transliterated): 1. Modilyani F. Skolko stoit firma? Teoriya MM / F. Modilyani, M. Miller. – M.: Delo, 1999. – 272 p. 2. Ogier Tim. Nastoyaschaya stoimost kapitala: prakticheskoe rukovodstvo po prinyatiyu finansovyih resheniy / Tim Ogier, Dzhon Ragman, Lyusinda Spayser; per. s angl.; podnauch. red. O. B. Vatchenko. – Dnepropetrovsk: Balans Biznes Buks, 2007. – 288 p. 3. Damodaran A. Investitsionnaya otsenka. Instrumenty i tehnika otsenki lyubyyih aktivov / Asvat Damodaran. - M.: Alpina Biznes Buks, 2004. - 1342 p. 4. Gulyugina T.I. Kriticheskii analiz metodov optimizatsii struktury kapitala predpriyatiya // Finansyi, denezhnoe obraschenie i kredit. 2012. № 2, T. 87. P. 284–287. 5. Zagaynova Yu. V. Finansovyy leveridzh kak pokazatel optimalnosti struktury i kapitala kompanii // Nauch. zap. NGUEU, 2006. 6. Ivashkovskaya I.V., Kupriyanov A. Struktura kapitala: rezervy I sozdaniya stoimosti dlya sobstvennikov kompanii // Upravlenie kompaniy. # 2. P. 1–5. 7. Rudyk N. B. Struktura kapitala korporatsiy: teoriya I praktika. M.: Delo, 2004. 8. Ushaeva S.N. K voprosu ob optimizatsii struktury kapitala firmy // Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta.

Надійшла (received) 22.11.2015

Відомості про авторів / About the authors

Коробков Денис Вікторович – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів; тел.: (050) 638-36-36; e-mail: den_kor@rambler.ru.

Korobkov Denys Viktorovich – Candidate of Economical Sciences (Ph.D.), Docent, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Associate Professor at the Department of International management and finance; tel.: (050) 638-36-36; e-mail: den_kor@rambler.ru.

І. О. МЕЛЬНИКОВА, І. А. ЧЕКМАСОВА

ОСОБЛИВОСТІ ІНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ РИНКУ ТВЕРДОГО БІОПАЛИВА

Проаналізовано стан українського ринку твердого біопалива, оцінено перспективи розвитку виробництва та можливості збільшення об'єму експорту до країн ЄС. Розглянуто основні інструменти інтернет-маркетингу, які використовуються для просування біопалива в інтернеті. Проведено аналіз ефективності використання онлайн-ових B2B майданчиків, оцінено результати роботи емейл-маркетингу. Виявлено, що основними каналами залучення трафіку на корпоративний сайт є інтернет-платформи та емейл-розсилки, вони впливають на конверсію сайту та на процес лідогенерації.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, B2B онлайн-майданчики, емейл-маркетинг, ринок твердого біопалива, лідогенерація, канали залучення трафіку, конверсія сайту.

Ціновий сплеск на ринку традиційних енергоносіїв, виснаження джерел паливних ресурсів, погіршення стану навколишнього середовища стимулюють споживачів по всьому світу активніше переходити на альтернативні види енергоносіїв. В рамках цього процесу по всьому світу впроваджується використання твердого біопалива. У даному контексті, очевидний величезний потенціал для України, адже вона – агропромислова країна, що володіє величезним незадіяним ресурсом сировини для випуску паливних пелет та брикетів. Для успішної реалізації можливостей біопаливного бізнесу виробники також повинні подбати про онлайн-просування та розробити стратегію інтернет-маркетингу.

Метою статті є визначення особливостей інтернет-маркетингу для ринку твердого біопалива, а також оцінка ефективності основних інструментів онлайн-просування.

Для досягнення поставленої цілі необхідно проаналізувати статистичні дані щодо роботи інструментів інтернет-маркетингу, оцінити діяльності підприємства онлайн, враховуючи особливості специфіки галузі.

Ефективність основних інструментів онлайн-маркетингу розглядається в зарубіжній літературі авторами Д. М. Скоттом та Майклом Стелзнером. Попередньо автором статті вже було досліджено вплив використання онлайн-ових B2B платформ на процес лідогенерації. Проте сьогодні необхідно зосередити увагу на вивченні структури конверсії та лідогенерації корпоративного сайту за каналами трафіку, та виявити найбільш ефективні маркетингові інструменти для конкретної галузі.

Використовуючи метод аналізу та узагальнення проводиться оцінка даних біопаливної галузі, статистики корпоративного сайту компанії pellet.com.ua та галузевого інтернет-порталу derevo.ua.

У 2014 році попит на дерев'яні брикети та гранули на внутрішньому ринку України і в Європі залишався досить високим. Таке положення обумовлене швидким розвитком біоенергетики, при якому попит на біопаливо як і раніше перевищує пропозицію приблизно на 15%. Вільні щомісячні обсяги дерев'яних пелет та брикетів, та також кількість їх виробників в Україні зображено на рис. 1.

	Кількість виробників	Обсяги виробництва тон/міс.
2014	182	56 979 - 97 977
2015	191	79 926 - 124 738

Рис. 1 – Кількість виробників дерев'яного біопалива і обсяги виробництва

Згідно з рис. 1 сьогодні на території України працює 191 велике підприємство, що виробляє паливні гранули та брикети в обсягах від однієї тони на добу [1]. У 2015 році кількість виробників дерев'яного біопалива збільшилась на 9 нових підприємств. При цьому місячні обсяги виробництва пелет та брикетів на території України зросли майже на 20%, та сягають до 124000 тон/міс. У 2014 році обсяг виробництва становив 942200 тон, і очікується, що в 2015 році обсяг буде більше 1 млн. тон. В галузі твердого біопалива України 75% виробництва становлять пелети, і тільки 25% брикети. Розподіл виробництва за регіонами зображено на рис. 2.

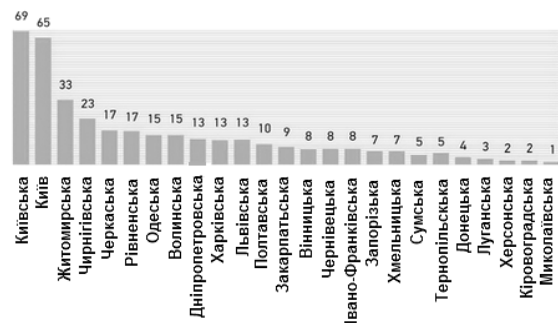


Рис. 2 – Кількість підприємств по областях України, 2014 р.

На рис. 2 видно, що лідерами з виробництва дерев'яних пелет та брикетів є області України, на території яких знаходяться соснові ліси. Так 69 підприємств зосереджено у Київській області, 33 у Житомирській, та 23 у Чернігівській. У Херсонській, Кіровоградській та Миколаївських областях виробництво твердого біопалива з деревини не розвинуто. Взагалі у лісопильній та деревооброблюючій галузі України існує проблема раціонального використання відходів та залишків сировини. Сьогодні тільки 12–15% підприємств, що працюють з деревиною, самостійно займаються переробкою відходів на гранули. В той же час

рентабельність виробництва твердого біопалива є достатньо високою, і зазвичай становить від 20% до 65%. Тому у майбутньому очікується, що зрозумівши проблеми та перспективи галузі, власники деревооброблюючих компаній створять багато нових пелетних підприємств.

Окрім цього перспективи розвитку твердої біопаливної галузі України пов'язані з великими можливостями експорту товару у країнах Європейського Союзу. Відповідно до Директиви ЄС "Про підтримку застосування енергії з відновлюваних джерел", ухваленій 23 квітня 2009 року, частка відновлюваних джерел енергії до 2020 року повинна становити 20% валового внутрішнього споживання енергії.

Найпопулярнішим з усіх видів альтернативного палива на сьогоднішній день є біопаливо з деревини. До його незаперечних переваг відносяться відносно невелика ціна, енергоефективність і вкрай низький рівень викидів шкідливих речовин при його спалюванні. Ці фактори призвели до того, що споживачами дерев'яних брикетів та гранул стали не тільки підприємства комунального господарства і станції, що виробляють теплову та електричну енергію, а й приватні домогосподарства. Така популярність деревного біопалива стала причиною того, що в останні роки попит значно перевищив обсяги внутрішнього виробництва і країни Євросоюзу змушені вдаватися до його імпорту. Основними постачальниками деревних брикетів в Євросоюз є Канада, США, Росія і Україна. Основними імпортерами вітчизняного біопалива зображені на рис. 3.

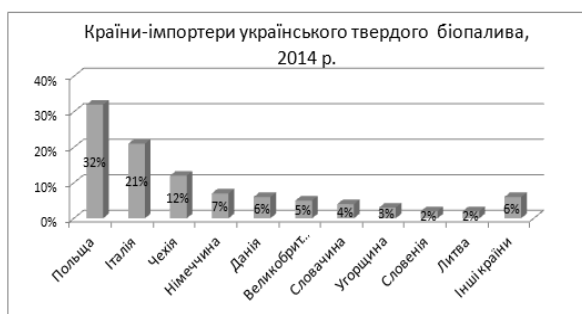


Рис. 3 – Країни-імпортери українського дерев'яного біопалива, 2014 р.

Згідно даних на рис. 3 основними країнами-імпортерами українського твердого біопалива є Польща та Італія, на них приходить половина всього вітчизняного експорту. Чехія імпортує 12% твердого біопалива, виробленого на Україні. У 2014 році Німеччина закупила лише 7% від загального об'єму, хоча у 2013 році на долю цієї країни приходилось майже 20%. Українські компанії щорічно розширюють ринки збуту пелет та брикетів, і починають співпрацю з новими країнами, так у 2014 році було розпочато імпорт товару до країн Прибалтики.

Сьогодні іноземні партнери самостійно відшуковують виробників в українському веб-просторі, що підтверджує важливість присутності компанії в

інтернеті на національному рівні, адже покупець прагне дізнатись якомога більше актуальної інформації про майбутнього контрагента з перших джерел.

Окрім цього, у системі B2B склалася така ситуація, що при пошуку конкретного товару в пошукових інтернет-системах, споживач бачить перші рядки видачі, які ведуть до онлайн-бізнес платформ, а не до конкретних сайтів [2]. При пошуковому запиті покупки обладнання чи запчастини 80% топ-50 перших посилань приведуть користувача на торговельний майданчик, а не на сайт компанії. Тому постає необхідність присутності компанії на таких бізнесових інтернет ресурсах.

Одним з ключових напрямків інтернет-маркетингової діяльності компанії-виробника біопалива є робота з торговельними B2B платформами, які грають важливу роль у залученні цільового трафіку на корпоративний сайт. Окрім цього просування через інтернет-майданчики грає основну роль у процесі лідогенерації [3].

Аналіз ефективності інтернет-маркетингу біопаливних підприємств виконується на прикладі харківської компанії «BioLux», яка є одним з найбільших виробників паливних гранул та брикетів у регіоні. Для того, щоб якомога більше потенційних клієнтів дізнались про підприємство, інформація про компанію та продукцію, розміщується більш ніж на 30 інтернет-платформах України та ближнього зарубіжжя. Детально було проаналізовано 20 таких майданчиків за їх відвідуваністю, популярністю серед цільової аудиторії, стандартним функціоналом та додатковими опціями. Кожен з B2B майданчиків впливав на лідогенерацію по-різному. Цей вплив можна оцінити за щомісячною кількістю лідів, що були отримані через конкретний майданчик. Лідями вважаються контактні данні, отримані через електронні заявки, запити на зворотні дзвінки, емейли та вхідні дзвінки. Їх кількість в залежності від конкретного майданчика коливається від 10 до 200 в місяць.

Як висновок, варто зазначити, що найбільш корисні у використанні ті платформи, які є найбільш відвідуваними та популярними у країні, і пропонують різноманітні спеціальні можливості для просування, такі як prom.ua чи pulsecen.ru. В той же час ресурси, що дозволяють лише розмістити оголошення, наприклад, як avito.ru, не дивлячись на величезну популярність, для біопаливної галузі B2B не є актуальними. Особливої уваги заслуговують майданчики галузевого спрямування, так як саме на них зосереджена увага потенційних клієнтів. Але, на жаль, такі платформи сьогодні ще працюють не дуже справно, та не дуже зручні у використанні. Одним з виключень, що пов'язане саме з твердою біопаливною галуззю, варто відмітити сайт derevo.ua. Цей ресурс є дуже зручним у використанні та є досить популярним. На зарубіжному ринку аналогічно уваги заслуговує agro-russia.com.

Щоб зрозуміти, як саме використання інтернет-майданчиків впливає на діяльність компанії необхідно

розглянути воронку продажів. Для проведення аналізу було обрано український сайт компанії pellet.in.ua та інтернет-портал derevo.ua. Оцінюються місячний статистичний звіт Google.Analytics з корпоративного сайту [4] та статистика з обраного інтернет майданчику за вересень 2015 року.

Використання інтернет-майданчиків дає змогу компанії збільшити трафік на власний сайт, а також знайти покупців, які оформлять заказ без відвідування корпоративного сайту. Воронка продажів для майданчика derevo.ua з залученням відвідувачів до сайту pellet.in.ua, та пряма лідогенерація зображені на рис. 4.

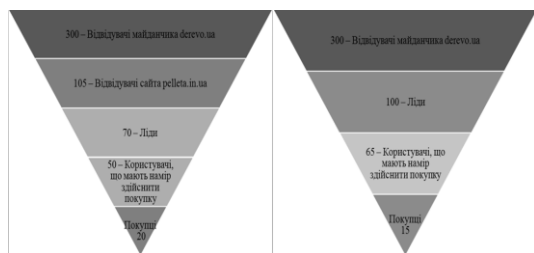


Рис. 4 – Воронки продажів майданчика derevo.ua

Як видно з рис. 4, derevo.ua приносить компанії «Біолюкс» велику кількість покупців. Більшість клієнтів, що оформлюють покупку, спочатку відвідують корпоративний сайт компанії, щоб отримати більше інформації про підприємство та продукцію. Приблизно третина відвідувачів B2B платформи одразу стають лідами, оформивши заявку онлайн, або залишивши запит на зворотній дзвінок. Не дивлячись на те, що кількість користувачів, які мають намір здійснити покупку на сайті pellet.in.ua менша, від кількості аналогічних користувачів на майданчику, в результаті непряма воронка продажів працює краще на 25%.

Звісно, просування через B2B платформи є надзвичайно важливим, проте в інтернет-маркетингу використовуються й інші канали залучення трафіку. E-mail розсилка є також дуже потужним інструментом онлайн-просування. Як відомо, на відміну від B2C сегменту, в B2B розсилки на e-mail в декілька разів ефективніша[5]. Компанія «BioLUX» багато уваги приділяє сповіщенню потенційних клієнтів щодо новинок продукції чи спеціальних пропозицій. Розсилка емейлів відбувається за допомогою інтернет ресурсу Unisender на безоплатному тарифному плані. Не дивлячись на обмеження безкоштовного тарифу, компанія використовує безліч корисних бізнес-можливостей. База емейлів для проведення рекламних кампаній зібрана с торговельних B2B платформ маркетингологами компанії. Всі емейли будуються в html форматі та містять не тільки інформацію про компанію та спеціальну пропозицію, а також малюнки з посиланнями на конкретний товар та сайт компанії.

Користувачів, які отримали емейл з пропозицією товару, в першу чергу цікавить цей продукт. Тому 70,59% відсотків користувачів переходять за посиланнями на сторінку з продукцією корпоративного сайту[6]. Проте майже третина

підписників розсилки (29,41%) цікавляться діяльністю компанії в цілому.

До найважливішої статистичної інформації відноситься процент відкриття листів та кількість переходів на сайт компанії. Враховується кількість унікальних користувачів та загальна. Ця інформація відображена на рис. 5.

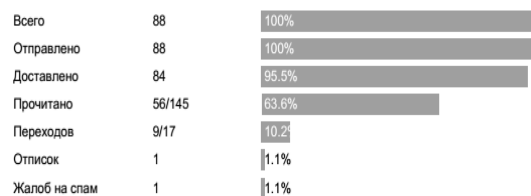


Рис. 5 – Детальна статистика емейл-розсилки

Згідно з рис. 5, користувачі відкривають 63,6% електронних листів, а 10 отримувачів із 100 переходять за посиланням на корпоративний сайт. Отже, ефективність емейл-розсилки у біопаливній галузі перевищує середньостатистичні для B2B показники в два рази.

Для того, щоб зрозуміти ефективність роботи кожного з інтернет-каналів залучення трафіку, варто проаналізувати структуру переходів на офіційний сайт компанії що відображена на рис. 6.



Рис. 6 – Канали залученого трафіку на сайт pellet.in.ua

Згідно з рис. 6 більше половини переходів на сайт, а саме 53,6%, було отримано з торговельних B2B-майданчиків, на яких присутня компанія «Біолюкс». Більше 30% трафіку забезпечують регулярні емейл розсилки, які містять інформацію про нові товари та акції від виробника. Завдяки SEO-оптимізації корпоративного сайту він добре ранжирується пошуковими системами Яндекс та Google. За запитом користувачів щодо покупки дробарок, матриць грануляторів та деяким іншим видам обладнання, сайт pellet.in.ua з'являється у топ-10 або топ-20 перших посилань. Тому через органічний пошуковий трафік компанія отримує 15,1% відвідувачів. І лише один відсоток потенційних клієнтів переходить на сайт за посиланнями, що розміщені на YouTube-каналі «Біолюксу» або у блогах.

Проте ефективність інтернет-маркетингової діяльності вимірюється не лише трафіком, більш важливим показником є конверсія сайту. Конверсія

сайту – це співвідношення користувачів, що виконали цільову дію, до загальної кількості отриманого трафіку. Для сайту pelleta.in.ua цільовою дією є оформлення заявки на покупку: вхідні дзвінки, емейли, повідомлення в системі онлайн підтримки сайту або у Skype. Завдяки статистичним даним Google.Analytics можна оцінити вплив різних каналів залучення трафіку на загальну конверсію сайту, яка сягає 6,56%. Структура конверсії інтернет-ресурсу pelleta.in.ua відображена на рис. 7.



Рис. 7 – Структура конверсії сайту pellet.in.ua за каналами трафіку, %

Згідно з рис. 7, трафік, отриманий з емейл-розсилки, має найбільшу конверсію 7,5%. Завдяки переходам з інтернет-майданчиків отримано 6,5% заявок на покупку товарів. Трафік з пошукових систем має гіршу конверсію, рівень якої не перевищує 3,3%. Перш за все це пов'язано з тим, що частина отриманого органічного трафіку на сайт не є цільовою аудиторією компанії. Відвідувачі ресурсу, що потрапили на сайт через прямі переходи, вже добре знайомі з компанією, тому конверсія з цього каналу сягає 5,2%.

Для українських виробників твердого біопалива, які планують розвивати власний бізнес та виходити на зарубіжні ринки, зокрема до країн ЄС, розробка стратегії інтернет-маркетингу є дуже важливим завданням. Оскільки закордонні покупці завжди шукають постачальників пелет та брикетів в інтернеті, то необхідно забезпечити присутність компанії в всесвітній мережі та залучити до роботи сучасні інтернет-маркетингові інструменти.

Таким чином, можна зробити висновки, що, основна особливість онлайн-маркетингу для ринку твердого біопалива – це всебічне використання B2B платформ, які водночас є і каналом залучення трафіку на корпоративний сайт, і основою воронки продажів, і рекламним майданчиком, і безкоштовною базою даних цільової аудиторії. Окрім цього, варто відмітити важливість використання email-маркетингу для біопаливних компаній. Емейл-розсилки демонструють високі результати відкриття листів (63%) та переходів за посиланнями (10%), які в два рази вищі за середньостатистичні для B2B. Оцінка ефективності основних інструментів онлайн-просування демонструє, що завдяки B2B майданчикам, корпоративний сайт отримує 53,6% відвідувачів, а завдяки електронним листам – 30,3%. Аналіз конверсії сайту за каналами залучення трафіку показав, що емейл-розсилки мають найвищий показник у 7,5%, а інтернет-майданчики – 6,5%. Ці два канали розповсюдження контенту лежать в основі процесу лідогенерації, забезпечують компанію постійним потоком нових клієнтів та працюють на покращення репутації.

Список літератури: 1. Інтернет-ресурс: Державна служба статистики України // www.ukrstat.gov.ua 2. Девід Мірман Скотт Нові правила маркетингу и PR / Девід Мірман Скотт // Коммунікація в інтернеті. –Х., 2014.– Розд. 1. – С. 17–84 3. Майкл Стелзнер Контент-маркетинг / Майкл Стелзнер // Нові методи залучення клієнтів в епоху інтернету. –Х., 2012.– Розд. 2. – С. 34–98. 4. Інтернет-ресурс: Статистичні данні корпоративного сайту «Біолокс» // www.google.com.ua/analytics 5. Інтернет-ресурс: Воловець О.М. Соціальний медіа маркетинг // convertmonster.ru, 18.09.2014. 6. Інтернет-ресурс: Сервіс e-mail та sms розсилки UniSender // www.unisender.com.

Bibliography (transliterated): 1. Internet-resurs: Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy // www.ukrstat.gov.ua 2. Devid Mirman Skott Novi pravyla marketynha y PR / Devid Mirman Skott // Kommunikatsiya v interneti. –Kh., 2014.– Rozd. 1. – P. 17–84 3. Maykl Stelzner Kontent-marketynh / Maykl Stelzner // Novi metody zaluchennya kliyentiv v epokhu internetu. –Kh., 2012.– Rozd. 2. – P. 34–98. 4. Internet-resurs: Statystychni danni korporatyvnoho saytu «Biolyuks» // www.google.com.ua/analytics 5. Internet-resurs: Volovets' O.M. Sotsial'nyy media marketynh // convertmonster.ru, 18.09.2014. 6. Internet-resurs: Servis e-mail ta sms rozsylok UniSender // www.unisender.com.

Надійшла (received) 13.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Мельникова Інна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент, e-mail: inmelnikova@gmail.com

Melnykova Inna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student, e-mail: inmelnikova@gmail.com

Чекмасова Ірина Анатоліївна – кандидат технічних наук, доцент кафедри Менеджменту ЗЕД та фінансів НТУ «ХПІ», Харків, Україна, e-mail: chekmasova@ukr.net

Chekmasova Irina Anatoliivna – Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor of FEA Management and Finance Department, Kharkiv, Ukraine; e-mail chekmasova@ukr.net

Т. Ю. НАЗАРОВА

МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРОЦЕСОМ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМ РЕЗУЛЬТАТОМ СУБ'ЄКТІВ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В РАМКАХ РЕАЛІЗАЦІЇ ОРГАНІЗАЦІЙНО – ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ФОРМУВАННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ПРИБУТКУ В УМОВАХ ЦИКЛІЧНОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ТА СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Дослідження присвячено методикі аналізу фінансового результату промислового підприємства шляхом врахування відмінностей між економічним та бухгалтерським значенням прибутку, методичні підходи до формування організаційної структури суб'єкта МСБ та методичні підходи до оцінювання економічної ефективності управлінських заходів, спрямованих на формування та використання прибутку.

Ключові слова: фінанси, фінансовий облік, малий та середній бізнес, підприємництво, формування, розподіл, прибуток, економічна додана вартість.

Вступ. Сучасний стан економіки України характеризується перманентними кризовими явищами в усіх сферах впродовж декількох років. На сучасному етапі розвитку і вдосконалення ринкових відносин відбуваються трансформаційні перетворення ринкового характеру, які припускають повне оновлення системи створення і розподілу прибутку. Це вимагає переосмислення питань про природу, економічний зміст, а також фактори формування і джерела виникнення прибутку. Складність формування і використання прибутку як економічної категорії товарного виробництва обумовлена наявністю багатьох факторів, пов'язаних з розвиненістю товарно-грошових відносин і форм власності, а також викликана тенденціями до уніфікації світового господарства.

У зв'язку з цим особливо актуальним є удосконалення методології аналізу фінансових результатів діяльності підприємства та організаційно - економічного механізму формування та розподілу прибутку, а також виявлення нових резервів і методів його підвищення. Еволюція поглядів на економічну природу прибутку розкрита в роботах відомих учених у галузі політичної економії, економіки промисловості, фінансів. Разом з цим динаміка економічних умов потребує систематичного розширення і поглиблення наукових основ формування та використання прибутку.

В економічній літературі питання прибутку, рентабельності і формування елементів економічного механізму підвищення ефективності функціонування підприємства широко розглянуті як в теоретичному, так і в практичному аспектах. Цим питанням присвячені роботи авторів, серед яких Измалков С. [1], І. А. Бланк [2], Клебанова Т. С. [3], Ковальчук С. С., Н.В. Колчина, Г.Б. Поляк [4], С.В. Большакова, В. Е. Леонтьєва, В. П. Коцацького, М.А. Лішанського, Кобелев Н. Б. [5].

Специфічні проблеми управління підприємствами малого бізнесу знайшли відображення у працях Воротіна Л.І., Герчикова І. Н. [6], Малік М. Й., Шпикуляк О. Г., Артемьев Н. В. [7].

Разом з тим, беручи до уваги численні наукові розробки, позитивний досвід роботи, накопичений у сфері малого бізнесу, окремі проблеми прикладного

характеру не дістали належного вирішення і, залишаючись недостатньо дослідженими, потребують подальшого розвитку як у науково-теоретичному, так і практичному аспектах, зокрема розробка механізму формування та розподілу прибутку, що дозволить малим підприємствам ефективно функціонувати в умовах конкурентного середовища.

Неглибоко досліджено підходи до становлення фінансового регулювання цих процесів в кризових умовах. Крім того, при всьому різноманітті теоретичних трактувань складної категорії «прибуток», дискусій, присвячених прибутку, в економічній літературі недостатньо розроблені загальні методологічні принципи системи формування і розподілу прибутку в умовах трансформаційних перетворень ринкового характеру.

Постановка завдання. Метою даної статті є комплексне дослідження та розробка і наукове обґрунтування методичних підходів і практичних рекомендацій з формування та розподілу прибутку на малих і середніх підприємствах галузі машинобудування.

Результати дослідження. Вдосконалено методику аналізу фінансового результату промислового підприємства шляхом врахування відмінностей між економічним та бухгалтерським значенням прибутку, методичні підходи до формування організаційної структури суб'єкта МСБ та методичні підходи до оцінювання економічної ефективності управлінських заходів, спрямованих на формування та використання прибутку.

Задача реалізації механізму полягає, в тому числі, у спостереженні за станом тих чи інших економічних показників і організації впливу на них в інтересах підтримання заданого стану та (або) переведення у новий, більш бажаний, стан. Сигналом для коригування управлінських рішень, спрямованих на підтримку визначеного рівня ефективної діяльності служить підвищення витрат і зниження результатів виробництва. За цими сигналами вивчаються причини погіршення ходу виробничого процесу і виявляються фактори, на які необхідно впливати.

В роботі запропонований алгоритм формування максимального прибутку діяльності підприємства, який базується на регулюванні обсягу виробництва та реалізації продукції і витрат підприємства (рис. 1).

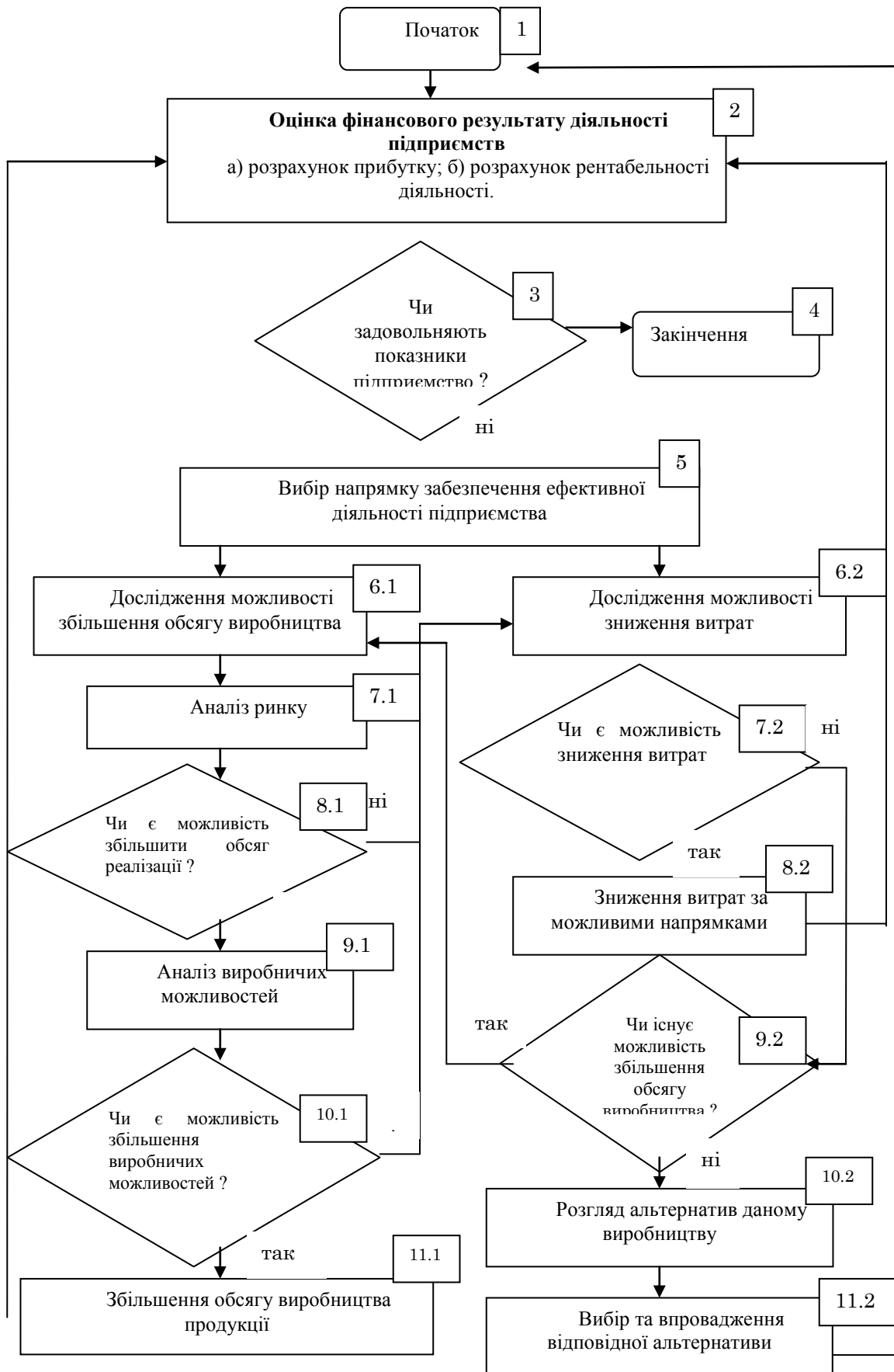


Рис. 1. Алгоритм вибору напрямків забезпечення формування максимально прибутку діяльності підприємств малого та середнього бізнесу галузі машинобудування

Характерною ознакою малих та середніх підприємств, котрі працюють а галузі машинобудування є диверсифікація діяльності. Окрім продукції, що належить суто до машинобудівної, переважна більшість суб'єктів малого та середнього бізнесу виробляє інші товари та послуги – суміжних та несуміжних галузей.

Проведений аналіз фінансових показників підприємств обґрунтовує висновок про загальну негативну тенденцію у вимірі основних фінансових коефіцієнтів. За деякими виключеннями, підприємства мають невідповідну поточним вимогам структуру активів, що не дозволяє раціонально використовувати засоби у процесі виробничої діяльності, а обсяги власного капіталу занадто великі для даних обсягів виробництва. Необхідно використовувати наявні засоби пошуку більш ефективних джерел доходу.

Отже, поєднуючи отримані результати із даними розподілу підприємств за етапами формування чистого прибутку, можна виявити усталену виробничу політику підприємства та виявити джерела зменшення витрат.

Задача реалізації механізму ефективної операційної діяльності полягає, в тому числі, у спостереженні за станом тих чи інших економічних показників і організації впливу на них в інтересах підтримання заданого стану та (або) переведення у новий, більш бажаний, стан. Сигналом для коригування управлінських рішень, спрямованих на підтримку визначеного рівня ефективної діяльності служить підвищення витрат і зниження результатів виробництва. За цими сигналами вивчаються причини погіршення ходу виробничого процесу і виявляються фактори, на які необхідно впливати. В інших випадках вплив на фактори управління здійснюється в інтересах досягнення нових встановлених цілей управління і значень критеріїв, що відповідають цим цілям.

На рис. 1 автором запропонована схема вибору напрямку формування максимального прибутку діяльності підприємства, яка базується на регулюванні обсягу виробництва та реалізації продукції і витрат підприємства, коли критерієм ефективної діяльності виступають маржинальний дохід та рентабельність виробництва підприємства.

Як видно з рис. 1 початковим етапом в забезпеченні максимального прибутку є визначення оптимальної величини обсягу виробництва продукції та витрат на виробництво за сигналами, які забезпечують показники маржинального доходу та рентабельності діяльності, при цьому враховуються виробничі можливості підприємства та вимоги ринку щодо продукції підприємства.

У кожний конкретний момент часу для підприємства найбільш доцільним і можливим може бути або один з цих напрямків, або їх поєднання, що визначається на основі аналізу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища, що впливають на діяльність підприємства.

Застосування запропонованого алгоритму має здійснюватися при обґрунтуванні управлінських рішень з максимізації прибутку, рівень якого

визначається за фінансовою звітністю. Фінансова звітність, складена за даними бухгалтерського обліку надає інформацію про розмір прибутку від операційної діяльності, прибутку від звичайної діяльності, чистого прибутку.

В той же час суттєве практичне значення для суб'єктів МСБ має розвиток і наукове обґрунтування методів вартісно-орієнтованого управління. Центром інформаційно-аналітичної основи вартісно-орієнтованого управління є показник «економічна додана вартість», який є різновидом залишкового прибутку, в якому за допомогою коригувань статей бухгалтерської звітності бухгалтерський прибуток і капітал перетворюються в економічний прибуток і капітал.

Економічна додана вартість (EVA) може бути визначена за формулою:

$$EVA = NOPAT - WACC \cdot IC, \quad (1)$$

де NOPAT – прибуток від операційної діяльності за вирахуванням податку на прибуток;

IC – сума інвестованого капіталу;

WACC – середньозважена вартість капіталу.

Адаптуючи отримані висновки до чинних стандартів бухгалтерського обліку в Україні, можливо запропонувати наступну обліково-аналітичну базу для реалізації вартісно-орієнтованого управління на підприємствах суб'єктах МСБ (табл. 1).

Отже, річна фінансова звітність, складена відповідно до діючих П(с)БО може бути використана при прийнятті рішень в рамках вартісно-орієнтованого підходу управління. Поряд з тим, необхідно зауважити, що така інформаційна модель економічної доданої вартості є ретроспективною, оскільки ґрунтується на реактивізмі бухгалтерського обліку. Ідея економічної доданої вартості виходить з врахування для цілей управління альтернативного ринкового доходу інвесторів, тобто в рамках перспективної моделі економічної доданої вартості середньозважену вартість капіталу визначають на основі ринкових вартостей власного капіталу. Таким чином, середньозважена вартість капіталу змінюється у часі залежно від структури капіталу, ринкової відсоткової ставки, залучення нових джерел фінансування, фінансової стійкості компанії.

Традиційна методика бухгалтерського обліку, прийнята в Україні, не формує інформації щодо ринкової вартості активів та ринкової ставки залучення інвестиційних ресурсів. Отже, формування відповідної інформаційно-аналітичної бази для практичної реалізації вартісно-орієнтованого підходу управління на основі перспективної моделі економічної доданої вартості повинно здійснюватися підсистемою управлінського обліку.

З цією метою організація управлінського обліку повинна забезпечувати визначення ринкової вартості підприємства та облікове відображення процесу її формування, ідентифікацію та облікову оцінку факторів впливу на середньозважену вартість

капіталу, генерування інформації та інформаційно-аналітичну підтримку управлінських рішень щодо економічної доданої вартості підприємства.

Таблиця 1 – Інформаційний потенціал фінансового обліку для оцінювання економічного прибутку підприємства (ретроспективна модель)

Показник		Складові розрахунку	Інформаційна база розрахунку
EVA	NOPAT	Прибуток від операційної діяльності	Звіт про фінансові результати (ф. № 2), рядок № 100 «Фінансовий результат від операційної діяльності (прибуток)»
		Податок на прибуток	Звіт про фінансові результати (ф. № 2), рядок № 180 «Податок на прибуток від звичайної діяльності»
	IC	Балансова вартість активів	Баланс (ф. № 1), рядок № 280 «Баланс»
		Безвідсоткові поточні зобов'язання	Баланс (ф. № 1), рядки № 530 – 610 «Кредиторська заборгованість за товари, роботи, послуги», «Поточні зобов'язання за розрахунками», «Інші поточні зобов'язання»
	WACC	Вартість залучення власного капіталу	Звіт про власний капітал (ф. № 4), рядок № 140 «Виплати власникам (дивіденди)»
		Власний капітал	Баланс (ф. № 1), рядок № 380 «Усього за розділом I «Власний капітал»
		Вартість залучення запозичених коштів	Примітки до річної фінансової звітності (ф. № 5), рядок № 540 «Проценти»
		Сума отриманих кредитів	Баланс (ф. № 1), рядки № 480, 500, 510 «Довгострокові зобов'язання», «Короткострокові кредити банків», «Поточна заборгованість за довгостроковими зобов'язаннями»

Використання ретроспективної (за даними фінансового обліку) та перспективної (за даними управлінського обліку) інформаційних моделей економічної доданої вартості не лише збагачує аналітичну базу підтримки управлінських рішень, а й

сприяє підвищенню ефективності управління прибутком суб'єктів МСБ.

При побудові організаційно-економічного механізму і виборі структури управління діяльністю підприємства необхідно визначитись з колом питань, які необхідні керівництву для прийняття відповідних рішень по забезпеченню ефективної діяльності підприємства. При вирішенні цієї проблеми, перш за все, слід підкреслити, що уся розбудова повинна бути спрямована на досягнення основних критеріїв ефективної діяльності підприємства, узагальнюючими показниками якої є досягнення максимального прибутку підприємства за умов максимальної рентабельності операційної діяльності, виходячи з того, що ефективна діяльність передбачає максимізацію ефекту та ефективності. Це, комплексні показники в цілому по підприємству, але окремі підрозділи організаційної структури організаційно-економічного механізму за функціональними призначеннями повинні бути спрямовані на досягнення конкретних показників діяльності, що характеризують ефективність їх роботи.

Застосування запропонованих в роботі підходів до управління дозволяє досягти та постійно утримувати високий рівень прибутку фінансово-господарської діяльності промислового підприємства-суб'єкта МСБ.

Висновки. В проведеному дослідженні здійснено теоретичне узагальнення та запропоновано новий підхід по формуванню і раціональному використанню прибутку потребує створення дієвого організаційно-економічного механізму. Організаційно-економічний механізм ефективної операційної діяльності підприємства – система, яка знаходиться під впливом внутрішніх і зовнішніх факторів і складається з сукупності послідовних дій та інструментів, що дозволяють моделювати варіанти прийняття рішень, розробляти засоби їх аналізу для досягнення встановлених цілей з найменшими витратами і узгодження суспільних, групових та особистих інтересів.

Основною умовою та найголовнішим фактором для впровадження організаційно-економічного механізму ефективної діяльності підприємства є створення та функціонування відповідної сучасної структури управління підприємством. Для забезпечення ефективного функціонування організаційно-економічного механізму формування та використання прибутку необхідно, щоб між структурними підрозділами було чітко розподілені обов'язки та відповідальність за вирішення питань і формування показників, від яких залежать результати діяльності підприємства.

Список літератури: 1. Измалков С. Теория экономических механизмов (Нобелевская премия по экономике 2007 г.) / С. Измалков, К. Сонин, М. Юдкевич // Вопросы экономики. – 2008. – № 1. – С. 4 – 27. 2. Бланк И.А. Управление прибылью / И.А. Бланк. – К.: «Ника-Центр» «Эльга», 1998. – 543 с. 3. Клебанова Т. С. Методы прогнозирования : учеб. пособ. / Т. С. Клебанова, В. В. Иванов, Н. А. Раевнева. – Харьков : Изд. ХГЭУ, 2002. – 372 с. 4. Ковальчук С.С. Про гносеологічну природу економічних інтересів / С. С. Ковальчук // Вісник Київського Національного

Університету ім. Т. Шевченка. Економіка. – К.: КНУ, 2003. Вип. 64. – С. 120 – 125. **5. Кобелев Н. Б.** Основы имитационного моделирования сложных экономических систем / Н. Б. Кобелев. – М.: Дело, 2003. – 335 с. **6. Греченко Ю. А.** До питання про визначення показників прибутку (на прикладі сільськогосподарських підприємств) / Ю. А. Греченко // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка АПК і природокористування». – 2009. – № 10. – С. 212-220. **7. Артемьев Н. В.** Экономическая безопасность малого предпринимательства: монография / Н. В. Артемьев, Ю. Г. Наумов, А. П. Опальский. – М.: Акад. экономической безопасности МВД России, 2005. – 175 с. **8. Плюта В.** Сравнительный многомерный анализ в эконометрическом моделировании / В. Плюта. – М.: Статистика, 1989. – 174 с.

Bibliography (transliterated): **1. Izmailov S.** Teoriya ehkonomicheskikh mekhanizmov (Nobelevskaya premiya po ehkonomike 2007 y.) / S. Izmailov, K. Sonin, M. YUdkevich // Voprosy ehkonomiki. – 2008. - № 1. – P. 4–27. **2. Blank I. A.** Upravlenie pribyl'yu / I.A. Blank. – К.: «Nika-Centr» «ЕНІ'га», 1998. – 543 p. **3. Klebanova T. S.** Metody prognozirovaniya : ucheb. posob. / T. S. Klebanova, V. V. Ivanov,

N. A. Raevneva. – Har'kov: Izd. HGEHU, 2002. – 372 p. **4. Koval'chuk S. S.** Pro gnoseologichnu prirodu ekonomichnih interesiv / S. S. Koval'chuk // Visnik Kiivs'kogo Nacional'nogo Universitetu im. T. Shevchenka. Ekonomika. – К.: КНУ, 2003. Вип. 64. – P. 120–125. **5. Kobelev N. B.** Osnovy imitacionnogo modelirovaniya slozhnyh ehkonomicheskikh sistem / N. B. Kobelev. – М.: Delo, 2003. – 335 p. **6. Grechenko Yu. A.** Do pitannya pro viznachennya pokaznikov pributku (na prikladi sil'skogospodars'kih pidpriemstv) / YU. A. Grechenko // Visnik HNAU. Seriya «Ekonomika APK i prirodo koristuvannya». – 2009. – № 10. – P. 212-220. **7. Artem'ev N. V.** Ekonomicheskaya bezopasnost' malogo predprinimatel'stva: monografiya / N. V. Artem'ev, YU. G. Naumov, A. P. Opal'skij. – М.: Akad. ehkonomicheskoy bezopasnosti MVD Rossii, 2005. – 175 p. **8. Plyuta V.** Sravnitel'nyj mnogomernyj analiz v ehkonometricheskom modelirovanii / V. Plyuta. – М.: Statistika, 1989. – 174 p.

Надійшло (received) 28.09.2015

Відомості про авторів / About the authors

Назарова Тетяна Юрївна – аспірант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», e-mail: taniya2009@list.ru

Nazarova Tetiana Yuriivna – graduate, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"; e-mail: taniya2009@list.ru

К.С. ОЛІНІЧЕНКО

МЕТОДИКА ЕКСПРЕС-ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ТОВАРНИМИ ЗАПАСАМИ ПІДПРИЄМСТВА РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

У статті обґрунтовано необхідність проведення експрес-оцінювання ефективності управління товарними запасами в підприємствах роздрібною торгівлю. Запропонована методика дозволяє визначити відсутність або наявність ефективного управління товарними запасами на підприємстві роздрібною торгівлю за трьома основними взаємопов'язаними симптомами.

Ключові слова: оцінка, ефективність, управління, товарні запаси, підприємство роздрібною торгівлю.

Вступ. Досягнення економічних і соціально значущих результатів неможливе без ефективної системи управління роздрібним торговельним підприємством, яка дозволяє більш раціонально використовувати обмежені ресурси, забезпечує підвищення якості прийнятих управлінських рішень (у тому числі з управління товарними запасами), а також створює передумови для формування реальних конкурентних переваг вітчизняних торговельних підприємств на різних споживчих ринках. Як і будь-який процес управління, управління товарними запасами обов'язково включає в себе етапи оцінки, планування (вибору) і реалізації прийнятого управлінського рішення. З урахуванням цієї послідовності оцінка ефективності управління товарними запасами передуює процесу прийняття певних управлінських рішень і зводиться до їх обґрунтування на базі наявної інформації.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Питанням ефективності управління запасами організацій присвячено праці багатьох закордонних та вітчизняних науковців: Букана Дж., Добронравіна Є.Р., Іваненка О.В., Ісупової О.В., Ліндере М.Р., Рижикова Ю.І., Стерлігової А.Н., Фірона Х.Е., Фоменко А.О., Шрайбфедера Д. та ін.; проблематику управління товарними запасами розглядали такі вчені, як: Бланк І.О., Богацька Н.М., Власова Н.О., Воскобоева О.В., Круглова О.А., Міценко Н.Г., Ничіпор Д.Н., Тухканен Т.Н., Хоменко Н.В. та ін. Сучасні особливості діяльності вітчизняних підприємств викликають необхідність удосконалення теоретико-методичних підходів до управління товарними запасами, у тому числі формування адекватної моделі оцінки ефективності управління товарними запасами підприємств роздрібною торгівлю.

Метою статті є обґрунтування науково-методичного підходу до експрес-оцінки ефективності управління товарними запасами підприємств роздрібною торгівлю.

Результати дослідження. Методика будь-якого економічного дослідження являє собою сукупність аналітичних способів і правил, які застосовуються для вивчення господарських процесів і економічних явищ, що певним чином підпорядковані досягненню мети дослідження. У процесі проведення дослідження можна виділити наступні важливі взаємопов'язані і взаємодоповнюючі елементи, які важливо враховувати з точки зору забезпечення комплексності

і об'єктивності дослідження: виділення об'єкта і предмета оцінки; встановлення критеріїв та шкали вимірювання; визначення інформаційного забезпечення; побудову процедури та системи; вибір засобів і методів; використання результатів.

Вважаємо, що мета оцінки ефективності управління товарними запасами підприємства роздрібною торгівлю може бути сформульована в такій спосіб – це підтримка оптимального розміру запасів, а також забезпечення їх фінансування, що забезпечує необхідну прибутковість діяльності [1]. Досягнення поставленої мети потребує уточнення можливих видів оцінки.

У спеціалізованій літературі економічний аналіз (оцінка) класифікується за низкою ознак [2 – 5], деякі з яких можна застосовувати під час класифікації видів оцінки ефективності управління товарними запасами. Виходячи з важливості для даного дослідження такої ознаки класифікації як ступінь деталізації процедури оцінки, подальша робота була проведена в даному напрямку. Відзначено, що ефективність управління товарними запасами може бути визначена за допомогою експрес-оцінки та поглибленої оцінки.

Під час проведення експрес-оцінювання ефективності управління товарними запасами підприємства роздрібною торгівлю потрібно дотримуватися наступних вимог:

- обґрунтувати вибір найбільш важливих показників-індикаторів, які відображали би значущі симптоми наявності або відсутності в підприємстві роздрібною торгівлю ефективного управління товарними запасами: (наявності проблем в управлінні підприємства);
- забезпечити можливість здійснювати розрахунок показників за даними поточного обліку і фінансової звітності підприємств;
- використовувати зіставлення даних за однаковий звітний період.

Дані для експрес-оцінювання повинні бути доступними, достовірними і порівняними, для чого потрібно використовувати показники стандартної фінансової звітності підприємства, що характеризують склад балансу, фінансові результати господарської діяльності. Отже, основним джерелом для експрес-оцінки ефективності управління товарними запасами підприємства є баланс, що характеризує стан майна і капіталу та звіт про фінансові результати.

Враховуючи, що ефективне управління

товарними запасами є одним із значущих інструментів оптимального збільшення прибутку, яке є безпосередньою причиною зниження витрат, пов'язаних з їх управлінням, унаслідок чого за тієї виручки від реалізації операційний прибуток (а також чистий прибуток) в абсолютному вираженні зростає. Для цього доцільно проводити порівняння динаміки показника чистого прибутку із динамікою середнього рівня товарних запасів та їх питомою вагою в сукупних та оборотних активах.

Щодо визначення виду прибутку, який слід прийняти в розрахунках, логічним є вплив ефективності управління товарними запасами на зростання операційного прибутку, оскільки товарні запаси як частина оборотних активів безпосередньо беруть участь в його отриманні. З іншого боку не слід заперечувати зв'язок між чистим прибутком, як кінцевим фінансовим результатом господарської діяльності підприємства, і величиною товарних запасів. Так, за Д. Шрайбфедером ефективність управління запасами дозволяє організації задовольняти або перевищувати очікування споживачів, створюючи такі запаси кожного товару, які максимізують чистий прибуток [6]. Вважаємо, що під час розрахунку показника доходу на капітал слід використати саме чистий прибуток підприємства.

Таким чином, можна виділити три основні взаємопов'язані симптоми, які свідчать про відсутність ефективного управління товарними запасами на підприємстві: 1) у випадку виявлення збитків (або низького розміру чистого прибутку) за період при значній величині товарних запасів та її зростанні в динаміці; 2) за ситуації, коли має місце зростання частки товарних запасів в сукупних активах одночасно з наявністю збитків (або незначного розміру чистого прибутку); 3) у разі, коли розмір частки товарних запасів в оборотних активах підприємства збільшується одночасно з наявністю збитків (або незначного розміру чистого прибутку).

Процес експрес-оцінювання ефективності управління товарними запасами підприємства роздрібною торгівлею пропонується проводити за низкою послідовних кроків, наведених у вигляді алгоритму на рис. 1.

Крок 1. Визначення наявності чистого прибутку (або збитку) підприємства та порівняння темпів зміни чистого прибутку та товарних запасів.

Визначення обсягу чистого прибутку (ЧП) та величини товарних запасів (ТЗ) підприємства роздрібною торгівлею проводиться з метою виявлення основних тенденцій їх динаміки за період дослідження. Далі відбувається порівняння динаміки обсягу чистого прибутку ($T_{\text{ЧП}}$) та величини товарних запасів ($T_{\text{ТЗ}}$) підприємства.

Управління товарними запасами вважається ефективним за умови отримання чистого прибутку та перевищення темпів його зростання над темпами росту запасів. В інших випадках, особливо за наявності збитків, управління товарними запасами визнається неефективним. Тобто підприємство має певні проблеми у даній сфері, які потребують поглибленого дослідження.

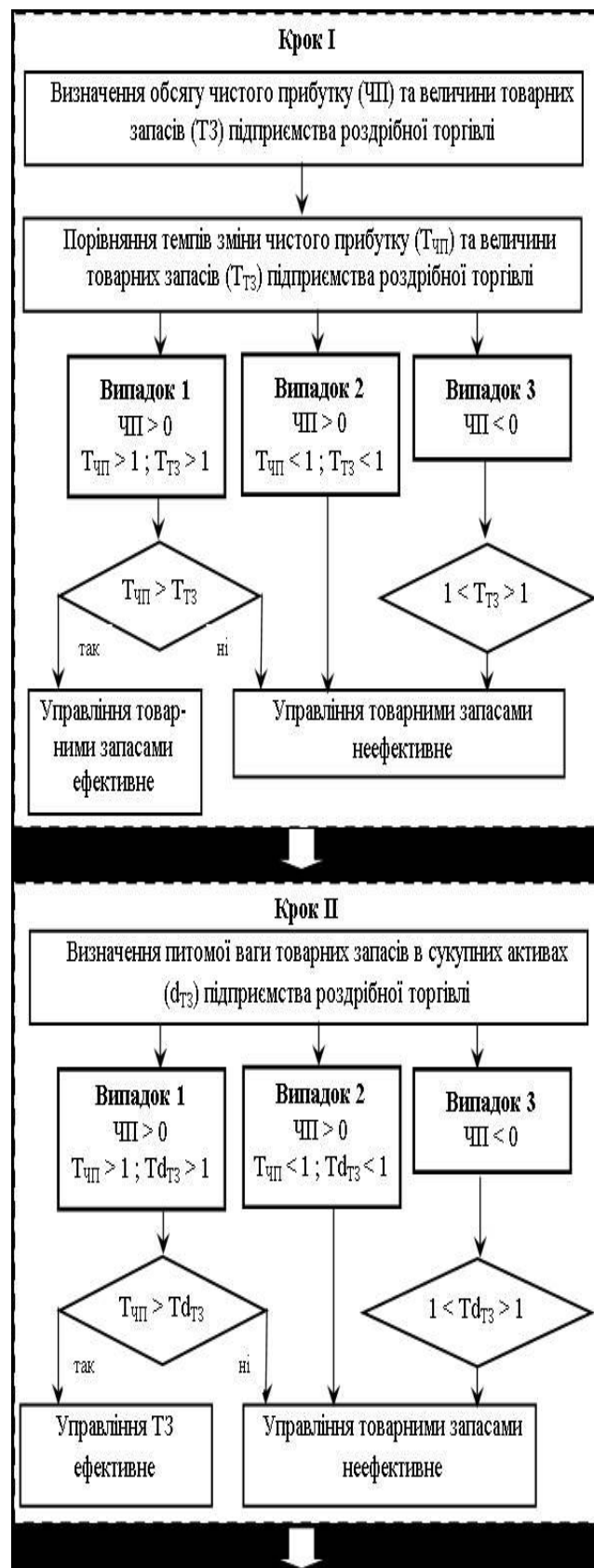
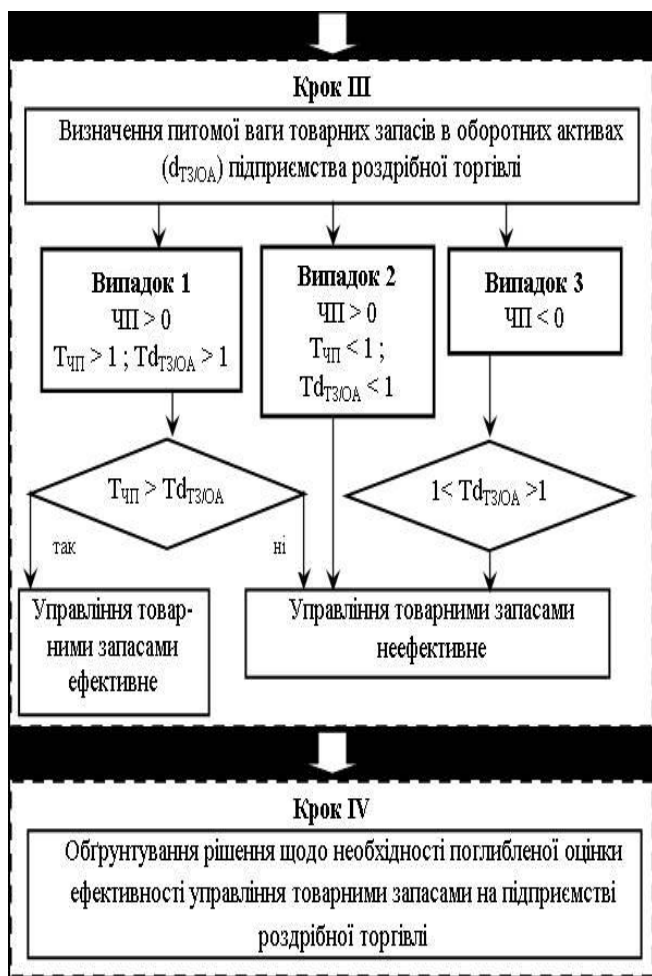


Рис. 1 – Методичний підхід до експрес-оцінки ефективності управління товарними запасами підприємства роздрібною торгівлею

Продовження рис. 1



Крок 2. Визначення частки товарних запасів в сукупних активах ($d_{ТЗ}$) підприємства роздрібної торгівлі та її динаміки за період дослідження із наступним порівнянням з динамікою чистого прибутку. Зростання частки запасів у сукупних активах за наявності збитків (низької величини чистого прибутку) є однією з причин неефективності або низької ефективності діяльності підприємства.

Крок 3. Визначення частки товарних запасів в

оборотних активах ($d_{ТЗ}$) підприємства роздрібної торгівлі та її динаміки за період дослідження із наступним порівнянням з динамікою чистого прибутку. Зростання частки запасів в оборотних активах за наявності збитків (низької величини чистого прибутку) є симптомом неефективності діяльності підприємства та, відповідно, свідчить про неефективне управління товарними запасами.

Крок 4. Залежно від отриманих результатів експрес-оцінки керівництво підприємства торгівлі приймає рішення щодо необхідності поглибленої діагностики ефективності управління товарними запасами.

Висновки. Наведені показники пов'язані один із одним, що дозволяє діагностувати стан управління товарними запасами на підприємстві у взаємозв'язку. Обґрунтований методичний підхід є доступним до використання на підприємствах роздрібної торгівлі та дозволяє провести адекватне експрес-оцінювання ефективності управління товарними запасами.

Список літератури: 1. Чугунов І.І. Кому и зачем необходимо эффективное управление запасами [Электронный ресурс] / И. И. Чугунов. – Режим доступа : <http://consulting-chii.com.ua/page/text/name=stocks> 2. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / Г. В. Савицкая ; 5-е изд., перераб. и доп. – М.: Инфра-М, 2009. – 536 с. 3. Экономический факторный анализ : монография / Блюмин С. Л., Суханов В. Ф., Чеботарев С. В. – Липецк : ЛЭГИ, 2004. – 148 с. 4. Ковалев В.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – М. : ТК Велби, 2004. – 424 с. 5. Лысенко Д.В. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Д. В. Лысенко. – М. : Инфра-М, 2008. – 320 с. 6. Шрайбфедер Д. Эффективное управление запасами / Дж. Шрайбфедер ; пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2008. – 304 с.

Bibliography (transliterated): 1. Chugunov I. I. Komu i zachem neobhodimo ehffektivnoe upravlenie zapasami [Elektronnyj resurs] / I. I. CHugunov. – Rezhim dostupa : <http://consulting-chii.com.ua/page/text/name=stocks> 2. Savickaya G. V. Analiz hozyajstvennoj deyatel'nosti predpriyatiya / G. V. Savickaya ; 5-e izd., pererab. i dop. – M.: Infra-M, 2009. – 536 p. 3. Ekonomicheskij faktornyj analiz : monografiya / Blyumin S. L., Suhanov V. F., SHebotarev S. V. – Lipeck : LEHGI, 2004. – 148 p. 4. Kovalev V. V. Analiz hozyajstvennoj deyatel'nosti predpriyatiya / V. V. Kovalev, O. N. Volkova. – M. : TK Velbi, 2004. – 424 p. 5. Lysenko D. V. Kompleksnyj ehkonomicheskij analiz hozyajstvennoj deyatel'nosti / D. V. Lysenko. – M. : Infra-M, 2008. – 320 p. 6. Shrajbfeder D. Effektivnoe upravlenie zapasami / Dzh. SHrajbfeder ; per. s angl. – M. : Al'pina Biznes Buks, 2008. – 304 p.

Надійшла (received) 15.10.2015

Відомості про авторів / About the authors

Олініченко Катерина Сергіївна – старший викладач кафедри маркетингу та комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі, м. Харків; тел.: (067) 365-23-80, e-mail: olinichenko-k@yandex.ru

Olinichenko Kateryna – Senior lecturer department of Marketing and commercial activities, Kharkiv, tel.: (067) 365-23-80, e-mail: olinichenko-k@yandex.ru

Ю. В. ПЧЕЛЬНИКОВА, Л. П. СКОТНИКОВА

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ МЕТАЛУРГІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Вивчено критерії економічної ефективності виробництва, проаналізовано стан металургійних виробництв на внутрішньому та зовнішньому ринках, розглянуто основні проблеми функціонування металургійної галузі України та наведено причини їх виникнення, проведено аналіз ефективності діяльності металургійних підприємств та факторний аналіз прибутку. Виявлено, що основними шляхами покращення ефективності діяльності виробництв є орієнтація продажів на внутрішній ринок, організація використання оборотних активів та модернізація обладнання.

Ключові слова: ефективність діяльності виробництва, шляхи підвищення ефективності, металургійна галузь, фінансовий аналіз, факторний аналіз, оборотність активів, модернізація обладнання.

Вступ. Вирішення проблем розвитку металургійної галузі – запорука підвищення ефективності діяльності металургійних підприємств та економіки України.

Метою статті є вивчення критеріїв економічної ефективності виробництва, виявлення факторів та визначення шляхів підвищення ефективності виробництв металургійної галузі.

Для досягнення поставленої цілі управління ефективністю діяльності підприємства слід розглядати комплексно, використовувати системний підхід, враховувати особливості специфіки галузі.

Управління підвищенням ефективності діяльності підприємства – це цілеспрямований вплив на сукупність дій, яке виконує підприємство, для покращення результатів зіставлення господарської діяльності з витраченими ресурсами. Отже, це комплексне поняття, яке визначається результативністю управління маркетинговою, виробничою, кадровою, фінансовою та інноваційною діяльностями, що сприяє зростанню всіх показників ефективності підприємства, обсягу доходів та показників прибутковості, а також рівня конкурентоспроможності підприємства.

Серед основних шляхів підвищення ефективності діяльності підприємства виділяються такі напрямки як – організаційний, технологічний та ресурсний.

Металургійний комплекс України (МКУ) – це поєднання виробництва з добутку, збагаченню металургійної сировини, виробництву різних металів, сплавів та іншої первинної металопродукції. Комплекс має у складі чорну та кольорову металургію. Металургія є потужною базовою галуззю індустріального виробництва України. Обсяг, якість та асортимент продукції кольорової металургії впливає на технічний прогрес в електротехніці, автомобілебудуванні, авіаційній, ракетній, атомній і космічній техніці. Чорні та кольорові метали займають провідне місце серед конструкційних матеріалів. Чорна металургія (зокрема, виробництво чавуна, доменних феросплавів, сталі, прокату, повторна переробка чорних металів та інше) впливає на розвиток всіх галузей господарства України, як самий головний споживач палива, електроенергії та води.

Металургійна галузь є одним з основних секторів економіки країни. У 2014 році обсяг реалізованої

промислової продукції України склав 1 195 592,4 млн грн., а обсяг реалізованої продукції металургійної галузі - 300 431,3 млн.грн, що складає 25,1 % від обсягу реалізованої продукції всієї промисловості країни. З нього за межі України реалізовано продукції на суму 323 085 млн.грн, що складає 27 % від загального об'єму реалізації. Обсяг реалізованої металургійної продукції за межі України складає 167 374,7 млн.грн і дорівнює 52 % від всієї експортованої продукції. [1]

Отже, металургійна промисловість займає четверту частку від усієї промисловості України і має великий вплив на стан економіки країни. Разом з цим обсяг експорту реалізованої продукції металургійної промисловості складає 50 % від загального об'єму експортованої продукції України, що свідчить про велику залежність стабільності економіки країни від металургійної промисловості.

Також варто зазначити, що індекс промислової продукції за січень-червень 2015 року відносно до січня-червня 2014 року всієї промисловості України дорівнює 78,6 %, а металургійної галузі – 74 %. А індекс промислової продукції за січень 2015 року до лютого 2015 року складає 109,6 %, в свою чергу для металургійної галузі – 106,2 % [1].

Таким чином у 2015 році погіршився стан промисловості України, а разом з ним і стан металургійної галузі. Але індекс промислової продукції за березень 2015 року до лютого 2015 свідчить про те, що промисловість поступово стабілізується.

Проблеми функціонування металургійної галузі вивчаються протягом більш ніж 20 років, але більшість з них так і не вирішена. Наразі МКУ має комплекс глобальних взаємопов'язаних проблем і особливостей. Основними з них є такі, як:

- погане технічне забезпечення, високий моральний і фізичний знос обладнання (більше 60 %), в прокатному виробництві – біля 90 %. Остання масштабна модернізація на основних металургійних виробництвах була ще у 86-89рр. Але за останні 20 років цей потенціал вичерпаний [2].

- високий рівень енерговитрат на виробництво металопродукції. Енерговитрати вітчизняної сталі на 20 % перевищують загальносвітовий рівень. Причина – це здебільшого використання мартенівської

технології виплавки сталі. На Заході віддавали перевагу технології конвертерного виробництва сталі. Використання застарілих неефективних технологій, внаслідок чого на машинах безперервного лиття заготовок в Україні розливається приблизно 48 % виплавки сталі, у той час як у світі – 92 %. [2] Наявність значного парку мартенівських печей забезпечує високу потребу металобрухту. Причина використання застарілої технології у тому, що у власників металургійних підприємств відсутня мотивація, оскільки реконструкція і модернізація потребує значних фінансових ресурсів.

- На металургійних підприємствах України замало уваги приділяється питанню використання сучасних теплоізоляційних матеріалів – вогнеупори з волокнистих матеріалів, які запобігають значним витратам тепла.

- низька якість й конкурентоспроможність виготовленої продукції;

- низький рівень внутрішнього споживання продукції;

- експортна орієнтація збуту продукції і, як наслідок, високий рівень залежності галузі від стану світової економіки;

- відсутність потрібного рівня управління комплексом;

- відсутність спланованої науково-технічної політики з боку держави;

- низький рівень оплати праці робітників та їхнього пенсійного забезпечення;

- екологічні проблеми металургійного комплексу пов'язані з тим, що технологічні процеси супроводжуються створенням відходів у вигляді газів і пилу, шлаків, стічних вод, які містять різні хімічні компоненти, скрапа, боя енергоупора, сміття та інших викидів. Основні джерела забруднення атмосфери – викиди металургійних підприємств, це коксохімічне, агломераційне, доменне, феросплавне, сталеплавильне виробництва.

Важливою причиною виникнення цих проблем є морально та фізично застаріле обладнання.

Причиною цього є те, що всі виробничі потужності були створені ще у Радянському Союзі і мало що з них було замінено протягом всіх цих часів. Можна сказати що відбулось це тому, що державними органами не приділялося уваги до цієї проблеми, а власники металургійних виробництв не зацікавлені у вирішенні цього питання, тому що заміна старого обладнання на нове потребує багато грошових ресурсів, а отримання ефекту від цих заходів розтягнеться на роки вперед.

Отже, для підвищення ефективності діяльності металургійного підприємства необхідно обрати технологічний напрямок.

Розрахунки експертів вказують на наявність надзвичайно високого потенціалу зниження собівартості і підвищення якості продукції за рахунок модернізації. Наприклад:

- При переході на машини безперервного лиття заготовок зниження споживання електроенергії складе 40-50 %;

- У сталеплавильному та прокатному виробництві потенціал скорочення споживання електроенергії - 50-80 %;

- Можливість скорочення споживання газу в доменному та сталеплавильному виробництві - на 70-90 % від нинішніх обсягів;

- Потенціал скорочення витрат сировини - на 10-30 %;

- На цій основі - можливість збільшення виручки від реалізації продукції - на 3-5 млрд. доларів щорічно. [3]

Головною задачею розвитку економіки є всебічне підвищення ефективності виробництва і заняття стійких позицій підприємствами на внутрішньому та міжнародному ринках. Для підтримання конкурентоспроможності підприємства потрібно мати оптимальні ціни та високу якість продукції.

В Україні основними металургійними підприємствами є: ПАТ «Металургійний комбінат Азовсталь», ПАТ «Алчевський Металургійний комбінат», ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», ПАТ «Дніпровський металургійний комбінат імені Держинського», ПАТ «Дніпроспецсталь», ПАТ «Запоріжсталь», ПАТ «Кременчуцький сталеливарний завод», ПАТ «Маріупольський Металургійний комбінат імені Ілліча».

Розглянемо та проаналізуємо проблеми металургійної галузі на прикладі ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», ПАТ «Маріупольський Металургійний Комбінат імені Ілліча» та ПАТ «Металургійний комбінат «Азовсталь»»

Обсяг реалізованої продукції металургійної галузі у 2014 році склав 300 431,3 млн.грн [8]. Обсяг реалізованої продукції на вище зазначених металургійних підприємствах складає 12,05%, 9,06% та 3,51% від обсягу реалізованої продукції всієї металургійної галузі України за 2014 рік. [4]

Результати фінансового аналізу трьох металургійних підприємств показали, що підприємства мають однакові проблеми, а саме - низький рівень ефективності використання активів. Про це свідчать від'ємні показники рентабельності та прибутку підприємств. Показники ліквідності ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг» знаходяться на високому рівні і свідчать про те, що підприємство з легкістю зможе погасити свої короткострокові зобов'язання у короткий термін. У свою чергу показники ліквідності ПАТ «ММК імені Ілліча» та ПАТ «Металургійний комбінат «Азовсталь»» знаходяться на нижчому рівні і свідчать про недостатній рівень ліквідності підприємств. Тому керівництву підприємств потрібно знайти способи більш ефективного використання своїх активів.

Результати факторних аналізів прибутку та виробничої діяльності на вище зазначених металургійних підприємствах свідчать про те, що прибуток металургійних підприємств залежить більшою мірою від рівня відпускних цін, собівартості продукції та змінення собівартості за рахунок структурних зрушень у складі продукції. Також можна відзначити значне підвищення собівартості

продукції та зменшення об'ємів виробленої та реалізованої продукції у 2014 році відносно до 2013. Тому керівництву підприємств необхідно знайти шляхи зменшення собівартості продукції та більш ефективного використання активів підприємства.

Головними слабкими сторонами підприємств є висока енергоємність виробництва, велика орієнтація підприємств на експорт та залежність від кон'юктури на світових ринках та валютних коливань. Також сильними загрозами для діяльності підприємств є підвищення цін на сировину та ресурси і посилення конкуренції з боку металургійних підприємств інших країн.

Розглянемо спочатку ефективність використання оборотних активів на підприємстві. Для більш ефективного використання товарно-матеріальних запасів потрібно слідкувати за виконанням планових термінів виробництва, злагодженій роботі всіх цехів виробництва, мінімізувати об'єм бракованої продукції та переробки. Також потрібно звернути увагу на оборотність дебіторської заборгованості та прийняти заходи задля зменшення періоду дебіторської заборгованості.

Так як Україна багата на ресурси, необхідні для металургійної галузі, то вона експортує великий об'єм продукції з низьким рівнем обробки. Проаналізувавши структуру експорту металургійної продукції, бачимо, що 77 % всього експорту складає так званий „низький переділ” – продукція з низьким рівнем обробки і доданої вартості. „Високий переділ” складає 23 %, але під цією категорією розуміється в основному фасонний прокат та товстолистовий прокат, який на сьогоднішній день майже не користується попитом на світових ринках. Саме продукція „низького переділу” є конкурентоспроможною на світовому ринку і користується попитом. Тому більшість керівників металургійних підприємств зробили ставку саме на цей вид продукції і не намагаються покращити умови для збільшення попиту на інші види металургійних товарів. Через це склалася ситуація експортоорієнтованості галузі, а, отже, і залежності її стану від економічної ситуації на світовому ринку.

Проблему залежності від кон'юктури світового ринку та високої орієнтованості підприємств на експорт можна вирішити шляхом підвищення співробітництва з вітчизняними підприємствами.

Також потрібно розглянути можливості реорганізації підприємств, що також може послужити причиною більш ефективного використання ресурсів підприємства.

У ситуації, яка склалася на вітчизняному ринку, це всі заходи, які металургійні підприємства можуть провести задля покращення ефективності діяльності власними силами.

Стратегічною метою керівництва підприємств є в першу чергу технічна реструктуризація. Це допоможе зменшити енергоємність виробництва та використання ресурсів на одиницю продукції підприємства, підвищити якість продукції, розширити асортимент та посилити конкурентоспроможність

вітчизняних металургійних підприємств на світовому та вітчизняному ринку.

Отже, вирішити цю проблему можливо за допомогою модернізації обладнання. Це призведе до зниження витрат ресурсів на виробництво і стане можливим збільшення виручки від реалізації продукції.

І така модернізація може здійснюватись на базі внутрішньої сировинної бази. Це розвиток кислородно-конвертерного процесу виплавки сталі. Основним технологічним напрямком виплавки сталі в електродугових печах є концепція «металургійного мінізаводу» зі стратегією мінімізації витрат на виробництво. Це можуть бути і сталеплавильні цехи в структурі діючих металургійних підприємств. Але необхідно враховувати і деякі можливі додаткові фактори (зростання ціни на енергоносії, дефіцит металобрухту, підвищені вимоги до якості, екологічність), які можуть впливати на ефективність впровадження такої концепції.

Але головною проблемою є нестача фінансування модернізаційних заходів. Державними органами приділяється багато уваги залученню інвестицій до металургійних підприємств.

Аналіз досвіду економічно розвинутих країн свідчить про те, що основною складовою інвестицій є самофінансування, яке складає близько 85-90 % від всіх інвестицій. Тому вітчизняні підприємства повинні також самостійно докладати зусилля до пошуку грошей на модернізацію. Це можливо здійснити за допомогою використання організаційного та ресурсного напрямку підвищення ефективності діяльності підприємства:

- вдосконалення амортизаційної політики в державі та ефективну її реалізацію на підприємстві;
- формування заходів спрямованих на поліпшення їх екстенсивного використання, обладнання і устаткування;
- формування соціальних факторів як методу управління основними засобами;
- застосування факторів матеріального стимулювання.

Під час погіршення умов зовнішніх та внутрішніх умов діяльності підприємства дуже важливу роль відіграє процес управління витратами. Крім того це сприяє оптимальному розподілу ресурсів при здійсненні операційної та інвестиційної діяльності підприємства. Будь-яка організація для досягнення своєї мети використовує разом з іншими трудові ресурси. Як і будь-який ресурс, вони мають власну вартість, тобто потребують витрат на їх утримання й ефективне використання. Вартість праці включає оплату виконаної роботи, премії та виплати у грошовій формі, витрати, зумовлені соціальною політикою підприємства, на професійне навчання, спрямовані на створення корпоративної культури підприємства, податки, як нарахування на заробітну плату працівників. Стимулювання працівників, як необхідна складова управління персоналом підприємства у ринкових умовах, обумовлює нагальність ідентифікації та уточнення витрат на

робочу силу, облік, контроль та аналіз витрат, спрямованих на формування мотивації персоналу. [10]

Хоч зменшення витрат на виробництво є дуже важливим питанням для покращення діяльності металургійних підприємств, але воно не дасть необхідного масштабного ефекту. Проаналізувавши розподіл витрат за статтями, бачимо, що 77 % усіх витрат складають матеріальні витрати [10]. Тому потрібно, в першу чергу, зменшувати матеріальні витрати, що можливо тільки при модернізації обладнання. У світовій практиці популярним є залучення коштів власників підприємства шляхом випуску акцій. На металургійних підприємствах України обмежене коло осіб, які є власниками акцій. До того ж можемо сказати про низький рівень зацікавленості у придбанні акцій через неотримання дивідендів власниками акцій. Тому потрібно також значну увагу приділяти дивідендній політиці підприємства, ретельно обирати стратегію дивідендної політики та методи нарахування дивідендів.

Тож для управління підвищенням ефективності діяльності підприємств металургійної галузі необхідно провести розрахунки усіх показників ефективності діяльності підприємств, визначити слабкі сторони в управлінні ефективністю використання ресурсів підприємства та вжити заходи для усунення слабких сторін. Внаслідок реалізації запропонованих заходів можливий розвиток металургійної галузі.

Список літератури: 1. Інтернет-ресурс: Державна служба статистики України // www.ukrstat.gov.ua 2. Слободнюк С. В. Проблемы развития металлургического комплекса. Інтернет ресурс:

<http://uas.su/conferences/2011/donntutrud/1/razdel1.php> 3. Інтернет ресурс: www.russian-metals-mining.com 4. Інтернет ресурс: Агенство з розвитку інфраструктури фондового ринку України // smida.gov.ua 5. Лосев О. І. Українська металургія у 2011 році / Сайт Мінфіна України www.minfin.gov.ua 6. Небава М. І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. Ч.2. Організація виробництва : навчальний посібник / Небава М. І., Адлер О. О., Лесько О. Й. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 131 с. 7. О.В. Андрійченко. Аналіз розвитку металургійної промисловості, 2011р 8.Смірнов О.О., Сафонов В. М., Дорохова Л. В., Цупрун О. Ю. Металургійні міні-заводи. Монографія. – ДонНТУ, 2012 9. Металургійний комплекс України 2012-2014 рр. Інтернет ресурс: // studopedia.ru/7_44338_mok.htm/ 10. Рябцева О.Є. Мотиваційний механізм як складова управління витратами металургійних підприємств. – Дніпропетровськ: ДВНЗ «Національний гірничий університет» Міністерства освіти і науки України, 2015.

Bibliography (transliterated): 1. Internet-resurs: Derzhavna sluzhba staty'sty'ky` Ukrayiny` // www.ukrstat.gov.ua 2. Slobodyanyuk S. V. Problemy razvy'ty'ya metallurgy`cheskogo kompleksa. Internet resurs: <http://uas.su/conferences/2011/donntutrud/1/razdel1.php> 3. Internet resurs: www.russian-metals-mining.com 4. Internet resurs: Agenstvo z rozvy'tku infrastruktury` fondovogo ry`nku Ukrayiny` // smida.gov.ua 5. Losyev O. I. Ukrayins`ka metalurgiya u 2011 roci / Sajt Minfina Ukrayiny` www.minfin.gov.ua 6. Nebava M. I. Ekonomika ta organizaciya vy`robny`choyi diyal`nosti pidpr'yemstva. Ch.2. Organizaciya vy`robny`cztva : navchal`ny`j posibny`k / Nebava M. I., Adler O. O., Les`ko O. J. – Vinny`cya : VNTU, 2011. – 131 s. 7. Andriychenko O.V. Analiz rozvy'tku metalurgijnoyi promy`slovosti, 2011r 8. Smirnov O. O., Safonov V. M., Dorokhova L. V., Cyprun O. Yu. Metallurgijni mini-zavody`. Monografiya. – DonNTU, 2012 9. Metallurgijny`j kompleks Ukrayiny` 2012-2014 r. Yinternet resurs: // studopedia.ru/7_44338_mok.htm/ 10. Ryabceva O.Ye. Motyvacijny`j mexanizm yak skladova upravlinnya vy`tratamy` metalurgijny`x pidpr'yemstv. – Dnipropetrovs`k: DVNZ «Nacional`ny`j girny`chy`j univ`ersy`tet» Ministerstva osvity` i nauky` Ukrayiny`, 2015.

Надійшла (received) 02.12.2015

Відомості про авторів / About the authors

Пчельнікова Юлія Володимирівна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка.

Pchelnikova Yuliia Volodymyrivna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student.

Скотнікова Любов Петрівна – кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».

Skotnikova Liubov Petrivna – Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute".

О. С. СИЧ

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РИНКУ ЖИТЛОВОГО БУДІВНИЦТВА В УКРАЇНІ

Розглянуто та проаналізовано основні тенденції розвитку ринку житлового будівництва в Україні, проведено дослідження статистичних даних щодо забезпеченості населення житлом та параметрів житлового будівництва. Виокремлено проблеми, з якими сьогодні стикається ринок житлового будівництва, та запропоновані шляхи їх розв'язання

Ключові слова: житлове будівництво, рівень забезпеченості житлом, інвестиції, іпотечне кредитування, інноваційний розвиток

Постановка проблеми. Будівництво є рушійною силою економіки будь-якої країни. Розвиток будівельної галузі сприяє виникненню необхідних умов для розв'язання великої кількості соціальних та економічних проблем. Так, соціальний ефект від розвитку житлового будівництва полягає, перш за все, у вирішенні житлової проблеми та підвищенні рівня зайнятості населення. В свою чергу, економічний ефект полягає у зростанні обсягів виробництва суміжних галузей (промисловості будівельних матеріалів, машинобудування, металургії, деревообробної і хімічної промисловості тощо).

На жаль, сьогодні досить складно говорити про будь-яку конкурентоспроможність будівельної галузі в нашій країні. Україна суттєво відстає від зарубіжних країн за обсягами та якістю житла, забезпеченістю ним населення через брак необхідних фінансових та організаційних перетворень.

Тому на сьогоднішній день велике значення має визначення шляхів розвитку національного ринку будівництва, особливо його житлового сектору.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку житлового будівництва в Україні присвячені праці І.А. Педько, О. Пшик-Ковальської, Р.Б. Тяна, А.Ю. Перетятко, Д.О. Фаріона, Ю.М. Воробйова, Ю.І. Соха, В.К. Данилко, О. Г. Янкового та інших.

Зокрема, І.А. Педько досліджує фактори впливу на розвиток ринку нерухомості. О. Пшик-Ковальська висвітлює соціальні проблеми розвитку житлового будівництва. Р.Б. Тяна та А.Ю. Перетятко розглядають особливості організації управління будівництвом в умовах кризи. Д.О. Фаріон, Ю.І. Соха та Ю.М. Воробйов розглядають фінансові механізми розвитку житлового будівництва. В.К. Данилко, О. Г. Янковий досліджують проблеми інноваційного розвитку будівельного ринку.

Незважаючи на велику кількість публікацій, присвячених житловому будівництву в Україні, питання, пов'язані із дослідженням чинників і тенденцій розвитку даного сектору, потребують періодичного перегляду та ґрунтовнішого аналізу.

Визначення мети дослідження. Метою даної статті є характеристика сучасного стану житлового будівництва в Україні, визначення чинників, що обмежують його розвиток, та шляхів подолання проблем розвитку даного сектору ринку будівництва.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні задоволення потреб людей в житлі є актуальною

економічною та соціальною проблемою. За даними Державної служби статистики України середній рівень забезпеченості житлом в країні дорівнює 23,7м² на одну людину. Такий рівень є найнижчим у Європі, де забезпеченість житлом коливається від 35 до 45 м² на одну особу [2].

Слід також зауважити, що велика кількість людей взагалі не мають свого житла. Майже 3,5 млн сімей і однаків проживають у комунальних квартирах чи гуртожитках або орендують житло у приватних осіб; більше 5 млн осіб проживають в аварійних будинках і в будинках передаварійного стану [3].

Про великий попит населення на житло свідчить наявність житлових черг. Проте необхідно зауважити, що квартирна черга становить менше половини загального попиту на житло. За статистикою в Україні у черзі на квартиру станом на 01.01.2015 стоїть 657203 сім'ї [1].

Однак, при наявності високого попиту на житло показники галузі продовжують погіршуватися: зменшуються обсяги інвестицій у будівництво і відповідно зменшуються обсяги виконаних робіт. Така ситуація обумовлюється дією трьох груп факторів:

- економічних, до яких відноситься кризовий стан економіки країни, недоступність кредитних ресурсів (скорочення іпотечних програм, підвищення ставок та посилення вимог до позичальників), падіння платоспроможного попиту на житло;

- структурних, що характеризуються нерівномірністю обсягів житлового будівництва за регіонами, районами, містами і селищами;

- правових, які полягають у суперечливості чинного законодавства, неврегульованості багатьох аспектів житлового будівництва, непрозорості фінансових схем у процесі будівництва житла [4].

Як відомо, індикатором попиту на будь-який товар є зміна ринкової ціни на цей товар. Тому для з'ясування реального платоспроможного попиту на ринок житлової нерухомості доцільним є аналіз динаміки цін на житло в Україні.

Аналіз індексів цін у сфері житлового будівництва (рисунок 1), свідчить про зменшення темпу росту цін на житло у гривні, починаючи з другої половини 2012 року, тобто ціни на житло продовжують зростати, однак, значно меншими темпами, ніж у 2011 році [1]. Водночас, згідно з рейтингом GlobalHousePriceIndex, опублікованим найбільшою британською консалтинговою компанією

в сфері нерухомості KnightFrank, в Україні спостерігається найбільше у світі падіння цін: у

2014 році ціни на житло у доларах США зменшилися на 25,9% за рік [5].

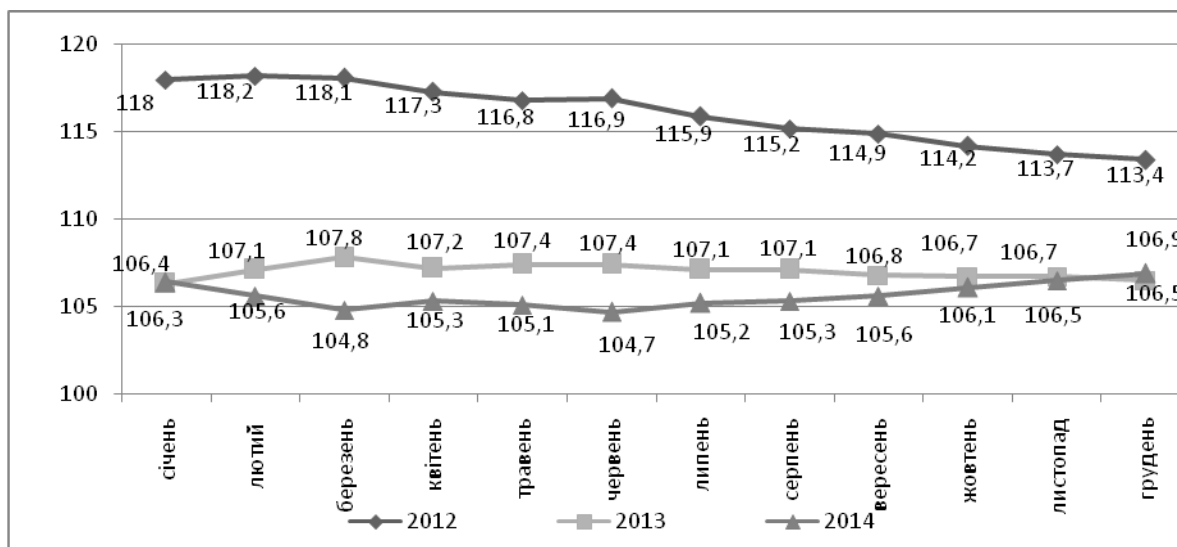


Рисунок 1-Індекси цін у сфері житлового будівництва (наростаючим підсумком у % до відповідного періоду попереднього року)[1]

Таким чином, житло подешевшало в доларовому еквіваленті, більше ніж на четверту частину, при цьому ціна за квадратний метр житла за останні три роки в національній валюті (гривні) динамічно зростала на рівні, не меншому від офіційного показника інфляції.

Зменшення цін вочевидь пов'язано з нестабільною політичною та економічною ситуацією в

країні, девальвацією національної валюти та зменшенням платоспроможного попиту населення.

Для того, щоб оцінити наскільки результативно є робота підприємств у сфері житлового будівництва використовуємо такі показники як: введення в експлуатацію загальної площі житла та кількість збудованих квартир. Динаміка цих показників наведена у таблиці 1.

Таблиця 1 – Введення в експлуатацію загальної площі житла та кількість збудованих квартир [1]

Показник	2010	2011	2012	2013	2014
Введення в експлуатацію загальної площі житла, тис.м ²	9339	9410	10750	11217	9741
у тому числі:					
у міських поселеннях	6304	6965	7539	7672	6645
у сільській місцевості	3035	2445	3211	3545	3096
Кількість збудованих квартир, тис.	77	83	91	102	105
у тому числі:					
у міських поселеннях	57	66	70	75	77

Як видно з таблиці 1, загальна кількість збудованих квартир починаючи з 2010 року постійно збільшується. При цьому площа введеного в експлуатацію житла за останній рік значно зменшилась. Так, у 2014 році було введено 9741 тис.м², що становить 86,8% від введеного в експлуатацію житла у попередньому році, що свідчить про зменшення площі збудованих квартир та кількості кімнат. Так, якщо в 2012-2013 році одно-, дво- і трикімнатні квартири вводилися в експлуатацію в приблизно рівних кількостях, то в 2014 році однокімнатні квартири складають практично половину всіх прийнятих в експлуатацію квартир – 51%. Двокімнатні складають 22%, трикімнатні – також 22% [5].

Слід зазначити, що обсяг зданого в експлуатацію житла значною мірою визначається обсягом

залучених у дану сферу інвестицій. На сьогоднішній день існує кілька можливих способів залучення ресурсів для фінансування будівництва і придбання житла. Форми та джерела інвестицій у житлове будівництво різні, але всі вони зводяться до трьох основних напрямків:

- фінансування за рахунок власних коштів будівельних компаній;
- фінансування по напрямках комерційного кредитування будівельних організацій;
- іпотечне кредитування приватних забудовників та покупців готового житла [6].

Щодо фінансування житлового будівництва державою, тут варто зазначити, що в Україні бюджетні кошти направляються в основному на реалізацію цільових програм, і зменшуються з кожним роком. Пільгові умови кредитування житлового

будівництва, передбачені державними програмами, не відповідають реальному рівню доходів цільових верств населення, зокрема в реєстр державних житлових програм можуть потрапити люди з рівнем доходу вище середнього [7]. Відтак, діючи на сьогодні державні житлові програми не можуть значним чином позитивно вплинути на становище в галузі.

Сучасні будівельні компанії України використовують здебільшого позикові фінансові ресурси, і дуже мало власних. Залежність будівельних компаній від позикових джерел фінансового забезпечення створює додаткові проблеми, вимагає постійного пошуку замовників-інвесторів, за рахунок авансів яких можливо забезпечити фінансування будівництва [8].

Таким чином, основна частина житлового будівництва має здійснюватися за кошти потенційних власників житла. Проте, низький рівень платоспроможності основної частини населення зумовлює пошук нових джерел фінансування будівництва житла.

Досвід зарубіжних країн свідчить про ефективність застосування іпотечного кредитування для забезпечення соціально-економічного зростання ринку житла. Однак, в Україні система іпотечного кредитування первинного ринку нерухомості практично відсутня. До головних проблем, що стримують розвиток систем іпотечного кредитування, можна віднести наступні [7]:

1) Масштаби довгострокового іпотечного житлового кредитування обмежені короткостроковою ресурсною базою банків.

2) Надмірна вартість кредитів, яка є наслідком високої ціни залучених ресурсів для банків та не повністю сформованого законодавчого поля в галузі іпотечного житлового кредитування. Це зумовлює високі ризики іпотечного кредитування, які закладаються банками у процентні ставки за кредитами;

3) Складність оцінки платоспроможності позичальника, тому що значна частка в доходах населення – неофіційні доходи;

4) Політична та економічна нестабільність в країні, що підвищує ризики іпотечного кредитування.

Таким чином, спостерігається тенденція до скорочення іпотечних програм, підвищення ставок кредитування та посилення вимог до позичальників.

Крім бар'єрів, пов'язаних з фінансовим забезпеченням будівництва, розвиток ринку житлового будівництва стримує значне податкове навантаження та наявність адміністративних бар'єрів у будівництві, зокрема, при отриманні документації щодо дозволу на будівництво.

Проблеми, що виникають на рівні підприємств, пов'язані передусім зі складністю управління фінансовими ресурсами, організацією виробництва та праці на будівельних підприємствах. На ритмічність та рівномірність ведення будівельної діяльності впливають також природні фактори. Від них деякою мірою може залежати виконання ремонтно-будівельних робіт у встановлені терміни. Серед

основних причин зривів строків будівництва – неефективний менеджмент забудовників, недостатній виробничий потенціал, зниження керованості структурою учасників будівельного процесу, наприклад, при спорудженні об'єктів та виконанні ремонтно-будівельних робіт кількома субпідрядними підприємствами різної підпорядкованості [9].

Значний знос виробничих фондів будівельних підприємств, в першу чергу машин та обладнання, використання застарілих, енерговитратних технологій з виробництва будівельних матеріалів, виробів і конструкцій впливає на зростання собівартості будівельної продукції і, як наслідок, призводить до збільшення вартості житла і скорочення платоспроможного попиту на нього [6].

Ще однією з найважливіших проблем є недостатня кількість кваліфікованих працівників. Частково це пов'язано з тим, що будівельні професії не є престижними серед молоді через недостатню високу оплату порівняно з великими затратами праці. Поряд з тим тисячі кваліфікованих будівельників знаходять попит на свою працю поза межами України.

Таким чином, на ринку житлового будівництва спостерігаються істотні зміни під впливом факторів внутрішнього та зовнішнього середовища: падіння купівельної спроможності населення, політичної нестабільності, значного зростання ціни на будівельні матеріали, недосконалості системи іпотечного кредитування в Україні тощо.

Для подолання існуючих в будівельній галузі проблем необхідне державне втручання і підтримка. Виходячи з вище зазначеного, з метою підвищення ефективності процесів житлового будівництва в Україні необхідна реалізація таких заходів, як:

- вдосконалення нормативно-правового забезпечення будівельного процесу, у першу чергу, у сфері здійснення фінансування будівництва;

- вдосконалення механізму реалізації державних цільових програм щодо забезпечення населення доступним житлом, державна підтримка інвестиційних проектів;

- розвиток житлової іпотеки та державна підтримка комерційних банків, які пропонують іпотечні програми;

- зниження відсоткових ставок та полегшення доступу до кредитних ресурсів;

- надання податкових звільнень забудовникам соціального житла;

- усунення бюрократичних перепон та скорочення термінів узгодження дозвільної документації.

Проте слід зауважити, що розвиток житлового будівництва на пряму залежатиме від економічної та соціальної стабільності в країні. Тому державна політика повинна бути спрямована, перш за все, на зниження інфляції, відновлення економічного зростання, стабілізацію грошового обігу, скорочення дефіциту бюджету, зміцнення національної валюти, підвищення добробуту населення.

Окрім державної підтримки і стабілізації макроекономічних показників, велике значення для розвитку житлового будівництва має впровадження

інновацій на рівні будівельних підприємств. Так, впровадження екологічно чистих, енерго- та ресурсозберігаючих технологій та матеріалів, застосування нових більш продуктивних видів будівельних машин і устаткування, впровадження нових архітектурно-планувальних рішень, застосування нових форм організації будівельних робіт дасть змогу підвищити ефективність виробництва, покращити якість житла, зекономити ресурси, знизити витрати на експлуатацію будівель і споруд.

При цьому, здатність будівельного підприємства до впровадження інновацій значно залежить від прибутковості роботи самого підприємства, наявності власних фінансових ресурсів та можливості використати позичені кошти [11].

Для забезпечення інноваційного розвитку будівельного підприємства важливе значення мають також знання, навички, кваліфікація, досвід, творчі здібності працівників. Тому для успішної реалізації політики розвитку підприємства необхідне створення ефективної системи розвитку персоналу підприємства, зокрема своєчасне й ефективне проведення навчання та підвищення кваліфікації працівників. Так, розвиток будівельного підприємства вимагає підготовку працівників до виконання нових функцій, займання нових посад, розв'язання нових завдань [11].

Разом з цим вітчизняні будівельні підприємства повинні достатню увагу приділяти удосконаленню системи менеджменту організації, особливо підвищенню ефективності взаємодії всіх учасників будівельного процесу, що сприятиме скороченню термінів будівництва.

Таким чином, використання сучасної техніки та технологій, висока продуктивність праці, а також ефективна система менеджменту є ключовими факторами успіху будівельних підприємств.

Висновки. Підприємства, які працюють на українському ринку житлового будівництва, зіштовхуються з великою кількістю проблем, що гальмують їх розвиток. Найбільш значними серед них є: відсутність джерел фінансування будівництва (значне скорочення обсягів державних капітальних вкладень, зменшення інвестиційних можливостей домінуючої частини суб'єктів господарювання, зубожіння значної частини населення); значне податкове навантаження; наявність адміністративних бар'єрів у будівництві; недосконала система механізмів нормативно-правового регулювання економічних, соціальних і правових відносин; високий ступінь зносу основних фондів та використання застарілих, енерговитратних технологій.

Шляхами подолання існуючих в будівельній галузі проблем є: вдосконалення нормативно-правового забезпечення будівельного процесу; розвиток житлової іпотеки, зниження відсоткових ставок та полегшення доступу до кредитних ресурсів; надання податкових звільнень забудовникам

соціального житла; усунення бюрократичних перепон та скорочення термінів узгодження дозвільної документації.

Подальший розвиток будівельних підприємств в умовах скорочення платоспроможного попиту буде можливий тільки за рахунок впровадження інновацій, підвищення кваліфікації персоналу та створення ефективної системи менеджменту. Це дасть змогу наблизити не лише кількісні, а й якісні показники житлового будівництва України до європейських стандартів.

Список літератури: 1. Офіційний сайт Державного комітету статистики [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua 2. І.А. Пед'юк Фактори впливу на розвиток ринку нерухомості та будівельної галузі в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economics.opu.ua> 3. О.М. Пшик-Ковальська, Л.Ю.Сай Аналіз тенденцій розвитку житлового будівництва в Україні: основні проблеми та перспективи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua> 4. Р.Б. Тянь, М.Ф. Іванов, І.В. Грищенко Сучасний стан будівельного ринку України і заходи щодо його стабілізації в умовах світової фінансової кризи [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://donnasa.org> 5. Global House Price Index - Knight Frank [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.knightfrank.com> 6. Перетятко А.Ю. Перспективи розвитку житлового будівництва в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://irbis-nbuv.gov.ua> 7. Д.О. Фаріон Фінансове забезпечення житлового будівництва в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua> 8. Воробйов Ю.М. Фінансове забезпечення діяльності будівельних підприємств [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vorob.crimea.edu> 9. Ю.І. Соха, К.В. Процак Формування будівельного ринку в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ena.lp.edu.ua> 10. В.К. Данилко Використання інноваційних технологій як основа підвищення конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ven.ztu.edu.ua> 11. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрямки підвищення: [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – С. 445-447

Bibliography (transliterated): 1. Oficijnyj sajт Derzhavnogo komitetu staty`styk`y Web. <www.ukrstat.gov.ua> 2. I.A. Ped'ko Faktory vplyvu na rozvy`tok ry`nku neruxomosti ta budivel`noy galuzi v Ukraini Web. <<http://economics.opu.ua>> 3. O. Pshyk-Koval's'ka, L.Saj Analiz tendencij rozvy`tku zhy`tloвого budivny`cztva v Ukraini: osnovni problemy`ta perspekty`vy Web. <<http://irbis-nbuv.gov.ua>> 4. R. B. Tyan, M. F. Ivanov, I. V. Gryshhenko Suchasny`j stan budivel`nogo ry`nku Ukrainy` i zahody`shhodo jogo stabilizaciyi v umovax svitovoyi finansovoyi kry`zy Web. <<http://donnasa.org>> 5. Global House Price Index – Knight Frank Web. <http://www.knightfrank.com> 6. Peretyat'ko A. Perspektvy`vy`rozvy`tku zhy`tloвого budivny`cztva v Ukraini Web. <http://irbis-nbuv.gov.ua> 7. D.O. Farion Finansove zabezpechennya zhy`tloвого budivny`cztva v Ukraini Web. <<http://www.economy.nayka.com.ua>> 8. Vorobjov Yu. M. Finansove zabezpechennya diyal`nosti budivel`ny`x pidpry`yemstv Web. <<http://vorob.crimea.edu>> 9. Yu.I. Soxa, K.V. Procaк Formuvannya budivel`nogo ry`nku v Ukraini Web. <<http://ena.lp.edu.ua>> 10. V.K. Danylko Vy`kory`stannya innovacijny`x tehnologij yak osnova pidvy`shhennya konkurentospromozhnosti pidpry`yemstv budivel`noy galuzi Web. <<http://ven.ztu.edu.ua>> 11. Konkurentospromozhnist` pidpry`yemstva: ocinka rivnya ta napryamy` pidvy`shhennya: [monografiya / za zag. red. O. G. Yankovogo]. – Odesa : Atlant, 2013. – 445-447Print

Надійшла (received) 10.11.2015

Відомості про авторів / About the authors

Сич Ольга Сергіївна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; тел.: (068) 064-01-29; e-mail: OlgaSy4@yandex.ru.

Sych Olga Serhivna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student; тел.: (068) 064-01-29; e-mail: OlgaSy4@yandex.ru.

Я.В. СІЛОВА

ТЕХНОЛОГІЯ ФОРМУВАННЯ ТА НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМ КАПІТАЛОМ

За сучасних кризових умов функціонування економіки України особливо актуальним є забезпечення ефективного господарювання підприємств, в тому числі за рахунок прискорення оборотності їх капіталу та оптимізації структури джерел його формування. У статті розглянуто різні підходи щодо управління оборотними активами торговельних підприємств, досліджено роль оборотних коштів у діяльності цих підприємств. Запропоновано поділ управління оборотним капіталом на управління двома потоками: фінансовими і товарними. У цілому на формування структури і обсягів оборотного капіталу впливають такі чинники: обсяг виробництва промислової продукції, рівень товарних запасів, розміри дебіторської і кредиторської заборгованості підприємства, обсяги кредитування банками підприємств, система збуту продукції на підприємстві, платіжна дисципліна в державі. Тому одне з найактуальніших завдань полягає в забезпеченні підвищення ефективності виробничої діяльності підприємств на сучасному етапі – суттєве вдосконалення управління оборотним капіталом, у тому числі його структури.

Ключові слова: оборотні активи, оборотні кошти, управління, товарні і фінансові потоки.

Вступ. В Україні кількість торгових підприємств як оптових так і роздрібних постійно зростає. Від того наскільки вчасно буде здійснено управління оборотним капіталом торговельного підприємства, залежить ефективність його функціонування в майбутньому. В торговельних підприємствах оборотні активи становлять велику частку в загальній валюті балансу. Це наймобільніша частина капіталу, від стану і раціонального використання якого багато в чому залежать результати господарської діяльності і фінансовий стан підприємства. За рахунок оборотного капіталу на підприємстві формується велика кількість елементів активів, що потребують індивідуалізації управління.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемні питання ефективного управління оборотним капіталом розглядаються окремими зарубіжними і вітчизняними вченими-економістами. Існує значна кількість підходів, направлених на підвищення ефективності управління оборотними активами підприємств. Розглянемо ті з них, які є найбільш актуальними та набули широкого поширення.

Так, наприклад, Мазаракі А.А., Лігоненко Л.О., Ушакова Н.М. дають визначення оборотних активів, як сукупність матеріальних і грошових цінностей (економічних ресурсів) підприємства, що знаходяться у постійному кругообігу, змінюють свою матеріальну форму протягом одного операційного циклу та в повному обсязі перекладають свою вартість на товари, що реалізує підприємство.

Вчені ототожнюють це поняття з оборотними коштами, але не виділяють окремо категорії «оборотний капітал».

У праці Стоянової Є. С., Бикової Є.В., Бланка І.А., використовується поняття „чистий оборотний капітал” (як синоніми йому вживають: працюючий, робочий капітал чи власні оборотні засоби), яке трактують як різницю між поточними активами та поточними пасивами. Нікбахт Е., Гроппеллі А. під цим визначенням розуміють саме робочий капітал [77, с.259]. Оборотні активи вони визначають по змісту статей другого розділу активу балансу [109, с.6]. Цю думку також розвинув Ковальов В.В., який вважає, що «термін «оборотний капітал» (його синонім у вітчизняному обліку «оборотні засоби») відноситься до мобільних активів підприємства, які є оборотного капіталу торговельних підприємств в

грошовими коштами чи можуть бути перетворені в них протягом року чи одного виробничого циклу» [55, с.330]. Тобто, ці вчені, визначають дані поняття з точки зору бухгалтерського обліку, без урахування економічної суті.

Отже, можна зробити висновок, що, у переважній більшості робіт, вчені виділяють категорію «оборотний капітал», але за різними визначеннями. Оборотний капітал розглядається або як виключно економічна категорія, і тоді на перший план виступають матеріально-речовинна сторона оборотного капіталу, або як суто фінансова категорія, і тоді переважна увага приділяється джерелам формування оборотного капіталу.

Між тим, двоїстість природи капіталу полягає у його як матеріально-речовинній, так і у вартісній (грошовій) характеристиках, у тому, що капітал є і джерелом, і результатом діяльності підприємства незалежно від специфіки виробничої діяльності, тобто у тому, що оборотні активи завжди відображають характер розміщення інвестованого у процес господарської діяльності капіталу.

Правильне розуміння економічної суті оборотного капіталу потребує насамперед усвідомлення його матеріально-вартісної природи.

Оборотний капітал є комплексним поняттям, що характеризує процес обороту на підприємстві. Це широке поняття, яке доцільно трактувати як:

По-перше: кошти, вкладені в активи (обсяг яких повинен забезпечувати позитивну динаміку всіх показників фінансового стану підприємства та безперервність його функціонування);

По-друге: майнові цінності, що обслуговують поточну виробничо-господарську діяльність (їх обсяг і структура визначається внутрішніми та зовнішніми факторами підприємства), які здійснюють повний оборот за один операційний цикл і свою вартість повністю переносять на вартість створюваного продукту.

Постановка завдання. Мета даної статті полягає у теоретичному обґрунтуванні та розробці методичних засад і практичних рекомендацій щодо формування та розвитку ефективної системи управління оборотним капіталом. А також обґрунтування теоретико-методичних і практичних підходів до розробки принципів удосконалення управління формуванням і використанням сучасних умовах господарювання.

Функціональна роль оборотного капіталу в процесі виробництва суттєво відрізняється від ролі основного капіталу. Оборотні засоби забезпечують безперервність процесу виробництва. Характерною їх особливістю є швидкість обороту.

Оборотний капітал підприємницьких структур перебуває у постійному русі, обслуговуючи всі стадії виробничого процесу. Традиційно серед них виділяють грошову (Г), виробничу (В) і товарну (Т'), таким чином кругообіг коштів можна виразити у такій формі:

$$Г - Т...В...Т' - Г'$$

Треба також зауважити, що оборотний капітал має подвійну економічну природу. З одного боку, вони являють собою частину майна, втіленого в матеріально-виробничих запасах, незавершеному виробництві, залишках грошових коштів і фінансових вкладень. З іншого - це частина капіталу, що забезпечує безперервність процесу торгівлі і реалізації товару (робіт, послуг).. Без ефективного управління оборотними активами неможливо реалізувати довгострокові фінансові стратегії підприємства.

Однозначно, особливості управління оборотним капіталом визначаються структурною належністю господарюючих суб'єктів. Якщо у торговельних

підприємств висока питома вага товарів, у промислових підприємств – сировини та матеріалів, то у фінансових компаній переважають грошові кошти та їх еквіваленти.

Специфіка діяльності торговельних підприємств у сфері управління оборотним капіталом вимагає вирішення наступних завдань: аналізу стану, у тому числі виявлення причин, в силу яких склалося теперішнє положення з поточними активами підприємства; проведення аналізу товарних запасів розробка напрямів прискорення оборотності товарів; встановлення обґрунтованості завдань з товарообігу із зазначення обсягу та структури його, виявлення резервів підвищення товарообігу; розрахунок окремих показників, необхідних для складання касового бюджету підприємства.

Управління оборотними коштами пов'язане з ризиками. Тому завдання управління оборотними коштами полягає в умілому їх балансуванні між ризиками:

1) пов'язаними з нестачею оборотних коштів і можливою загрозою зриву виконання плану товарообігу із-за нестачі товару або відсутності можливості задовольнити запити покупців;

Затрати і ризики, які пов'язані з нестачею оборотних коштів	Затрати і ризики, які пов'язані з надлишком оборотних коштів
<p>Затримки у забезпеченні товарно-матеріальними цінностями і, як наслідок, уповільнення оборотності оборотних коштів.</p> <p>Зниження обсягів продаж із-за нестачі запасів товарів.</p> <p>Додаткові затрати на вирішення питань фінансування.</p>	<p>Зростають витрати на зберігання надлишків запасів.</p> <p>Запаси можуть зіпсуватися фізично або морально застаріти.</p> <p>Інфляція може значно зменшити реальну вартість дебіторської заборгованості і грошових коштів.</p>

Виходячи з цього управління оборотним капіталом в торгівлі можна поділити на управління двома потоками, які тісно пов'язані між собою: а) управління фінансовими потоками - управління грошовими коштами та розрахунками з контрагентами б) управління товарними потоками – управління складськими залишками та транспортною логістикою.

Управління грошовими коштами.

Управління грошовими потоками є одним з ключових моментів під час поточного управління підприємством з позиції оптимального співвідношення між ліквідністю та прибутковістю. Необхідність управління ліквідністю продиктована можливістю виникнення на підприємстві трьох ситуацій, кожна з яких пов'язана з наявністю чи відсутністю грошових коштів та якістю управління грошовими потоками:

- виплати перевищують надходження підприємства за певний період. В цьому випадку виникає дефіцит коштів, усунення якого вимагає залучення додаткових фінансових ресурсів, що також пов'язано з витратами;

- надходження перевищують виплати, що може призвести до надлишкової ліквідності. Вільна готівка – це неприбутковий актив, тому вона повинна використовуватися для одержання додаткового доходу, що вимагає здійснення фінансових заходів по розміщенню таких коштів;

- збалансованість потоків платежів забезпечує стан фінансової рівноваги (ліквідності), який гарантує

існування підприємства в короткостроковому і довгостроковому періодах та задовольняє фінансові потреби зацікавлених в підприємстві груп осіб. Фінансова рівновага гарантує стабільність і є передумовою досягнення інших цілей.

Управління розрахунками з покупцями та постачальниками або управління дебіторською та кредиторською заборгованістю.

Дебіторська заборгованість має значну питому вагу в складі оборотних активів і впливає на фінансовий стан підприємства. Значення управління дебіторською заборгованістю особливо зростає в період інфляції, коли іммобілізація власних оборотних активів стає дуже не вигідною.

Недотримання договірної і розрахункової дисципліни, несвоєчасне пред'явлення претензій щодо боргів, що виникають, призводять до значного зростання невиправданої дебіторської заборгованості, а отже, до нестабільності фінансового стану підприємства.

Природно, що підприємства зацікавлені продавати продукцію замовникам, які своєчасно оплачують рахунки, незалежно від контролюючих заходів, розроблених підприємством з метою запобігання збутові продукції неплатоспроможним покупцям і замовникам. Ці рахункові реєстри містять необхідну інформацію для аналізу якості дебіторської заборгованості. На основі відомості цілеспрямовано здійснюють ранжування цієї заборгованості за термінами оплати рахунків. Метод ранжування допомагає керівництву підприємства раціонально керувати дебіторською заборгованістю (активами) й

усіма розрахунковими операціями. Проте, в торгівлі управління кредиторською заборгованістю не менш важливе ніж дебіторською, адже значна питома вага в складі джерел коштів підприємства, як відомо, належить позичковим коштам, у тому числі й кредиторській заборгованості. Тому необхідно вивчати та аналізувати поряд з дебіторською заборгованістю і кредиторську, її склад, структуру, а потім провести порівняльний аналіз із. Передусім треба перевірити достовірність інформації щодо видів і строків кредиторської заборгованості. Для цього користуються прямим підтвердженням контрагентів, вивченням контрактів і договорів, особистими бесідами з працівниками, які мають інформацію про борги і зобов'язання підприємства.

У процесі торговельної діяльності часто трапляються випадки, коли кредиторська заборгованість значно перевищує дебіторську. Деякі економісти-теоретики вважають, що це свідчить про раціональне використання коштів, оскільки підприємство залучає в оборот більше коштів, ніж відволікає з обороту. Але практики оцінюють таку ситуацію тільки негативно, оскільки підприємство мусить погашати свої борги незалежно від стану дебіторської заборгованості. Отже, аналізуючи дані дебіторської і кредиторської заборгованості, необхідно вивчити причини виникнення кожного виду заборгованості, виходячи з конкретної ситуації на підприємстві.

Управління складською структурою і транспортною логістикою.

Виходячи з існуючого досвіду, можна констатувати: завдання формування складської інфраструктури та відповідних логістичних ланцюжків у найменшій мірі формалізована і автоматизована. Тим не менш, дана бізнес-функція істотно впливає як на показники оборотності капіталу в цілому, так і на прибутковість компанії.

Виділимо три основні моменти, які вимагають, принаймні, оцінки їх впливу на оборотний капітал.

1. Кількість, розміри, географія складів і витрати на їх утримання.

2. Вид і вартість транспортних послуг, час переміщення, потенційні альтернативи існуючим способам транспортування.

3. Наявність дисбалансу по складських залишках за однаковими товарними позиціями на різних складах.

Управління складськими залишками.

Управління складськими залишками - тема досить пророблена, але не менш важлива, ніж інші. В управлінні складськими залишками задіяно найбільшу кількість підрозділів. Складські залишки складно контролювати - так, практично неможливо провести «суцільну» інвентаризацію на великому підприємстві за розумний час

Останніми роками сталося помітне удосконалення методів ведення торговельної діяльності, що дозволило понизити збутові витрати. Подальша економія коштів, може бути досягнута, якщо будуть реалізовані резерви, закладені в

раціоналізації процесів, що забезпечують торгівлю. Передусім це відноситься до оптимізації запасів. Рішення, що приймаються керівництвом фірм в цій області, кінець кінцем торкаються кожного окремого виду товару або предмета зберігання, конкретна одиниця яких, що підлягає контролю, називається одиницею обліку запасів (о. о. з.).

Цей висновок є одним з найбільш важливих, і його необхідно враховувати при управлінні багатьма видами запасів за умови, що вони розглядаються ізольовано один від одного. Це допомагає ідентифікувати найбільш важливі о.о.з., що знаходяться в запасах. Вони отримують пріоритет при розподілі часу в процесі управління товарно-матеріальними запасами в будь-якій даній системі. Проте відносний пріоритет, яким користується та або інша продукція, часто міняється, оскільки попит на неї, як і її вартість, не залишаються постійними. Це означає, що розподіл за вартістю одиниць обліку товарів є динамічним, а не статичним поняттям.

Висновки

1. Управління оборотним капіталом завжди вимагає координації діяльності та узгодження інтересів різних підрозділів.

2. Удосконалення управління оборотним капіталом - процес безперервний. Це пов'язано як з постійною зміною зовнішніх умов, так і з періодичними змінами самих критеріїв «досконалості», на які може впливати зміна стратегії розвитку компанії, її ринкова позиція, обсяг операцій і т.д.

3. Управління оборотним капіталом тісно пов'язано з управлінням ризиками, як фінансовими, так і операційними. Це, з одного боку, дозволяє використовувати механізми ризик-менеджменту в управлінні оборотним капіталом, а з іншого боку, вимагає враховувати дилему «більший дохід - більший ризик» при виборі рішень.

4. В абсолютній більшості випадків пряме перенесення ефективного комплексного рішення по управлінню оборотним капіталом з однієї компанії в іншу неможливий. Хоча рішення для окремої ділянки, наприклад, робота з тимчасово вільними коштами або управління складом товарів, може бути корисним і в іншій організації.

Список літератури: 1. Нікбахт Е., Гроппелі А.А. Фінанси-К.: «Основи» 2010 - 382с. 2. Бланк І.А. Основы финансового менеджмента / И.А. Бланк. Т. 1 - К.: Ника- Центр, 2011. - 592 с. 3. Савицкая Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. Пособие- [7-е изд., испр.] / Г.В. Савицкая. - Мн.: Новое знание, 10 - 704 с. 4. Фінансовий менеджмент. За ред. проф. Г. Г. Кірейцева. Видання 3-є, перероблене і доповнене. К. ЦНД, 2013.- 530с.

Bibliography (transliterated): 1. Nlbaht E., Groppeil A.A. Flnansi-K.: «Osnovi» 2010 - 382p. 2. Blank I.A. Osnovy finansovogo menedzhmenta / I.A. Blank. T. 1 - K.: Nika- Tsentr, 2011. - 592 p. 3. Savitskaya G.V. Analiz hozyaystvennoy deyatel'nosti predpriyatiya: Ucheb. Posobie- [7-e izd., ispr.] / G.V. Savitskaya. - Mn.: Novoe znanie, 10 - 704 p. 4. Flnansoviy menedzhment. Za red.prof. G. G. Kireyts'eva. Vidannya 3-E, pereroblene I dopovnene. K. TsNL, 2013.- 530p

Надійшла (received) 30.11.2015

Відомості про авторів / About the authors

Сілова Яна Володимирівна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент; тел.: (066) 139-16-84 e-mail: siloval313@outlook.com

Silova Yana Vladimirovna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student, tel.: (066) 139-16-84 e-mail: siloval313@outlook.com

В.А. СОКОЛЕНКО, О.М. БОНДАРЕНКО

СТАН ТА НАПРЯМКИ СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

У статті наведено дані щодо сучасного стану сільського господарства України. Спостерігається зменшення валової продукції сільського господарства, перехід до виробництва технічних культур, зменшення рентабельності сільськогосподарського виробництва, низька підтримка держави. Позитивними зрушеннями у розвитку сільського господарства України є збільшення урожайності та висока продуктивність основних сільськогосподарських культур. Проаналізовано основні вимоги до розробки стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств. Визначено основні напрямки стратегічного розвитку сільського господарства.

Ключові слова: сільське господарство, валова продукція, урожайність сільськогосподарських культур, рентабельність, продуктивність, напрямки розвитку сільського господарства.

Вступ. Сільське господарство – одна з найважливіших галузей господарського комплексу України, яка відіграє важливу роль у зміцненні економіки нашої країни, підвищенні життєвого рівня населення і розв'язанні соціально-економічних проблем.

Сільське господарство займає значне місце в економіці за територією, трудовими і виробничими ресурсами. На сучасному етапі економічного розвитку країни ставляться нові, стратегічні задачі на довгострокову і середньострокову перспективу. При цьому необхідна розробка не тільки економічної політики держави в цілому, а й стратегічних програм розвитку окремих регіонів, галузей, міжгалузевих комплексів і окремих підприємств. Для забезпечення реалізації цих задач необхідне проведення аналізу стану сільськогосподарської галузі країни. З цього впливає актуальність даної роботи.

Мета роботи. Метою даної роботи є проведення аналізу сільськогосподарської галузі України. Завданнями роботи є: аналіз стану сільського господарства країни; аналіз особливостей стратегії розвитку в сільському господарстві.

Аналіз основних досягнень і літератури. Питанням стану і перспектив розвитку сільського господарства займалися такі провідні вітчизняні вчені, як Аранчій В. І., Зоря О. П., Березницький С. В., Сіренко Н., Андрійчук В. Г., Н. Ю. Буга, та інші. Хоча деякі аспекти є недостатньо дослідженими.

Методи дослідження. Методологію дослідження становлять методи економічного аналізу, статистичних угруповань, логічного та порівняльного аналізу, емпіричні методи, фінансового аналізу, графічного зображення даних та інші.

Таблиця 1 - Валова продукція сільського господарства України [1].

Рік	Валова продукція АПК			Рослинництво			Тваринництво		
	Млн. грн.	% відносно до 1990 року	% відносно до попереднього року	Млн. грн.	% відносно до 1990 року	% до відносно до попереднього року	Млн. грн.	% відносно до 1990 року	% відносно до попереднього року
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1990	282774,2	-	-	145502,0	-	-	137272,2	-	-
1991	245447,9	86,80	86,80	121184,9	83,29	83,29	124263	90,52	90,52
1992	225075,7	79,60	91,70	121352,8	83,40	100,14	103722,9	75,56	83,47
1993	228452	80,79	101,50	133978,1	92,08	110,40	94473,9	68,82	91,08
1994	190757,6	67,46	83,50	103596,6	71,20	77,32	87161	63,50	92,26

Результати дослідження. На даний момент стан сільського господарства України не дає змоги говорити про те, що відродження потенціалу даної галузі в довгостроковій перспективі є можливим. Проте саме сільське господарство є однією з найбільш перспективних галузей економіки України. Її важливість обумовлена стабільною тенденцією зростання кількості населення у світі, що невдовзі призведе до продуктової кризи, ознаки якої вже можна спостерігати у слаборозвинених країнах. Саме тому реалізація потенціалу сільського господарства України має стати одним із головних напрямків розвитку країни.

Сільське господарство приносить країні 20,7% ВВП (рис. 1) [1].

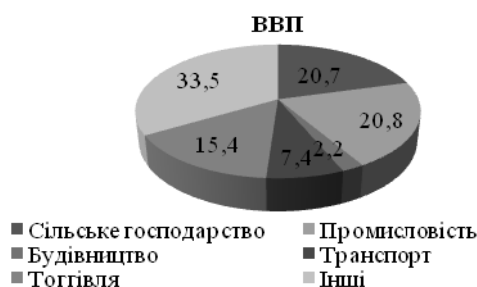


Рис. 1 – Структура ВВП України за 2014 рік

Аналіз розвитку сільського господарства України за період 1990–2014 рр. дозволяє стверджувати, що протягом зазначеного періоду чітко простежується негативна динаміка показників діяльності підприємств аграрного сектора (табл. 1).

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1995	183890,3	65,03	96,40	106329,6	73,08	102,64	77560,7	56,50	88,99
1996	166420,8	58,85	90,50	96810,1	66,54	91,05	69610,7	50,71	89,75
1997	163425,4	57,79	98,20	102454,3	70,41	105,83	60971,1	44,42	87,59
1998	147736,8	52,25	90,40	85068,7	58,47	83,03	62668,1	45,65	102,78
1999	137543	48,64	93,10	76513,6	52,59	89,94	61029,4	44,46	97,39
2000	151022,2	53,41	109,80	92838,9	63,81	121,34	58183,3	42,39	95,34
2001	166426,5	58,85	110,20	104281,7	71,67	112,33	62144,8	45,27	106,81
2002	168423,7	59,56	101,20	102766,5	70,63	98,55	65657,2	47,83	105,65
2003	149896,9	53,01	89,00	88251,3	60,65	85,88	61645,6	44,91	93,89
2004	179426,5	63,45	119,70	117471	80,73	133,11	61955,5	45,13	100,50
2005	179605,8	63,52	100,10	114479,9	78,68	97,45	65125,9	47,44	105,12
2006	184095,8	65,10	102,50	116597,7	80,13	101,85	67498,1	49,17	103,64
2007	172129,7	60,87	93,50	105979,5	72,84	90,89	66150,2	48,19	98,00
2008	201564	71,28	117,10	136277,1	93,66	128,59	65286,9	47,56	98,69
2009	197935,9	70,00	98,20	129908,3	89,28	95,33	68027,6	49,56	104,20
2010	194886,5	68,92	98,46	124554,1	85,60	95,88	70332,4	51,24	103,39
2011	233696,3	82,64	119,91	162436,4	111,64	130,41	71259,9	51,91	101,32
2012	223254,8	78,95	95,53	149233,4	102,56	91,87	74021,4	53,92	103,88
2013	253732,7	89,73	113,65	176181	121,08	118,06	77551,7	56,49	104,77
2014	258807,4	91,52	102,00	181910,8	125,02	103,25	76896,6	56,02	99,16

З таблиці видно, що виробництво сільськогосподарської продукції з 1990 року поступово зменшується до 1999 року. Так в 1999 році валова продукція, порівняно з 1990 роком склала всього 48%. З 2000 року ситуація почала покращуватися, проте валова продукція сільського

господарства в 2014 році так і не досягла рівня 1990 року (в 2014 році валова продукція по відношенню до 1990 року склала 92%).

Проаналізуємо величину та структуру посівних площ України за період з 1990 до 2013 року (табл.2).

Таблиця 2 – Посівні площі, тис. га[1].

	1990	1995	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2013 до1990, %
Вся посівна площа	32406	30963	27173	26044	26990	26952	27670	27801	85,8
Зернові та зернобобові	14583	14152	13646	15005	15837	15090	15724	15449	105,9
Озимі зернові культури, включаючи:	8614	6310	6324	7289	8308	7904	7987	6537	75,9
Пшениця	7568	5324	5316	6185	6518	6137	6499	5534	73,1
Жито	518	609	668	622	468	286	283	302	58,3
Ячмінь	528	377	340	482	1322	1481	1205	701	132,8
Ярі зернові культури:	5969	7842	7322	7716	7529	7186	7737	8912	149,3
Пшениця	9	185	303	480	334	314	282	238	2644,4
Ячмінь	2201	4130	3645	4018	3800	3024	2582	2724	123,8
Овес	492	570	521	468	433	326	288	310	63
Кукурудза	1234	1174	1364	1711	2149	2709	3620	4625	374,8
Просо	205	167	437	141	119	95	169	191	93,2
Гречка	350	459	574	426	273	225	311	300	85,7
Рис	28	22	408	422	25	29	30	26	92,9
Інш. зернобобові	1424	1103	408	5260	371	429	374	318	22,3
Технічні культури:	3751	3748	4187	5260	6545	7296	7441	7854	209,4
Цукрові буряки	1607	1475	856	652	322	501	532	458	28,5
Соняшник	1636	2020	2943	3743	4232	4573	4739	5194	317,5
Соя	93	25	65	438	644	1076	870	566	608,6
Рапс	90	49	214	207	1060	907	1134	1476	1640
Льон-довгунець	172	98	23	25	2	1	2	2	1,2
Картопля та баштанні культури	2073	2165	2777	2041	1950	1967	2028	2023	97,6
Інш. культури	11999	10898	7063	3738	2658	2599	2477	2475	20,6

З таблиці 2 видно, що за період з 1990 року до 2013 року, посівні площі скоротилися майже на 15%. Також відбулося скорочення посівів озимих зернових культур (24%), проте посіви ярих культур збільшилися майже на 50%.

Збільшення посівів технічних культур на 200% відбулося переважно за рахунок збільшення посівів

соняшнику, сої та рапсу. В свою чергу, площа посівів цукрового буряку зменшилась на 71,5%, та льону-довгунця – майже на 100%.

Що стосується картоплі та баштанних культур, то ситуація майже не змінилася, відбулося зменшення лише на 2,4%.

Зменшення посівних площ та диспропорція зміцнення структури виробництва продукції рослинництва спричиняють ризики і небезпеки для сільськогосподарського компонента аграрного сектору країни. Варто відзначити, що розвинені країни застосовують політику збереження сільськогосподарських земель.

Фокусування сільськогосподарських підприємств на вирощуванні вигідних зернових та олійних культур не дозволяє організувати збалансовані поставки різних харчових продуктів на ринку. В результаті, спостерігається останнім часом недовироблення деяких сільськогосподарських культур. Це призводить

до зменшення їхньої пропозиції на ринку, появи спекулятивного попиту, тому зростають ціни на товари. Зменшення зернових та бобових культур, які забезпечують населення продуктами харчування, є несприятливим фактором для стабільності продовольчого ринку України та для захисту економічної безпеки держави.

Україна за деякими видами вирощуваних сільськогосподарських культур має високі значення ефективності використання сільськогосподарських земель, порівняно з іншими провідними країнами (табл.3).

Таблиця 3 – Продуктивність основних видів продукції рослинництва та тваринництва за 2013 рік [1].

	Україна	Канада	США	Німеччина	Франція	Польща
Продуктивність основних видів продукції рослинництва, кг/день						
Зернові та бобові	1014	1473	1291	544	1066	716
Цукровий буряк	404	15	92	290	506	256
Картопля	510	129	58	124	104	229
Овочі та баштанні	220	62	113	41	80	136
Продуктивність основних видів продукції тваринництва, кг/день						
М'ясо	49	130	135	100	92	93
Молоко	250	240	279	361	383	321
Яйця	21	12	17	8	15	16

Перш за все це стосується продуктивності сільськогосподарських культур, а саме: зернові та бобові, цукровий буряк, овочі, баштанні, а також яєць. Це підтверджує ефективне розпорядження землями для потреб рослинництва [3]. У той же час показники продуктивності виробництва мяса та молока знаходяться на низькому рівні.

Проаналізуємо урожайність основних сільськогосподарських культур у період з 1990 до 2014 року (рис. 2).

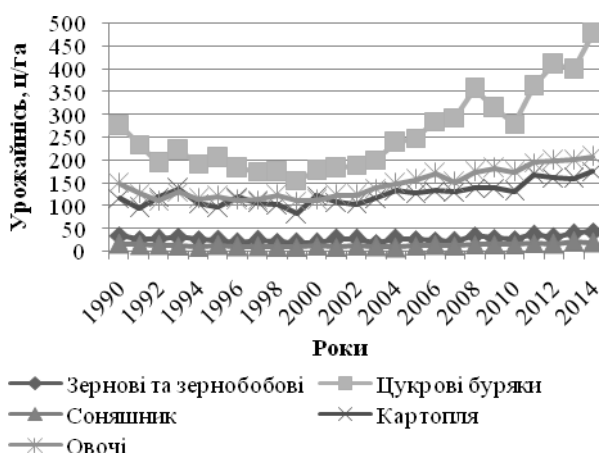


Рис. 2 – Динаміка урожайності основних сільськогосподарських культур [1].

З рисунку 2 можемо зробити наступні висновки: врожайність цукрових буряків, картоплі та овочів останні роки суттєво зросла; врожай зернових та бобових не показують чіткої динаміки зростання з 1990 року; урожайність соняшника має висхідний тренд останні 5 років; загалом, урожайність основних сільськогосподарських культур суттєво коливається з року в рік, оскільки дуже залежить від погодних умов.

Щоб проаналізувати ефективність сільського господарства країни, розглянемо рентабельність сільськогосподарського виробництва (рис. 3)[1].

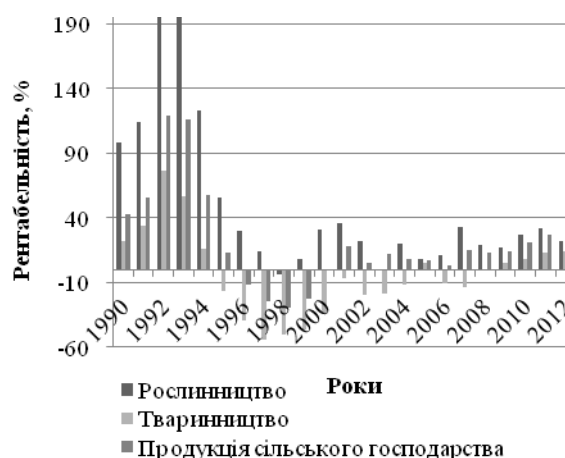


Рис. 3 – Рентабельність сільськогосподарського виробництва 1990-2013 рр.

Як бачимо з рисунку, рентабельність сільськогосподарського виробництва в 1990-1995 рр. була на найвищому рівні. З 1995 по 2007 рік спостерігаються спад діяльності, особливо тваринництва. В 2011 році рентабельність сільськогосподарського виробництва набуває найбільшого значення за останні 10 років. З 2012 року починається зменшення рентабельності сільськогосподарського виробництва.

Проаналізуємо рентабельність сільського господарства за видами вирощуваних культур (рис.4)[1].

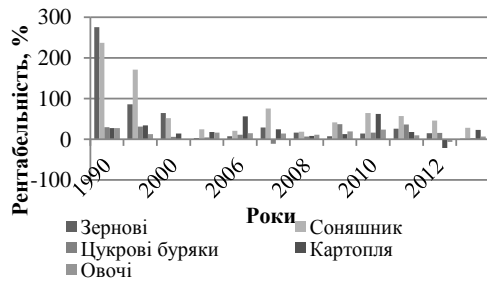


Рис. 4 – Рентабельність основних видів сільськогосподарських культур

Таким чином, можна зазначити, що в період з 1990 по 2013 рік відбувся спад рентабельності всіх видів сільськогосподарських культур. Найбільш рентабельні культури – соняшник та картопля.

Важливу роль в функціонуванні будь-якої галузі економіки відіграє державна підтримка. За обсягом субсидій на гектар Україна значно відстає від усіх країн ЄС, незважаючи на те, що частка агробізнесу у ВВП країни складає 20%. Останні 5 років головними підставами для українських аграріїв були дотації з ПДВ. Розмір бюджетних субсидій постійно скорочувався [2].

Українські аграрії отримують субсидій в середньому 25 €/га. Для порівняння: в сусідніх Румунії та Болгарії – 191 і 320 €/га відповідно, а в Греції цей показник взагалі сягає 709 €/га [2].

Проблемами сільського господарства України є:

- Національні проблеми: виснаженість чорноземів; низький рівень інвестування у розвиток сільського господарства; проблеми права власності на землю; зростання обсягів імпорту продукції; відсутність необхідної державної підтримки; зростання залежності від державних інвестицій.

- Проблеми суб'єктів господарювання: низька конкурентоспроможність продукції на зовнішніх ринках; високі ціни на пальне, посівний матеріал, висока собівартість виробництва; низька інноваційна активність підприємств; експорт сировини, напівфабрикатів, через неможливість переробки власними силами [3].

Можна виділити такі основні шляхи розвитку сільського господарства України:

- інтенсифікація сільського господарства;
- державна підтримка;
- поліпшення використання землі;
- розвиток матеріально-технічної бази.

Аналізуючи роботи науковців, що займалися проблемами стратегічного розвитку підприємств аграрного сектору, ми дійшли висновку, що розробка та реалізація стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств мають певні особливості.

Формування стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств повинно базуватись на: підвищенні якості продукції та її привабливості для покупця; формуванні збутової діяльності на основі постійних контактів з посередницькими торговими організаціями; оптимізації пропозиції товарів та прийнятих цін; прийнятті до уваги особливостей запитів споживачів в залежності від регіону [4].

При формуванні стратегії розвитку сільськогосподарського підприємства необхідно враховувати значні ускладнення, що пов'язані з особливостями сільського господарства: залежність результатів діяльності від природних умов; доступність території аграрних підприємств та їх господарських об'єктів стороннім особам, а тому необхідність докладання зусиль для збереження майна, вирощеного врожаю; залежність від світових цін на ресурси та продукцію; необхідність залучення сезонної робочої сили та труднощі в управлінні нею [5].

Проаналізувавши основні вимоги до розробки стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств, можна зазначити основні напрямки стратегічного розвитку:

- використання науково обумовленої системи ведення господарства, що створена з урахуванням природно-кліматичних факторів;
- створення матеріально-технічної бази у взаємозв'язку з обсягом і структурою виробництва продукції;
- покращення (введення нової) сортової бази;
- використання науково-обґрунтованих систем землеробства;
- зменшення витрат при збиранні врожаю, транспортуванні, зберіганні, переробці та реалізації продукції;
- використання інформаційно-обчислювальної системи планування, обліку, звітності та управління виробництвом на базі сучасної комп'ютеризації [4].

Висновки. Отже, підводячи підсумок аналізу сільського господарства України, можна зазначити наступне. До негативних тенденцій розвитку сільськогосподарства України доцільно віднести: зменшення валової продукції сільського господарства за період з 1990 року до 2014 року на 8%; зменшення посівних площ; істотне зниження обсягів виробництва окремих видів продукції рослинництва, зокрема цукрового буряку, озимої пшениці, жита; перехід до виробництва технічних культур, які є більш «вигідними»; зменшення рентабельності сільськогосподарського виробництва; низька державна підтримка.

Водночас наявні позитивні зрушення у розвитку сільського господарства України: зростання обсягу валової продукції сільського господарства останні

десять років; висока продуктивність виробництва основних видів сільськогосподарських культур; збільшення урожайності сільськогосподарських культур в 2008 – 2014 рр.

Проаналізувавши основні вимоги до розробки стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств, були запропоновані основні напрямки стратегічного розвитку.

Список літератури: 1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua. 2. «Агробізнес України» - Інфографічний довідник [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://agrex.gov.ua/wp-content/uploads/Infografika-silskogo-gospodarstva-Ukrayini-vid-aker-Tilly-ta-Latifundist.pdf>. 3. Н.Ю. Буга. Стан та проблеми аграрного сектора економіки України у сучасних умовах. - Вісник аграрної науки Причорномор'я. – 2014. – Вип. 1. 4. Аранчий В.І., Зоря О.П., Березницький С.В. Особливості формування стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств [електронний ресурс] – режим доступу: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=13473>. 5. Сиренко Н.

Особливості стратегічного управління розвитком аграрних підприємств [електронний ресурс] – режим доступу: <http://217.77.213.157:8080/jspui/bitstream/123456789/415/3.pdf>.

Bibliography (transliterated): 1. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu : www.ukrstat.gov.ua. 2. “Ahrobyznes Ukrainy” – Infografichnyy dovidnyk [Elektronnyy resurs] – Rezhym dostupu: <http://agrex.gov.ua/wp-content/uploads/Infografika-silskogo-gospodarstva-Ukrayini-vid-Baker-Tilly-ta-Latifundist.pdf>. 3. N.Yu. Buha. Stan ta problem ahrarnoho sektora ekonomiky Ukrainy u suchasnykh umovakh. – Visnyk ahrarnoyi nauky Prychornomor'ya. – 2014. – Vyp. 1. 4. Aranchiy V.I., Zorya O.P., Bereznyts'kyi S.V. Osoblyvosti formuvannya stratehiyi rozvytku sil'skohospodars'kykh pidpryyemstv [elektronnyy resurs] – rezhym dostupu: <http://nauka.kushnir.mk.ua/?p=13473>. 5. Sirenko N. Osoblyvosti stratehichnoho upravlinnya rozvytkom ahrarnykh pidpryyemstv [elektronnyy resurs] – rezhym dostupu: <http://217.77.213.157:8080/jspui/bitstream/123456789/415/3.pdf>.

Надійшла(received) 07.10.2015

Відомості про авторів / About the authors

Соколенко Володимир Анатолійович – кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»; тел.:(050) 302-62-47; e-mail: v_sokol@bk.ru.

Sokolenko Volodymyr Anatoliyevych – Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), Full Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"; tel.:(050) 302-62-47 ; e-mail: v_sokol@bk.ru.

Бондаренко Олена Миколаївна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка; тел.:(095) 250-30-57; e-mail:Helen_1117@mail.ru.

Bondarenko Olena Mykolayivna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student; tel.:(095) 250-30-57; e-mail: Helen_1117@mail.ru.

І. А. ФЕДОРЕНКО, В. О. МЯСНИКОВ

ІННОВАЦІЙНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ЯК ОСНОВА КОНКУРЕНТОСТІЙКОСТІ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Сформовано концептуальні основи формування інноваційного потенціалу підприємств машинобудування, узагальнено елементи інноваційного потенціалу та критерії його оцінки. Виявлено характеристики підприємства, які сприйнятливі до інновацій. Запропоновано, що основними завданнями управління інноваційним потенціалом підприємства (ПП), є: планування і придбання ресурсів, необхідних для досягнення інноваційної мети (формування ППП), кількісне і якісне поліпшення стану ППП (нарощування ППП) і перетворення компонентів інноваційного потенціалу в кінцевий інноваційний продукт (реалізація ППП). Основою системного вивчення інноваційного потенціалу підприємства як об'єкта управління є дослідження процесу реалізації основних функцій управління (планування і прогнозування, організація і координація, мотивація і стимулювання, контроль та оцінка) по відношенню до компонентів ППП, що дозволить підвищувати рівень конкурентостійкості підприємств машинобудування.

Ключові слова: інноваційний потенціал підприємства, конкурентостійкість підприємства, інноваційний розвиток підприємства, інноваційний бар'єр, управління інноваційним потенціалом підприємства

Вступ. В сучасних економічних умовах відбувається посилення і загострення конкуренції між підприємствами машинобудування, і все більш важливим фактором успіху стає ступінь інноваційної активності підприємств, залучених до конкурентної боротьби за споживача та нові ринку збуту. Динамічність ринкового середовища не дає господарюючим суб'єктам можливості передбачити з високим ступенем точності, який саме інноваційний продукт, випущений на ринок, буде мати успіх. У зв'язку з цим особлива важливість надається питанням виявлення тих можливостей, реалізація яких дозволяла б забезпечувати виробництво інновацій і відповідно підвищувати рівень конкурентостійкості підприємств. Основним фактором успіху інновації на ринку є наявність у підприємства високого інноваційного потенціалу. Однак саме по собі наявність високого інноваційного потенціалу не гарантує успішне впровадження інновації: особливу роль відіграє ефективне управління інноваційним потенціалом, що забезпечує високі конкурентні переваги.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблема формування та реалізації інноваційного потенціалу підприємств машинобудування за рахунок уточнення факторів внутрішнього та зовнішнього середовища і умов, що визначають формування складових потенціалу, здійсненню та управлінню інноваційною діяльністю в сучасних умовах господарювання приділяється досить багато уваги. Серед видатних вчених, які працювали в царині цих проблем, можна виділити роботи С. Ілляшенка [1], Д. Кокуріна [2.], Є. Лапіна [3], Ф. Поклонського та Є. Галушко [4], Н. Чухрай [5], Н. Яковлева [6] та ін. Проте окремі питання щодо змісту поняття «інноваційний потенціал», реалізація та управління інноваційного потенціалу підприємств машинобудування та підвищення рівня конкурентостійкості підприємств з позиції концептуального підходу залишаються не досить дослідженими і потребують більш ґрунтового вивчення.

Метою статті є удосконалення науково-

методичного підґрунтя дослідження питань формування концептуальних основ підвищення ефективності управління інноваційним потенціалом підприємств машинобудування та рівня конкурентостійкості підприємств в умовах невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Аналіз здатності підприємства до інноваційного розвитку визначається шляхом порівняння його інноваційного потенціалу з оптимальним набором характеристик підприємства, сприйнятливості до інновацій. Основне завдання цього етапу полягає в тому, щоб визначити фактори негативного впливу, нейтралізувати їх і виявити позитивні впливи що сприяють розвитку. Важливими характеристиками підприємства, що є сприйнятливими до інновацій, є:

- 1) наявність умов для проведення самостійних фундаментальних і прикладних наукових досліджень;
- 2) можливість впровадження у виробництво многосерійного випуску розробленого продукту;
- 3) організаційне, кадрове й фінансове забезпечення інноваційної діяльності;
- 4) наявність збутових можливостей для просування нового продукту на ринок і подальше закріплення ринкових позицій;
- 5) інформаційне забезпечення інновацій й можливості використання в інноваційному процесі.

Слід зазначити, що в умовах ринку, який характеризується мінливістю попиту та пропозиції, змінами цін на товари і фактори виробництва в конкурентному середовищі й іншими макро- і мікроекономічними факторами, однією з першочергових завдань керівництва підприємства стає формування й оцінка поточних і перспективних можливостей підприємства, а саме його потенціалу. Інноваційний потенціал підприємства виступає у якості одного із найважливіших компонентів загального економічного потенціалу.

Інноваційний потенціал підприємства – це міра готовності виконати завдання, що забезпечують досягнення поставленої інноваційної цілі, тобто міра готовності до реалізації проекту. У ринкових умовах

до інноваційного потенціалу можуть бути віднесені всі ресурси, які забезпечують досягнення конкурентних переваг підприємства шляхом розробки й запровадження інновацій [5]. Інноваційний потенціал організації представляє собою рівень готовності організації до реалізації чи проекту програми інноваційних стратегічних змін [1]. Елементами інноваційного потенціалу підприємства є його матеріальні, маркетингові, трудові й фінансові ресурси.

Інноваційний потенціал розглядають, як здатність до сприйняття ідей інновацій, можливість виробити і просувати інновації на ринок. Ф. Ю. Поклонський та Є. С. Галушко [4] визначають інноваційний потенціал підприємства як здатність підприємства розробляти і впроваджувати нововведення у відповідності з необхідними якісними стандартами з метою адаптації до змін у зовнішньому середовищі. С. В. Лапін [3] вважає, що інноваційний потенціал разом з інформаційним є складовими частинами інтелектуального потенціалу підприємства. Вони регулюють виробничі процеси, сприяють підвищенню продуктивності праці, ефективності використання предметів праці і енергетичних ресурсів. Д. І. Кокурін пропонує виділення трьох складових інноваційного потенціалу – ресурсної, результативної та внутрішньої. Структура інноваційного потенціалу представлена єдністю трьох його складових: ресурсної, внутрішньої, результативної, які співіснують, взаємно [2]. Так, ресурсна складова інноваційного потенціалу залежить від можливостей використання кожного одиничного господарського ресурсу в інноваційному процесі. Інтенсифікація інноваційної діяльності дозволяє підвищити ефективність використання ресурсної складової, а звідси й інноваційного потенціалу в цілому. Головним принципом виділення ресурсних елементів потенціалу є їх функціональна роль в інноваційному процесі. Ця складова передбачає матеріально-технічні, інформаційні, фінансові, людські ресурси, які в свою чергу теж поділяються на частини, існуючі в безпосередньому зв'язку та взаємозалежності. Кожна зі складових грає важливу роль, впливаючи на якісну та кількісну оцінку інноваційного потенціалу.

Внутрішня складова інноваційного потенціалу – це так званий «важіль», що забезпечує дієздатність й ефективність функціонування інших його елементів. Її доцільно представити інститутами (суб'єктами інноваційної діяльності), які забезпечують: внутрішні процеси інноваційної діяльності (винахід і виробництво нового продукту); безпосереднє впровадження нових технологій; взаємозв'язок об'єкта дослідження (підприємства) як з наукою, яка надає прогресивні ідеї і вже оформлені інноваційні розробки, так і з ринком, який споживає готовий продукт, а також методами, засобами організації управління течією інноваційного процесу [2]. Результативна складова показує результат реалізації існуючої можливості, тобто той реальний фактичний інноваційний продукт, отриманий в інноваційному

процесі, а саме досягнутий рівень потенціалу. Доцільність виділення цієї складової підтверджується тим, що саме інноваційний продукт як результат інноваційних процесів обумовлює подальше не лише кількісне, але й якісне зростання інноваційного потенціалу системи (господарюючого суб'єкта). Він сприяє розвитку ресурсної складової, як що це продукт, внутрішньої частини інноваційного потенціалу, якщо це здійснена інновація в самій інноваційній сфері. Результативна складова інноваційного потенціалу являє собою цільову характеристику цієї категорії, що проявляється в потоках інноваційної продукції, головним чином забезпечуючи його відтворення. Розглядаючи досліджуване поняття ширше, Н. Г. Яковлева визначає інноваційний потенціал, як: сукупність певних ресурсних елементів; чинники, які впливають на розвиток і управління ним; організаційно-економічний механізм, сукупність форм, методів і важелів, що створюють необхідні умови для ефективного управління цим потенціалом з урахуванням дії основних чинників. На думку зазначеного автора, з погляду ресурсного підходу інноваційний потенціал підприємства – сукупність взаємодіючих і взаємопов'язаних кадрових, науково-технічних, виробничо-технологічних і фінансово-економічних ресурсів, необхідних для здійснення інноваційної діяльності, які здатні продукувати інновації за наявності сприятливих умов. Отже, в досліджуване поняття входять чотири ресурсних елементи. Кожний з них може бути оцінений за допомогою кількох показників, таким чином складається певна система показників, для визначення інноваційного потенціалу [6]. Інноваційний потенціал – це сукупність інноваційних ресурсів, які перебувають у взаємозв'язку, та умово забезпечувальних чинників, що створюють необхідні умови для оптимального використання цих ресурсів для того, щоб забезпечити досягнення відповідних орієнтирів інноваційної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства в цілому.

Аналіз існуючих підходів до визначення суті інноваційного потенціалу підприємства дозволяє зробити висновок про те, що відсутність єдності в думках учених і в розроблених методиках пояснюється суперечністю характеру та багатоплановістю цього явища. Основним фактором при виборі стратегії інноваційної діяльності підприємства є його фінансове забезпечення. Основне завдання цього етапу полягає у визначенні факторів, які перешкоджають інноваційному розвитку. Як критерії оцінки інноваційного потенціалу можна виділити такі [1]:

- гнучке керівництво, здатне йти на ризик;
- прогресивна організаційна структура керування, орієнтована на роботу в ринкових умовах;
- наявність інформації про тенденції зміни потреб і запитів споживачів, уміння виявляти й прогнозувати приховані (майбутні) потреби й запити;
- добре знання можливостей і потенціалу конкурентів;

- наявність досвіду в розробці новачій і їхньому просуванні на ринку, в тому числі досвіду формування мережі збуту;
- наявність патентів на технічні рішення й технології в обраній галузі діяльності;
- доступ до останніх досягнень науки й техніки в обраній галузі діяльності;
- кадровий потенціал (науковий, інженерний і робочий);
- конкурентоспроможні технології й прогресивне устаткування;
- висока якість продукції й висока культура виробництва;
- резерви виробничих площ і потужностей.

Основною рушійною силою інноваційного потенціалу є модель «вплив - реакція - вплив». Суть її полягає в тому, що господарюючий суб'єкт постійно відчуває певні дії з боку зовнішньої середовища: посилення конкуренції, взаємини з постачальниками, державна політика в області бізнесу та ін. Внаслідок цього у господарюючого суб'єкта формується реакція, що дозволяє йому продовжувати існувати на ринку або призводить його до реструктуризації або до банкрутства. Таким чином, інноваційний потенціал схильний до постійних впливів зовнішнього середовища і для швидкої та ефективної реакції необхідно правильно оцінювати поточний стан всіх складових його елементів.

Інноваційний потенціал підприємства формується протягом усього життєвого циклу господарюючого суб'єкта, причому це пов'язано з декількома факторами: по-перше, збільшення числа рутин дозволяє накопичити певний досвід у вирішенні тих чи інших завдань, які використовуються в поточній діяльності; по-друге, є певний набір реакцій, які можуть відповідати на дії з боку зовнішньої середовища; по-третє, підприємство вже має досвід подолання як внутрішніх, так і зовнішніх бар'єрів.

У процесі інноваційної діяльності підприємства виникають інноваційні бар'єри, що перешкоджають ефективній реалізації інноваційного потенціалу в конкретну форму інновацій. Інноваційний бар'єр є причиною порушення процесу реалізації інноваційного потенціалу підприємства, який проявляється у невідповідності між фактичними і проектними показниками його використання. Класифікацію інноваційних бар'єрів доцільно проводити за такими ознаками, як: ступінь подолання (легкі, важкі, непереборні бар'єри), джерела виникнення (зовнішні і внутрішні бар'єри) і функціональна сфери діяльності підприємства (науково-технічні, виробничі, кадрові, маркетингові, організаційно-управлінські бар'єри). Використання подібної класифікації дозволяє підвищити ефективність управління інноваційним потенціалом підприємства.

Ефективність управління інноваційним потенціалом підприємства визначається комплексним підходом до постановки та вирішення його основних завдань. Основними завданнями управління інноваційним потенціалом підприємства є:

планування і придбання ресурсів, необхідних для досягнення інноваційної мети (формування ІПП), кількісне і якісне поліпшення стану ІПП (нарощування ІПП) і перетворення компонентів інноваційного потенціалу в кінцевий інноваційний продукт (реалізація ІПП). Основою системного вивчення інноваційного потенціалу підприємства як об'єкта управління є дослідження процесу реалізації основних функцій управління (планування і прогнозування, організація і координація, мотивація і стимулювання, контроль та оцінка) по відношенню до компонентів ІПП.

Значну роль в успішному управлінні інноваційним потенціалом підприємства відіграє його оцінка, яка повинна виражати ступінь забезпеченості компонентами інноваційного потенціалу (людськими, матеріально-природними, техніко-технологічними, інституційними, організаційними, інформаційними ресурсами) різних сфер діяльності підприємства (виробничої, науково-технічної, кадрової, маркетингової, управлінської).

Однією з найбільш важливих завдань оцінки інноваційного потенціалу підприємства є виявлення інноваційних бар'єрів, що виникають в процесі управління інноваційним потенціалом в рамках реалізації інноваційного проекту. Це завдання вирішується шляхом застосування алгоритму, на першому етапі якого експертним або аналітичним способом визначається, в якій сфері діяльності підприємства і в процесі використання якого компонента інноваційного потенціалу виникає інноваційний бар'єр. На другому етапі оцінюється ризик виникнення кожного бар'єру, після чого розраховуються резерви ресурсних можливостей, які потім порівнюються з показниками інноваційних бар'єрів. За результатами порівняння на третьому етапі приймається рішення про можливість здійснення інноваційного проекту і плануються заходи щодо подолання інноваційних бар'єрів.

Питома вага та вплив складових елементів структури інноваційного потенціалу на цілісний механізм конкурентостійкості підприємства залежні від підпорядкованості, особливостей економічної діяльності та приналежності його до певної галузі народного господарства.

Сьогодні від машинобудівної галузі України як однієї з базових галузей національного господарства залежить не тільки ефективність функціонування інших галузей і промисловості а й підтримка соціально-економічної стабільності та забезпечення передумов економічного зростання в країні. Невизначеність зовнішнього і внутрішнього середовища негативно впливає на керованість виробничим і фінансово-економічними процесами в галузі, що призводить до зниження ефективності її функціонування. У загальному розумінні конкурентостійкість підприємства являє собою динамічну у часі та постійну по відношенню до об'єкта визначення характеристику господарюючого суб'єкта, яка дозволяє йому на протязі стратегічного періоду отримувати та розвивати власні конкурентні

переваги, формувати та використовувати сукупний конкурентний потенціал, а також забезпечувати достатній рівень конкурентоспроможності й ефективності функціонування. Використання адаптивного управління як фактора забезпечення конкурентостійкості підприємств машинобудування обумовлено його спроможністю до утворення фундаменту розвитку. Воно пов'язано із впливом на параметри економічного потенціалу підприємств і припускає дію чинників, що забезпечують хід адаптації, її терміни, зниження несприятливих наслідків. Відповідно, адаптаційні заходи, які спрямовані у першу чергу на економію наявних ресурсів, забезпечуючи ефективність тактичних дій та формуючи стратегічні адаптаційні процеси, виступають основою забезпечення конкурентостійкості підприємств машинобудування.

Висновки. Таким чином, слід зазначити, що найбільш обґрунтованим є визначення інноваційного потенціалу підприємства як здатності, що характеризує граничні можливості підприємства для здійснення інноваційної діяльності. Інноваційний потенціал залежить від внутрішніх параметрів системи: організаційних структур менеджменту, професійно-кваліфікаційного складу промислово-виробничого персоналу, а також зовнішніх умов господарської діяльності і ін. Інноваційний потенціал набуває якісних характеристик тільки в результаті взаємозв'язку і взаємодії його складових елементів та забезпечує високий рівень конкурентостійкості підприємств.

Перспективами подальших досліджень є виявлення типології факторів впливу на процеси забезпечення адаптивного управління підприємствами машинобудування на засадах слабких сигналів, що ґрунтовно доповнюють спектр факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Результатом є вибір найбільш доцільного управлінського рішення з

урахуванням його корисності для підприємств машинобудування.

Список літератури: 1. *Ильяшенко С. Н.* Инновационное развитие субъектов хозяйственной деятельности // Механизм регулирования экономики, экономика природокористування, экономика підприємства та організація виробництва. – Вип.1. – Суми: Вид-во СумДУ, 2000. – С. 110-116. 2. *Кокурин Д. И.* Инновационная деятельность. – М.: Экзамен, 2001. – 575 с. 3. *Лалин Е. В.* Экономический потенциал предприятия: Монография. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2002. – 310 с. 4. *Поклонський Ф. Ю., Галушко Є. С.* Основні напрямки підвищення ефективності використання інноваційного потенціалу підприємств // Проблеми формування антикризисної політики і механізму банкрутства підприємств: Сб. науч. тр. – Донецьк: ІЭП НАН України, 2008. – С. 162-165. 5. *Чухрай Н.* Формування інноваційного потенціалу підприємства: маркетингове та логістичне забезпечення: Монография. – Львів: Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2002. – 316 с. 6. *Яковлева Н. Г.* Оцінка інноваційного потенціалу підприємств та ефективності його використання // Вісник КНТЕУ, 2007. – № 1. – С. 45-52.

Bibliography (transliterated): 1. *Yl'ashenko, S. N.* (2000), "Innovative development of economic entities", *Mekhanizm rehulivannia ekonomiky, ekonomika pryrodokorystuvannia, ekonomika pidpriemstva taorhanizats na vyrobnystva*, vol. 1, pp. 110-116. 2. *Kokurin, D.I.* (2001), *Innovatsionnaja dejatel'nost'* [Innovative activities], Jekzamen, Moscow, Russia. 3. *Lapin, E.V.* (2002), *Jekonomicheskij potencial predpriatija* [The economic potential of the enterprise], ITD «Universitetskaja kniga», Sumy, Ukraine. 4. *Poklons'kij, F.Ju. and Galushko, E.S.* (2008), "The main directions of improving the efficiency of the innovation potential of enterprises", *Problemy formirovanija antikrizisnoj politiki i mehanizma bankrotstva predpriyatij*, vol. 1, pp. 162-165. 5. *Chukhraj, N.* (2002), *Formuvannia innovatsijnogo potentsialu pidpriemstva: marketynhove ta lohystyчне zabezpechennia* (Formation of innovative potential of enterprise, marketing and logistics), Vydavnytstvo Natsional'noho universytetu «Livivs'ka politekhnika», Lviv, Ukraine. 6. *Yakovleva, N. H.* (2007), "Estimation of innovative potential of enterprises and its efficiency", *Visnyk KNTEU*, vol. 1, pp. 45-52.

Надійшла (received) 13.11.20115

Відомості про авторів / About the authors

Федоренко Ірина Анатоліївна – доктор економічних наук, професор Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», професор кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів, тел. 067-95-99-844, e-mail: genasvale1@mail.ru

Fedorenko Irina – Doctor of Economics Sciences, Professor of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Professor of International Management and Finance, tel. 067-95-99-844, e-mail: genasvale1@mail.ru

Мясников В'ячеслав Олегович – здобувач кафедри економіки підприємств міського господарства, Харківський національний університет міського господарства ім. О.М.Бекетова, тел. 097-606-40-27, email: slava.myasnikov1990@gmail.com

Miasnykov Viacheslav – Applicant at the department of Economic enterprises of urban farming, O.M.Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv, tel. 097-606-40-27, email: slava.myasnikov1990@gmail.com

О. І. ЧАЙКОВА, Ю. Ю. МІРОШНІЧЕНКО

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

У статті проведено аналіз основних факторів, які впливають на розвиток однієї з найрозвинутіших галузей харчової промисловості України – кондитерської галузі. Розглянуто основних виробників українського внутрішнього кондитерського ринку та виявлено їх основних конкурентів – іноземних виробників. Досліджено зміни в об'ємах експорту продукції та визначено чинники найбільшого впливу на нього, також описані основні тенденції та перспективи розвитку кондитерської галузі у найближчий час. Надано рекомендації, які допоможуть стабільно утримувати свої позиції на ринку українським виробникам.

Ключові слова: кондитерська промисловість України, експорт, поставки, стратегічний план, конкуренція.

Вступ. Український ринок кондитерських виробів – один із найбільш розвинутих у вітчизняній харчовій промисловості. Кондитерські вироби є групою харчових продуктів широкого асортименту, які споживаються майже усім населенням. Ця галузь має потужний потенціал і є однією з найрозвинутіших в харчовій промисловості України, тому є актуальною темою для досліджень. Сьогодні український кондитерський ринок майже нічим не відрізняється від європейського, оскільки вітчизняні виробники пропонують різноманітний асортимент кондитерської продукції своїм споживачам, який налічує близько 1000 найменувань, тим самим постійно скорочуючи загальний імпорт солодощів в Україну.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питаннями розвитку кондитерської галузі України займалися такі науковці як Тюха І.В., Кравчук Н.В., зокрема, питаннями розвитку кондитерства в Україні – Шестак О.В., Стрельникова Д.В. Проблемам розвитку кондитерської галузі присвячені роботи багатьох вітчизняних фахівців, зокрема Заїчковського А.О., Закревської Л. М., Ткаченко О. М., Лагоди Т. В., Азаріна Е. М., Радкевич Л., Юрик Я. І. та інших. У цих роботах розглядалися проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі, проводився аналіз стану монополізації ринку кондитерських виробів.

Постановка проблеми. Дослідження науковців, які було проведено раніше носили загальний характер та описували питання експорту та імпорту лише в цілому, не заглиблюючись в динамічні, структурні та сегментні зрушення. Нанащу думку, важливим є не просто дослідити динаміку показників, які характеризують кондитерську галузь України, а виявити фактори, які впливають на неї.

Завдання дослідження. Головним завданням дослідження є проаналізувати тенденції кондитерської промисловості України, виявити основні фактори, які впливають на розвиток галузі та перспективи її розвитку.

Результати дослідження. На сьогодні виробництво кондитерської продукції є однією з найрозвинутіших галузей харчової промисловості України. Кондитерська галузь забезпечує робочі місця для 170 тисяч фахівців. За даними інформаційно-

аналітичного агентства «Союз-Інформ», обсяг українського ринку кондитерських виробів у цілому становить 1-2 млн. т, або \$2-3 млрд. Такий об'єм випуску дає змогу не лише повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку, а й експортувати її у значних обсягах за кордон.

За даними міжнародної дослідницької компанії TNS, кожний українець з'їдає приблизно 2 кг шоколаду. Ця цифра менша східноєвропейського рівня щорічного споживання в 4–5 кг шоколаду на душу населення. Для прикладу, в Росії цей показник вищий – 5 кг. У Західній Європі та США – 5–6 кг шоколаду на рік. Середньостатистичний житель Швейцарії споживає понад 13 кг шоколадної продукції на рік. Слід зазначити, що існують широкі перспективи для розвитку вітчизняної шоколадної галузі, оскільки існуючий на даний момент у країні рівень споживання на душу населення має великий потенціал для зросту (за умови поліпшення добробуту населення).

Основні виробники українського внутрішнього кондитерського ринку поки що успішно випереджають іноземних виробників. Власне, останніх на нашому ринку не так і багато – голландський концерн «Марс» – традиційний лідер виробництва шоколадних батончиків і постачальник драже і цукерок ТМ Ferrero. У низці супермаркетів можна знайти шоколадні цукерки італійських компаній Sorini, Witor's, французьких – Vahlrona, Cemoi, Jaqucot, Maxim's, бельгійських – Duc d'O і Hamlet німецьких – Storck, Mauxion і P. Reber, скандинавської Fazer, швейцарських – Frey, Midor, Lindt і деяких російських – А. Коркунов, ф-ка ім. Бабаєва, «Рот Фронт» та ін.

В Україні працюють майже 800 компаній-виробників кондитерської продукції. При цьому 5 компаній-лідерів займають понад 60 % у структурі національного виробництва, що свідчить про високу концентрацію на цьому ринку (рис. 1). Між першими 12–15 найбільшими компаніями конкуренція зберігається на досить високому рівні – як за ціновими, так і за неціновими (якість, упаковка тощо) параметрами. Переважна кількість малих виробників кондитерських виробів слабо модернізовані, їхні ринки збуту обмежені, в них відсутні розвинені

торгові марки. Вони не конкурують із великими виробниками та займають відносно вільні ніші – виробництво борошняних кондитерських виробів із використанням ручної роботи (торти й тістечка); робота на замовлення роздрібних торговельних мереж. Завдяки нижчій цінній політиці скорочують собівартість виробництва за рахунок дешевшої сировини.

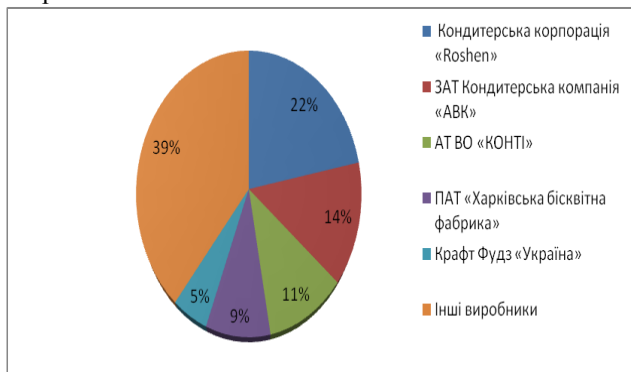


Рис. 1 – Поділ ринку кондитерських виробів України за основними гравцями в 2014 році

Українська кондитерська промисловість вже довела свою конкурентоздатність на внутрішньому та зовнішньому ринках: продукція цієї галузі відповідає європейським показникам якості. Структура імпорту та експорту кондитерської продукції за країнами залишалася незмінною останні 10 років, що, саме по собі, було досить гарною тенденцією. Але нещодавній конфлікт з Росією призвів до того, що експорт кондитерської продукції з України значно скоротився. В попередні роки (до конфлікту з РФ) країна експортувала до Росії кондитерських виробів більше майже на \$600 млн., При цьому корпорація Roshen забезпечувала майже половину загальноукраїнського експорту.

За даними Міністерства доходів і зборів, в 2013 році зниження поставок всіх кондитерських виробів з України на зовнішні ринки склало 9,8% до 2012 року (407,2 тис. тонн), тоді як за перше півріччя 2014-го обсяги експорту борошняних кондитерських виробів знизилися на 16,6%, до 63,6 тис. тонн, шоколадних – в 1,6 рази, до 46,83 тис. тонн, та цукристих – майже на 22,6%, до 32,68 тис. тонн порівняно з аналогічним періодом минулого року.

Серйозний вплив на експорт кондитерських виробів з України має також введення зі сторони Білорусі з 1 червня 2014 ліцензування імпорту певних видів борошняних кондитерських виробів та сировини для їх виробництва з країн, що не входять до складу Митного союзу. Це нововведення, за оцінками експертів «Укркондпрома», обійдеться Україні втратами у розмірі 130 млн. грн. до кінця 2014-го. Сусідня країна вже неодноразово використовувала й інші методи обмеження поставок української продукції: навесні 2013 року білоруські мережі були зобов'язані реалізовувати не більше 15% імпортних кондитерських виробів, що позначилося на українських експортерах, адже в пасхальний період

продажі зазвичай росли. Крім того, Білорусь застосовувала до української продукції посилений митний контроль, що давало можливість затримувати вантаж на митниці до 20 днів з можливістю продовження цього терміну.

Нестабільні відносини з Митним союзом змушують наші підприємства посилено займатися пошуком нових ринків реалізації. Одним з можливих виходів для вітчизняних кондитерів може стати ринок країн ЄС, однак процес налагодження там активних продажів займе п'ять-сім років. З іншого боку, кондитерський ринок Євросоюзу є досить насиченим, що потребує від українських виробників розширення власного асортименту, а також приведення якості продукції до європейських стандартів, причому для конкурування з європейською продукцією не тільки на зовнішньому ринку, а й на внутрішньому (у разі вступу до ЄС).

В теперішній час не очікується виходу на зовнішні ринки кондитерських виробів нових українських компаній, тому що повторити проекти великих компаній складно. Сьогодні для стабільного утримування своїх позицій на ринку виробникам кондитерської галузі потрібні довгострокові інвестиції в обладнання та великі оборотні фонди. Зі зростанням торговельних мереж більш жорстокими стають їхні вимоги до постачальників – безперервним має бути постачання і постійною реклама своєї продукції, що для невеликих фабрик не є можливим.

Найпоширенішою проблемою кондитерського збуту є яскраво виражена сезонність. Варто зазначити, що сезонні коливання попиту на кондитерську продукцію посилюють вплив фактора упаковки товару на обсяги продажів. Існує специфічна група товарів кондитерської промисловості, реалізація якої прямо залежить від упаковки. Це подарункові набори кондитерських виробів до свят (наприклад, новорічні подарунки). Відповідно до думки експертів, продажі такої групи товарів, як кондитерські вироби в упаковці з новорічною символікою, в кінці грудня зростають до 90% від загального обсягу поставок на ринок.

Експерти ринку вважають, що ціни на кондитерські вироби будуть рости, насамперед через подорожчання імпортової сировини та енергоресурсів.

Серед стратегічних планів кондитерів слід виділити наступні: модернізацію виробництва для виготовлення якісної продукції, установку високотехнологічного обладнання, яке дає змогу розширювати асортимент; інноваційні кроки в сфері асортименту й маркетингової політики; активізацію рекламної діяльності; удосконалення системи розподільної логістики; розширення каналів збуту й відносин із роздрібними торговельними мережами; зближення виробника зі споживачем (промо-заходи, участь у цінних акціях, розміщення свого торгового обладнання в залах магазинів); а також переорієнтація з виробництва продукції преміум-класу (дорогих шоколадних цукерок в коробках) на збільшення обсягів вагових шоколадних цукерок.

Висновки. Кондитерський ринок України пройшов етап формування та активного розвитку і на даному етапі знаходиться на стадії жорстокої конкурентної боротьби за споживача. Проведене дослідження дозволило визначити основні фактори та тенденції розвитку даного ринку.

Важливою проблемою є виготовлення продукту належної якості і в Україні, для локальних споживачів, що буде вкрай необхідним у разі вступу до ЄС. Необхідно також налагодити стосунки і з державами, які не досить дружельно ставляться до продукції українського виробництва. Хоча, і за таких умов теперішній стан ринку кондитерської промисловості можна визначити як стабільний, що забезпечують кілька великих підприємств.

Наразі кондитерський ринок України є висококонкурентним та насиченим. На нашу думку, у наступні декілька років рівень концентрації українського кондитерського ринку підвищуватиметься, оскільки головною передумовою розвитку галузі є удосконалення виробництва, що потребує значних капітальних інвестицій, які є непосильними для дрібних кондитерських виробників.

Кондитерський ринок України в найближчі роки чекатиме спеціалізація, а виробництво й надалі концентруватиметься в найбільших холдингах.

Список літератури: 1. Тюха І. В. Сучасні тенденції розвитку світового ринку кондитерських виробів [Текст] / І. В. Тюха, Н. В. Кравчук // Ефективна економіка. - 2012. - №5. - С. 53-58. 2. Стрельникова, Д. Сегментація українського ринку кондитерських изделий [Текст] / Д. Стрельникова // Економіка та держава. - 2010. -

№ 3. - С. 69 - 71. 3. Шестак, О. В. Сучасний стан та тенденції розвитку кондитерської галузі [Текст] / О. В. Шестак // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми розвитку українського суспільства. - Харків: НТУ «ХПІ». - 2013. - № 6(980). - С. 132-137. 4. Обзор рынка кондитерских изделий Украины [Електронний ресурс] - Режим доступу : \www/ URL: http://pro-consulting.com.ua/analiz/pitanie/kond/index1.html/ - 24.10.2014 р. - Загл. з екрану. 5. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] - Режим доступу: \www/ URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html/ - 24.10.2014 р. - Загл. з екрану. 6. Гагарина А. Шоколадные настроения / А. Гагарина // Хлеб и кондитерка. - 2011. № 1- (76). 7. Закревська Л. М. Сучасний стан та перспективи розвитку експортної політики підприємств кондитерської промисловості України / Л. М. Закревська // Економіка: проблеми теорії та практики : зб. наук. пр. - Д. : ДНУ, 2010. - С. 752-757. 8. Силивончик А. Остатки сладких / А. Силивончик // Бизнес. - 2011. - № 12. - С. 63-66.

Bibliography (transliterated): 1. Tyuha, I. V. Suchasni tendentsi yirozvitkusvitovogorinkukonditerskihvirobiv [Tekst] - Efektivnaekonomika. - 2012. - No5. - P. 53-58. 2. Strelnikova, D. Segmentatsiya ukrainskogo ryinka konditerskih izdeliy [Tekst] - Ekonomika ta derzhava. - 2010. - No3. - P. 69-71. 3. Shestak, O. V. Suchasniy stan ta tendentsiyi rozvitku konditerskoyi galuzi [Tekst] - Visnik NTU «KHPi». Seriya: Aktualni problem rozvitku ukrayinskogo suspilstva. - Kharkiv: NTU «KHPi». - 2013. - No6(980). - P. 132-137. 4. Obzor ryinka konditerskih izdeliy Ukrainyi [Elektronniy resurs] - Rezhim dostupu: \www/ URL: http://pro-consulting.com.ua/analiz/pitanie/kond/index1.html/ - 24.10.2014 r. - Zagl. zekranu. 5. Derzhavniy komitet statistiki Ukraini [Elektronniy resurs] - Rezhim dostupu: \www/ URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/oper_new.html/ - 24.10.2014. - Zagl. zekranu. 6. Gagarina A. Shokoladnye nastroyeniya - Hleb i konditerka. - 2011. - No1 (76) 7. Zakrevska L. M. Suchasniy stan ta perspektivi rozvitku eksportnoyi politiki pidpriemstv konditerskoyi promislivosti Ukrainyi - Ekonomika: problemi teoriyi ta praktiki :zb. nauk. pr. - Donetsk, DNU, 2010. - P. 752-757. 8. Silivonchik A. Ostatki sladkih - Biznes. - 2011. - No12. - P. 63-66.

Надійшла (received) 15.10.2015

Відомості про авторів / About the authors

Чайкова Олена Ігорівна, кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів; тел.: (057) 303-17-28; e-mail: bk@mail.ru.

Chaykova Olena Igorivna – Candidate of Technical Sciences (Ph. D.), Docent, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Associate Professor at the Department of Foreign-economic Activity and Finances; tel.: (057) 303-17-28; e-mail: bk@mail.ru.

Мірошніченко Юлія Юріївна, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка; тел.: (095) 250-68-57; e-mail: yulyamiroshnichenko@yandex.ru.

Miroshnichenko Yuliia Yuriivna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student; tel.: (095) 250-68-57; e-mail: yulyamiroshnichenko@yandex.ru.

М. С. ЧІП

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Досліджується поняття конкурентоспроможності товару та критерії оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішніх ринках. Пропонуються шляхи підвищення конкурентоспроможності українського товару та проведений аналіз місця України у глобальному індексі конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність українського товару, індекси глобальної конкурентоспроможності.

Актуальність питання. Останніми роками проблема конкурентоспроможності продукції в Україні стала однією з найбільш важливих. Від випуску конкурентоздатної продукції залежить ефективний та стабільний розвиток економіки. Цей показник характеризує не лише окремі підприємства, а й економіку країни загалом. Але на даний момент конкурентоспроможність української продукції залишається на дуже низькому рівні, не зважаючи на величезний експортний потенціал багатьох галузей української економіки. Тому тема дослідження, присвячена питанню підвищення конкурентоспроможності української продукції на зовнішньому ринку, є досить актуальною.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженню питань, пов'язаних з конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств, приділяється значна увага у науковій та навчально-методичній літературі. Зокрема, дане питання висвітлюється в працях таких науковців, як: І. В. Багрова [1], І. О. Борисюк [2], О. В. Кривешко [3], П. Г. Перерва [4] та інші.

Виклад основного матеріалу. У науковій літературі [5, 6] поняття «конкурентоспроможність продукції» розглядається як набір вартісних та якісних характеристик, що надають можливість створювати для певного товару комплекс переваг у задоволенні споживчих потреб, що і відрізняє його від товарів конкурентів і тим самим створює можливість успішної реалізації товару на ринку. Іншими словами, конкурентоспроможність продукції, характеризується розміром задоволення потреби у порівнянні з товарами-аналогами підприємств, які мають схожі цілі та представлені на тому ж ринку.

За визначенням В. Фоміна, конкурентоспроможність – складне багатоаспектне поняття, яке визначає здатність товару зайняти та вдержати позицію на конкурентному ринку в певний період за конкуренції з іншими аналогічними товарами.[7] Конкурентоспроможність є вагомим критерієм доцільності виходу підприємств на міжнародний ринок.

Україна є молодою державою, тому вітчизняні виробники майже не мають досвіду, щоб бути в змозі конкурувати з міжнародними компаніями, які досягли успіху в умовах жорстокої конкуренції, високої насиченості товарних ринків та перевищення на них пропозиції над попитом.

Українська продукція не відповідає основним критеріям міжнародних стандартів, тому тільки 1% українських товарів та послуг визнані конкурентоздатними на світовому ринку.[7]

Можна виділити основні критерії оцінки конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку:

- наявність споживача даного виду продукції;
- кількість конкурентів, які випускають аналогічну продукцію;
- обсяги виробництва й реалізації продукції підприємств-конкурентів у цілому й у сфері діяльності українського підприємства;
- важливість для конкурентів «панування» на тому сегменті ринку, який опанований чи планується до «завоювання» вітчизняним підприємством;
- основні напрямки конкурентної боротьби на зовнішньому ринку;
- оцінка стратегічної діяльності конкурентів;
- політика горизонтальної інтеграції (з метою виявлення можливостей проведення контролю та управління станом сектору певної галузі);
- розмаїття методів конкуренції (ціни, якість, технологічний рівень, дизайн продукції, сервісні послуги, імідж підприємства, товарний знак тощо);
- стабільність попиту на продукцію, яку має підприємство на кожному сегменті ринку.[8]

Якщо розглядати сучасну діяльність українських підприємств на міжнародному ринку, то можна стверджувати про велику обмеженість експортної номенклатури українських товарів: українська продукція більшою мірою представлена на ринках із переважно ціновою конкуренцією, тобто ринках сировинної продукції і стандартизованих масових готових виробів.

В Україні на сьогоднішній день дуже повільно відбувається переорієнтація з торгівлі сировиною і напівфабрикатами на торгівлю товарами з високою доданою вартістю, іншими словами – високотехнологічними виробами. Тоді як сучасні тенденції світового ринку свідчать про перехід від цінової конкуренції до нецінової, тобто конкуренції технічного та якісного рівня продукції. У конкурентній боротьбі за ринки збуту перемагає не той, хто пропонує нижчі ціни, а той, хто пропонує вищу якість, оскільки продукція з кращою якістю значно ефективніша у використанні.[9]

Недостатня дослідженість сутності і значення

якості продукції продовжує бути однією з основних причин низької ефективності виробництва української продукції та її низької конкурентоспроможності на зовнішньому ринку. Окрім цього, в умовах майже повної залежності України від зовнішніх енергетичних ресурсів, та найвищої в Європі енергоємності найбільш експортованих товарів, неможливо говорити про конкурентоспроможність української продукції.

Чинники від яких залежить конкурентоспроможність фірм на зовнішніх ринках: економічні, інституційні, політичні, культурні, людські і освітні. Ці фактори можна поділити на внутрішні й зовнішні. Згідно теорії конкуренції М. Портера, успіх у міжнародній конкуренції визначають не стільки власне фактори виробництва, скільки те, де й наскільки продуктивно вони застосовуються. Тому серед внутрішніх факторів найважливішу роль відіграє рівень якості управління компанією, тобто рівень підготовки менеджерів, уміння правильно вести ділові операції в умовах постійних змін на ринку. До внутрішніх факторів також відносять: рівень продуктивності праці, технологічний фактор, тобто технічний рівень продукції й параметри технології виробництва.

В Індексі глобальної конкурентоспроможності (Global Competitiveness Index 2013-2014, GCI) Україна за рік опустилася на 11 позицій, посівши 84 місце зі 148 країн. Серед негативних факторів впливу на позицію України у рейтингу можна назвати: доступ до фінансування(16,7%), корупція(15,5%) та податкове адміністрування(11%).[8]

Для підвищення конкурентоспроможності на міжнародному ринку необхідно виявляти й освоювати краще у світовій теорії і практиці, що дозволить розширити можливості зменшення витрат часу й ресурсів.

По суті, основними шляхами підвищення конкурентоздатності української продукції на міжнародному ринку є:

1) Покращення рівню стандартизації, як головного інструменту фіксації та забезпечення заданого рівня якості на підприємствах. В рамках цього – впровадження сучасного комплексу систем управління якістю (організація механізму покращення якості продукції тощо). Висока якість вітчизняної продукції сприятиме створенню високого іміджу України на міжнародних ринках, покращення взаємозв'язків з іншими країнами.

2) Створення умов для поліпшення розвитку інноваційної діяльності, запровадження у виробництво новітніх технологій, сучасних виробів нової техніки, запобігання витоку талановитих розробників. Україна на даному етапі є постачальником технологій, інтелекту на світовий ринок. Але замість того, щоб отримувати від цього прибуток, вона, навпаки, має збитки.

3) Своєчасна реакція на зміни кон'юнктури ринку: українські підприємства повинні оперативіно формувати раціональні та ефективні варіанти

відповідей на ці зміни, а для цього необхідно досконале вивчення потреб ринку.

4) Впровадження сучасного інструментарію захисту внутрішнього ринку та відстоювання інтересів національних виробників.

Отже, для досягнення високого рівня конкурентоспроможності продукції товаровиробникам необхідно проводити широку аналітичну роботу з дослідження ринкового середовища та потреби споживачів, а також визначати наявні проблеми в сфері діяльності самих підприємств з метою визначення шляхів їх подальшого подолання.

Висновки. У результаті даного дослідження було виявлено декілька основоположних моментів щодо визначення конкурентоспроможності українських товарів. Отже, існуючі позиції України на зовнішньому ринку свідчать про дуже низьку конкурентоздатність українських підприємств у світі, що обумовлено рядом проблем, насамперед – сировинною структурою українського експорту. За допомогою індексів конкурентоспроможності було розглянуто місце України в світовому господарстві. На даний момент можна сказати, що в нашій державі існує немало проблем, які перешкоджають інтенсивному розвитку економіки.

Для підвищення конкурентоздатності української продукції, необхідно брати приклад з розвинутих країн, де конкурентоспроможність постійно перебуває в центрі уваги державних діячів та ділових кіл. Незбалансована економічна політика держави, неефективна податкова система та відсутність будь-яких програм заохочення зводять бажання підприємців розвивати виробництво нанівець. В наслідок цього економіка України страждає від застою, бо розвиток економіки може відбуватися тільки завдяки великим виробництвам і державним підприємствам.

Можна сказати, що українські підприємства мають великий потенціал для виходу на міжнародний ринок. Але тільки за умов комплексних дій держави можна вивести вітчизняну продукцію на конкурентоспроможний рівень.

Список літератури: 1. *Багрова І.В.* Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник для студ. вищих навч. закладів. – К.: Центр навчальної літератури, 2004. – 580 с. 2. *Борисюк О.І., Єрьоменко А.В.* Основні напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства // jml.nau.edu.ua. 3. *Кривешико О.В., Сідун П.В.* Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – №720. – Львів, 2011. – С. 180–188. 4. *Перерва П.Г., Романчик Т.В.* Механізм управління рівнем конкурентоспроможності продукції підприємства // Маркетинг і менеджмент інновацій.– 2012.– №4. – С. 230–235. 5. *Колотілін В.М.* Економічна діагностика: Навч.-метод. посібник. – Кривий Ріг: КЕІ, КНЕУ, 2010. – 137 с. 6. *Кривешико О.В., Сідун П.В.* Чинники формування конкурентоспроможності підприємств та кластерів // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – №720. – Львів, 2011. – С. 180–188. 7. *Алтухова І. Н.* Конкурентоспроможність підприємств на зовнішньому ринку / І. Н. Алтухова // Вісник Донецького університету. – 2008. – Вип. 1. – С. 106–111. 8. Рейтинг глобальної конкурентоспроможності

[Електронний ресурс] // Інформаційне агентство Interfax-Україна. – Режим доступу: <http://ua.interfax.com.ua/news/general/166276.html>

Bibliography (transliterated): 1. *Bahrova I.V.* Zovnishn'oeconomichna diyal'nist' pidpryyemstv: Pidruchnyk dlya stud. vyshchych navch. zakladiv. – K.: Tsentri navchal'noyi literatury, 2004. – 580 p. 2. *Borysyuk O.I., Yer'omenko A.V.* Osnovni napryamy pidvyshchennya konkurentospromozhnosti pidpryyemstva // jrn1.nau.edu.ua. 3. *Kryveshko O.V., Sidun P.V.* Chynnyky formuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv ta klasteriv // Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku: Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politehnika». – #720. – L'viv, 2011. – P. 180–188. 4. *Pererva P.H., Romanchuk T.V.* Mekhanizm upravlinnya rivnem konkurentospromozhnosti produktsiyi

pidpryyemstva // Marketynh i menedzhment innovatsiy.– 2012.– #4. – P. 230–235. 5. *Kolotilin V.M.* Ekonomichna diahnostyka: Navch.-metod. posibnyk. – Kryvyi Rih: KEI, KNEU, 2010. – 137 p. 6. *Kryveshko O.V., Sidun P.V.* Chynnyky formuvannya konkurentospromozhnosti pidpryyemstv ta klasteriv // Menedzhment ta pidpryyemnytstvo v Ukraini: etapy stanovlennya i problemy rozvytku: Visnyk Natsional'noho universytetu «L'vivs'ka politehnika». – #720. – L'viv, 2011. – P. 180–188. 7. *Altukhova Y. N.* Konkurentospobnost'predpryyaty na vneshnem rynke / Y. N. Altukhova // Visnyk Donets'koho universytetu. – 2008. – Vyp. 1. – P. 106–111. 8. *Reytynh hlobal'noyi konkurentospromozhnosti [Elektronnyy resurs] // Informatsiyne ahent-stvo Interfax-Ukrayina. – Rezhym dostupu: <http://ua.interfax.com.ua/news/general/166276.html>*

Відомості про авторів / About the authors

Чіп Маргарита Сергіївна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка; тел.: (095) 42-55-777; e-mail: margarita.chip@aiesec.net.

Chip Margaryta – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student; tel.: (095) 42-55-777; e-mail: margarita.chip@aiesec.net.

М. М. ШЕВЧЕНКО, К. О. САПОЖНИКОВА

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ЕКСПОРТУ, ЯК ЧИННИК ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ КОНДИТЕРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті запропоновано шляхи зниження концентрації експорту для українських підприємств кондитерської галузі. Проаналізовано польський кондитерський ринок, як потенційний європейський ринок збуту української кондитерської продукції. Отримані результати дослідження можуть бути використані при розробці стратегії виходу підприємств кондитерської галузі на польський ринок, що дозволить зменшити концентрацію експорту та підвищити конкурентоспроможність даних підприємств на зовнішньому ринку.

Ключові слова: концентрація експорту, диверсифікація експорту, зовнішній ринок, експорт, імпорт.

Постановка проблеми. Кондитерська галузь України є орієнтованою на експорт та, починаючи з 2010 року, постачає на зовнішні ринки близько 40–45% продукції внутрішнього виробництва. У 2013 році країна експортувала 407,2 тис. тон солодкої продукції, що на 7,2% менше, ніж в 2012 році. В 2013 році частка Росії та Казахстану в загальній структурі експорту кондитерських виробів з України складала 87% [5]. З метою забезпечення міжнародної конкурентоспроможності українських кондитерських підприємств, виникає необхідність в зниженні концентрації експорту та в зменшенні їх залежності від контрагенту, переважно за рахунок диверсифікації експорту, шляхом пошуку та аналізу альтернативних ринків збуту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. На вирішення проблеми виходу підприємств на нові зовнішні ринки, як засобу диверсифікації експорту, спрямовані дослідження А. П. Наливайко, В. Д. Немцова, В. С. Пономаренка, О. В. Ковтуна, С. В. Косенко, В. М. Соколовська, О. А. Кириченко, М. Г. Сасенко та ін. [2,9]. Проте невіршеними залишаються проблеми, пов'язані з пошуком шляхів зниження концентрації експорту українських підприємств кондитерської галузі та аналіз потенційних європейських ринків збуту.

Методологічну основу дослідження, представленого в даній статті, складають аналітичні звіти міжнародної компанії Deloitte Touche Tohmatsu Limited, а також річні аналітичні звіти зовнішніх ринків, розроблені Міністерством сільського господарства та продовольства Канади.

Постановка завдання. Основною метою даної статті є розробка можливих шляхів зниження концентрації експорту для українських підприємств кондитерської галузі, а також проведення аналізу потенційного ринку збуту серед країн ЄС на прикладі польського кондитерського ринку.

Результати дослідження. Аналізуючи структуру та динаміку експорту кондитерської продукції українськими підприємствами, можна виявити концентрацію експортних продажів на ринках СНД. Це пояснюється історичними економічними зв'язками між країнами, що мають схожі стандарти якості та традиції споживання продуктів харчування. Орієнтуючись всього на 1–2 ринки,

підприємства–експортери збільшують власну залежність від контрагентів, ризикують порушенням стабільності поставок, можуть понести значні збитки у випадку наявності проблем, пов'язаних з ввозом продукції на ключові ринки.

Саме тому необхідно знизити концентрацію експорту і залежність українських виробників від контрагенту. Для цього необхідно постійно аналізувати зовнішнє середовище та керувати рівнем концентрації експорту. За матеріалами міжнародної компанії Deloitte, для українських кондитерських підприємств запропоновано шляхи зниження концентрації експорту, до яких належать:

- диверсифікація експортних поставок;
- відкриття виробництв на території ключових ринків збуту;
- розвиток внутрішнього ринку [4].

Докладний аналіз інструментів зниження концентрації експорту представлений на рисунку 1.

Якщо раніше для українських кондитерських компаній основним експортним орієнтиром була РФ, то у разі підписання «Угоди про асоціацію між Україною та ЄС» та з відкриттям зони вільної торгівлі, відкриється доступ на європейський ринок [7]. Ринок ЄС має найбільший потенціал до збільшення поставок українських кондитерських виробів, оскільки його обсяг, майже у чотири рази перевищує обсяг відповідного ринку РФ та є більш платоспроможним [8].

Диверсифікація експорту, шляхом виходу на європейський ринок, може стати чинником забезпечення конкурентоспроможності українських підприємств кондитерської галузі на зовнішньому ринку. Саме тому доцільно провести аналіз одного з найбільш перспективних європейських ринків збуту – польського кондитерського ринку.

В 2013 році об'єм польського кондитерського ринку оцінювався в 3 млрд. євро. На світовому кондитерському ринку Польщі належить приблизно 1% об'ємі продажу, а на кондитерському ринку ЄС – 4,1%. Польський кондитерський ринок є найбільшим серед країн Центральної та Східної Європи, якому належить 49% загального об'єму роздрібної торгівлі [1].



Рис. 1.— Шляхи зниження концентрації експорту підприємств кондитерської галузі України

На рис. 2 представлена динаміка об'ємів продажів кондитерської продукції в Польщі протягом 2008–2013 років з прогнозними даними, розрахованими міжнародною компанією KPMG. Таким чином, протягом 2008–2013 років польський кондитерський ринок зріс на 2,3 %. За прогнозними даними об'ємданого ринку до 2018 року зросте до 14 млрд. злотих, тобто на 9% [1].

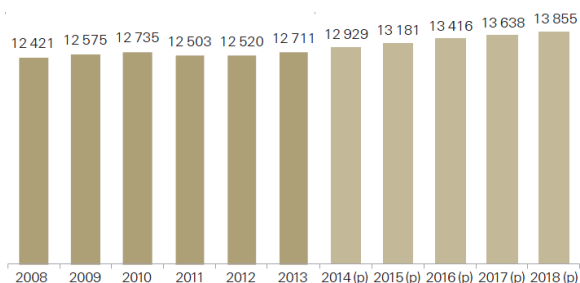


Рис. 2 – Динаміка росту кондитерського ринку Польщі, млн. PLN

Найбільшу частку в структурі виробництва польської кондитерської галузі в натуральному вираженні займає сегмент бісквітної продукції, печива та тортів –46%, а сегмент шоколадної продукції та

кондитерських виробів без вмісту какао – 32% та 22% відповідно [1].

Кондитерські вироби з шоколаду – найбільший сегмент польського кондитерського ринку, частка якого в 2013 році складала 50%. До даного сегменту входять кондитерська продукція, як шоколадки, цукерки, подарункові набори та інша шоколадна продукція. За прогнозними даними очікується приріст даного сегменту на 17,4% до 2018 року. Польські споживачі надають перевагу таким брендам, як Wedel, Wawel, Milka, Solidarność, Goplana, Jutzenka, Mars, Snickers, Prince Polo, Grześki та Lion [3].

Солодкі та солоні закуски – другий за обсягом сегмент польського кондитерського ринку, частка якого в 2013 році складала 19%, з приростом на 3,3% до 2018 року. До даного сегменту входять крекери, фруктові сендвічі, картопляні чіпси, начос, попкорн, кренделі, горіхи та інші солодощі, солоні закуски. Даний сегмент представлений такими брендами, як Lay's, Lajkonik Krakerys, Felix, Crunchips, Star, Bakalland, Chio Chips та Cheetos [1].

Частка даного сегменту печива та тістечок в кондитерській галузі Польщі в 2013 році дорівнювала 14%. Оскільки набирає популярності світова тенденція до здорового харчування, то для сегменту бісквітної продукції відкриваються перспективи нарощування обсягів продажу на 6% до 2018 року,

шляхом випуску широкого асортименту низькокалорійної бісквітної продукції та цілнозернових кондитерських виробів. Серед польських споживачів найбільшою популярністю користуються такі бренди тавиробників печива і тортів, як Pieguski, Delicje, Krakuski, LU, Łakotki, HIT та Leibniz, які належать Bahlsen [1].

Частка сегменту кондитерських виробів з цукру в 2013 році дорівнювала 11%, за прогнозними даними до 2018 року даний сегмент скоротиться приблизно на 7%. На такій цукристій продукції, як льодяники, жувальні цукерки, желе дана тенденція майже не вплине. Серед найбільш відомих брендів представлені Haribo, Kukulki, Mamba, Nimm2, ChupaChups, TicTac, Raffaello та Halls [1].

Частка сегменту жувальної гумки є найменшою та в 2013 році дорівнювала 6%, а до 2018 року зменшиться на 7%. В даному сегменті представлені такі відомі бренди, як Orbit, Winterfresh, Airwaves and Mentos. Сегмент жувальної гумки має достатньо високий ступінь концентрації: частка чотирьох вищезазначених брендів складає понад 90% від загального об'єму продажів. Крім того, трое перших брендів належать одному власнику Wrigley [1].

Загалом на польському кондитерському ринку працюють 585 операторів, 281 з яких займається виробництвом шоколадної продукції, а решта працюють в сегментах бісквітної продукції та продукції без вмісту какао [6].

В структурі каналів розподілу, для кондитерських операторів збільшується роль магазинів, що торгують за зниженими цінами, тобто дискаунтерів, які забезпечили 37% від загальної вартості продажів кондитерських виробів в 2013 році. Через магазини роздрібної торгівлі, гіпер- та супермаркети реалізується по 20% продажів кондитерських виробів, а через Інтернет – 3% [1].

Польська кондитерська галузь є експортноорієнтованою. За період 2009–2013 рр. обсяги експорту у вартісному вираженні зросли на 72,1%, а у натуральному вираженні – на 53,8%. Основними імпортерами польської кондитерської продукції є країни ЄС, а також Росія, Північна Америка, Туреччина та країни Середнього Сходу.

Загальні темпи зростання імпорту протягом 2009–2013 рр. склали 49,3% і 39,3% у вартісному та натуральному вираженні відповідно. Динаміка експорту–імпорту кондитерської продукції в Польщі протягом 2009–2013 рр. у вартісному вираженні представлена на рисунку 3.

Таким чином, польський кондитерський ринок є потенційним європейським ринком збуту продукції для українських кондитерських підприємств та має перспективи росту в шоколадному та бісквітному сегментах.

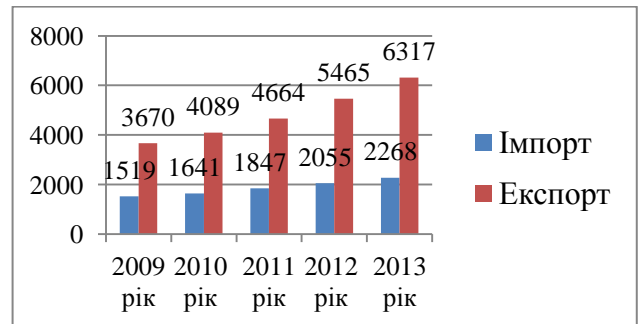


Рис. 3 – Динаміка експорту–імпорту кондитерської продукції, млн. PLN

Висновки. В результаті проведеного дослідження було отримано наступні результати: по–перше, для українських підприємств кондитерської галузі запропоновано такі шляхи зниження концентрації експорту, як диверсифікація експортних поставок; відкриття виробництва на території ключових ринків збуту та розвиток внутрішнього ринку; по–друге, для забезпечення міжнародної конкурентоспроможності українських кондитерських підприємств проаналізовано сучасний стан кондитерської галузі Польщі, як потенційного європейського ринку збуту української кондитерської продукції; по–третє, досліджено перспективи росту польського кондитерського ринку на основі наведених прогнозних даних розвитку його ключових товарних сегментів.

Отримані результати дослідження можуть бути використані при розробці стратегії виходу підприємств кондитерської галузі на польський ринок, що дозволить зменшити концентрацію експорту та підвищити конкурентоспроможність даних підприємств на зовнішньому ринку.

Список літератури: 1. Confectionery Market in Poland 2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kpmg.com] 2. Косенко С.В. Теоретичні положення зовнішньоекономічної діяльності підприємства: визначення та класифікація // Економіка та управління підприємствами. – 2011. – №3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.nbu.gov.ua]. 3. Офіційний сайт Agriculture and Agri–Food Canada [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ats-sea.agr.gc.ca]. 4. Офіційний сайт компанії Deloitte Touche Tohmatsu Limited [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.deloitte.com]. 5. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.ukrstat.gov.ua]. 6. Офіційний сайт Eurostat. European Commission [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://epp.eurostat.ec.europa.eu] 7. Офіційний портал Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kmu.gov.ua]. 8. Офіційний портал продовольчої промисловості. Світ продуктів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.proinfo.com.ua] 9. Соколовська В. М. Формування експортного потенціалу підприємства в сучасних умовах господарювання // Ефективна економіка. – 2009. – №2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.economy.nayka.com.ua]

Bibliography (transliterated): 1. Confectionery Market in Poland 2014 [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: [http://www.kpmg.com] 2. Kosenko S. V. Teoretichni polozhennja zovnishn'oekonomichnoji dijal'nosti pidpriemstva: viznachennja ta klasifikacija Ekonomika ta upravlinnja pidpriemstvami. – 2011. – No3. [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: [http://www.nbu.gov.ua]. 3. Oficijnij sajт Agriculture and Agri–Food Canada [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu:

[<http://www.ats-sea.agr.gc.ca>]. 4. Офіційний сайт компанії DeloitteToucheTohmatsuLimited [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [<http://www.deloitte.com>]. 5. Офіційний сайт Derzhavnoi sluzhbi statistiki Ukraïni. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [<http://www.ukrstat.gov.ua>]. 6. Офіційний сайт Eurostat. European Commission[Електронний ресурс] – Режим доступу: [<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>]. 7. Офіційний портал Кабінету Міністрів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [<http://www.kmu.gov.ua>].

8. Офіційний портал prodovol'choï promislovosti. Svit produktiv [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [<http://www.proinfo.com.ua>]. 9. Sokolovs'ka V. M. Formuvannja eksportnogo potencialu pidpriemstva v suchasnih umovah gospodarjuvannja Efektivna ekonomika – 2009. –No2. [Електронний ресурс]. –Режим доступу:[<http://www.economy.nayka.com.ua>]

Надійшла (received) 15.10.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Шевченко Марина Миколаївна – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів; тел.: (057) 303-17-28; e-mail: bk@mail.ru.

Shevchenko Maryna Mykolaivna – Candidate of Technical Sciences (Ph. D.), Docent, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Associate Professor at the Department of Foreign-economic Activity and Finances; tel.: (057) 303-17-28; e-mail: bk@mail.ru.

Сапожнікова Катерина – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка.

Sapozhnikova Kateryna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student.

A. ZUBKOVA, M. SHVETS

VALUE CREATION IN THE INTERNATIONAL SUPPLY CHAINS BY MEANS OF INFORMATION COMMUNICATION TECHNOLOGY

The definition of value creation is given and centers of value creation in the supply chain are identified. High-technology environment has influenced on companies' performance. Efficiency of using information communication technology increases possibility to satisfy stakeholders with their needs. It is concluded with the centers of value creation in the supply chain where stakeholders' participation plays a key role.

Keywords: value, value creation, supply chain, supply chain management, international supply chain, stakeholder, centers of value creation, performance, information communication technology.

Introduction. Nowadays technology plays a key role in the global business environment. Fast outgoing changes have introduced new kinds of challenges and opportunities to the manufacturing companies. The success of the companies in the global environment depends highly on supply chain efficiency and its capabilities to provide value to the customers.

Human behavior's attributes are changing because of adaptation to technologies. Using information communication technologies by companies helps to engage customers and stakeholders in the value creation. As a result centers of the value creation in the supply chain are changing.

Value creation in the supply chain has attracted considerable attention in the literature. It has typically been characterized as being the result of either external or organization spanning, or internal efforts to improve supply chain performance. Few studies have examined the simultaneous effects of internally and externally focused efforts to improve supply chain performance.

The purpose of this paper is to begin identify how information and communication technology influence on the value creation in the supply chain can help companies to improve their supply chain management. Let us look at some of the basic definitions to improve clarity of the discussion.

1. Definitions. Definition "value" is the most widespread; one of the first definitions was given by A. Smith in his book "The Wealth of Nations" (1776). After this term also had attracted considerable attention in the literature. Moreover, there are only few studies and articles that have identified definition of "value creation" (Veltz P. La nouvelle, 2000 ; Ernst & Young, 2003) and "value creation in the supply chain" (J. Jayaram, V. R. Kannanb & K. C. Tanc, 2004;

An international supply chain is conceptualized as a complex, dynamic system in which disruptions interact with long shipping and lead times to generate costs. Supply chain management is applied by companies across the globe due to its demonstrated results such as delivery time reduction, improved financial performance, greater customer satisfaction, building trust among suppliers, and others. According to D'Amours, Ronnqvist, and Weintraub (2008), companies resort to supply chain practices to improve their performance.

It has been widely recognized that due to the globalization process all boundaries are blurred so

international supply chain we would like to consider as supply chain.

Supply chain is a network of organizations that are involved, through upstream and downstream linkages, in the different processes and activities that produce value in the form of product and services delivered to the ultimate consumer. In other words, a supply chain consist of multiple firms, both upstream (i.e., supply) and downstream (i.e., distribution), and the ultimate consumer. The notion of supply chain describes as "a longer channel stretching from raw materials to components to final products that are carried to final buyer" (Christopher, 2006).

Table 1 – Definitions of value and value creation

	Definition	Author
Value	Value has two different meanings, and sometimes expresses the utility of some particular object, and sometimes the power of purchasing other goods which the possession of that object conveys.	A. Smith (1776)
Value	Value is the chain of activities for a company that operates in a specific industry.	M. Porter (1985)
Value creation	Value is created through an organization's business model, which takes inputs from the capitals and transforms them through business activities and interactions to produce outputs and outcomes that, over the short, medium and long term, create or destroy value for the organization, its stakeholders, society and the environment.	Ernst & Young (2003)
Value creation	Time spent on work can not be considered as a measure of value. Most important now appears in the ability to coordinate. The core value creation becomes immaterial labor. In principle, immaterial labor is not based on scientific and technical knowledge performers, but rather on their ability to communicate and cooperate with others - skills that apply to everyday culture and is not the subject of study.	Veltz P. La nouvelle, (2000)

A summary of prior definitions with the theme is presented in the Table 1.

For the obtaining the research aim “value creation” definition given by Ernst & Young will be used.

Value creation may be defined simply as when an organization or a process outperforms expectations. Value will be viewed from the perspective of various stakeholders including customers, suppliers, the organization’s associates and shareholders.

Value is an integral indicator of satisfaction parameters which are related to the price of product or service. Value creation in the supply chain is understood as the formation of new activities such as manufacturing, distribution and transportation.

Extent of value creation in supply chains is dependent on the attention placed on key initiating mechanisms: structural mechanisms and relationship building. Put simply, this means that firms with superior capabilities in channeling the structural mechanisms identified as well as in building relationships with key boundary spanning entities are able to develop and sustain higher levels of value.

High levels of value creation are in turn positively associated with superior firm performance.

This has implications for supply chain design and configuration (J. Jayaram, V. R. Kannanb & K. C. Tanc, 2004).

For supply chains to generate maximum value in this dynamic environment, they must synchronize the flows of supply with the flows of value from customers in the form of rapidly shifting tastes, preferences, and demand.

Information communication technology (ICT) is an umbrella term that includes any communication device or application, encompassing: radio, television, cellular phones, computer and network hardware and software, satellite systems and so on, as well as the various services and applications associated with them, such as videoconferencing and distance learning. CT refers to technologies that provide access to information through telecommunications. It is similar to Information technology, but focuses primarily on communication technologies. This includes the Internet, wireless networks, cell phones, and other communication mediums.

2. Research model and hypotheses. According to the identifying of value creation in the supply chain it is important to understand how companies should more effectively manage the supply chain in today’s high-technology environment.

Two themes guide the setting of the research hypotheses. First, participants that can have influence on value creation in the supply chain.

Second, the efficiency of the supply chain depends on the using high-tech capabilities to attract clients in value creation.

These relationships are summarized in Figure 1.

H1: Stakeholders as participants of value creation

The term stakeholder emerged in 1963 from a ground breaking memorandum at the Stanford Research Institute, which argued that managers “needed to understand the concerns of shareholders, employees, lenders and suppliers, in order to develop objectives that stakeholders could support”. (Sinclair, 2010) Stakeholders are further defined as any group within or outside an organization that has a stake in the organization and/or its performance (Daft, Murphy & Willmott, 2007) or affects strategic decision making within an organization (Boselie, 2010).

According to Freeman et al. (2010) stakeholder theory was designed to solve three problems which had arisen throughout the last decades, and aims at improving our understanding of value creation and how it is traded, connecting ethics and capitalism, and help managers deal with these matters (Freeman et al., 1997; Parmar et al., 2010).

One may further differentiate between internal and external stakeholders, or primary and secondary ones. Those stakeholders within a firm, i.e. employees, managers, and owners are depicted internal stakeholders, while those outside of the organization, e.g. suppliers, customers, and the government, are defined as external stakeholders.

Moreover, primary stakeholders are crucial to a business’ survival, while secondary stakeholders have no formal claim on the firm; Firms merely ensure to not do them any harm. (Parmar et al., 2010).

Stakeholders influence on one of the main decisions in the supply chain management is “make-or-buy” decision. Those who take this decision can be managers, employees, customers, shareholders and suppliers.

H2: The efficiency of the supply chain depends on the using high-tech capabilities to attract clients in the process of value creation

In supply chains value of goods and services increases at each stage from contractors to suppliers, and after finally to consumers. The added value created along the chain is distributed between the participants and their employees.

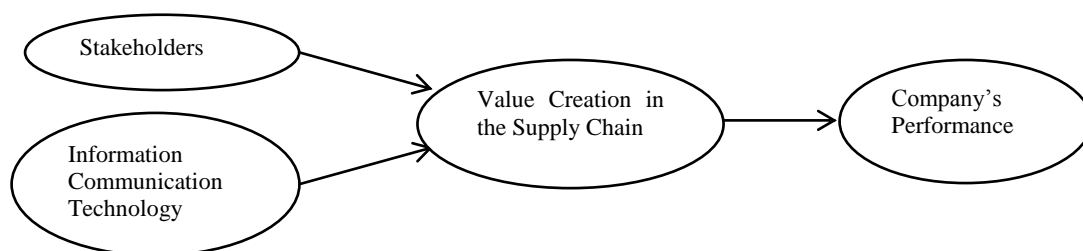


Figure 1 – Proposed research model

Using ICT can help companies to increase customers and clients involvement in the process of value creation. With the help of high-tech capabilities companies can attract stakeholders where they can choose payments options, delivery options etc.

Moreover, company increases its performance through attracting new customers and satisfaction of their needs.

After analyzing the Gartner Supply Chain Top 25 for 2013 which identifies global supply chain leaders and highlighting their best practices for heads of supply chain and strategy organizations we can select sample of manufacturing and equipment companies from Electronic and Electrical equipment, Mechanical engineering and Engines. Composite score is based on the Peer Opinion, Gartner Research Opinion, ROA, Inventory Turns and Revenue Growth. All this evaluations identify companies' performance in the supply chain management.

On the basis of the sample we conduct research how stakeholders influence the value in the supply chain and prove that efficiency of supply chain depends on information technology using by company.

Table 2 represents Gartner Supply Chain Top 25 for 2013 and evaluations of websites, with B2B and B2C evaluation.

H3: The centers of value creation may coincide for one industry/sub-industry operating on the similar business models.

The worldwide electrical, electronic and computers industry is the most flourishing and extremely diversified sector consisting of manufacturers, suppliers, dealers, retailers, electrical engineers, electricians, electronic equipment manufacturers, and trade unions.

Electronics – with semiconductor devices and integrated circuitry – has revolutionized modern manufacturing and information systems. With its continuous stream of technological innovation, electronics has become the cornerstone of products, services, and processes that now pervade virtually every aspect of contemporary life.

The centers of value creation can be identified by comparing supply chains of leading companies within the same industry/sub-industry.

Table 2 – Gartner Supply Chain Top 25 for 2013 and evaluations of websites, B2B and B2C

Rank	Company	Supply Chain Performance (Composite Score)	ICT (websites evaluation)	B2B	B2C
Industry: Electronic and Electrical equipment					
1	Apple	9.51	70	3	3
5	Intel	4.97	53	1	1
7	Cisco Systems	4.67	53	2	0
8	Samsung Electronics	4.35	78	3	3
11	Dell	4.05	80	3	3
20	Lenovo Group	2.75	78	3	3
Industry: Mechanical Engineering, Engines					
18	Caterpillar	2.91	55	2	2
23	Cummins	2.48	68	2	0

3. Research Method

3.1. Empirical Study

During empirical study at first we analyzed services that offered on the websites of listed companies. After analyzing the services we can say that they are aimed at customers of these companies. On the website, users can find information about the product, products performance, contact technical support or ask questions that interesting for them.

Using data evaluation of sites a Pearson product-moment correlation coefficient which measures the strength of the linear association between variables was identified. Basically, a Pearson product-moment correlation attempts to draw a line of best fit through the data of two variables, and the Pearson correlation coefficient, indicates how far away all these data points are to this line of best fit.

The Pearson correlation coefficient, can take a range of values from +1 to -1. A value of 0 indicates that there is no association between the two variables. A value

greater than 0 indicates a positive association; that is, as the value of one variable increases, so does the value of the other variable. A value less than 0 indicates a negative association; that is, as the value of one variable increases, the value of the other variable decreases.

Attracting customers in the process of creating value is determined by evaluating websites of selected companies for the following parameters: Learnability; Innovativeness; Response time; Timeliness; Interactive user support; Contact with social networks; Feedback; Transition to online store; Customization parameters of the products; B2B; B2C. Selected options affect the value using information communication technology and involving stakeholders.

We paid attention on the B2C parameter because of the ability to influence of one of the main stakeholders (i.e. clients) increases. And B2B parameter as a type of commerce transaction depends on the chosen products or services and involves other companies into the business model.

Interval measurement scale was used with extreme negative value of “0”, which means no services on the website, the average value “5” means that the service is present but not in its entirety, and extreme positive value “10” – availability of services. Additionally, choose two rank scale of parameters B2B and B2C. Choosing a value of “0” – no interaction; “1” – no data; “2” – interaction through a distributor; “3” – direct order.

We evaluated company websites in order to determine how information technologies affect the value and determine role played by stakeholders.

Using the software SPSS we obtained such results that variables Transition to online store and B2C have strong correlation ($r=0,887$; correlation is significant at 0.01 level). It means that transition to online store increase the interaction with customers (B2C).

As a conclusion we can say that provided services on the websites of companies facilitate the participation of stakeholders in the value creation (strong correlation between different parameters, determining that there is scope for transition to online store increased interaction with customers (B2C)) and using high-tech IT attract stakeholders in the process of promotion and communication with the company.

It was concluded that the global leaders create a full cycle of the supply chain that they control value in supply chains by them.

Then we defined the correlation between evaluated parameters of ICT implementation for value creation and Gartner composite scores. The high correlation ($r=0,909$; correlation is significant at 0.01 level) have variables Customization parameters of the products and Gartner Composite score. This indicates that there is scope for selecting client of necessary parameters of the product and the company's Gartner ranking has a strong connection. We can also conclude linear dependence between parameters.

During a more detailed analysis of the dependence of parameters for valuation websites of these companies, such as product customization options, have strong communication and linear dependence, it can be said that

IT increases the value as the possibility of creating additional value in supply chains.

After analyzing companies' websites we can look at supply chains of those companies and identify at which points stakeholders can influence on value creation.

3.2. Case Study

The case study method embraces the full set of procedures needed to do case study research, emphasize detailed contextual analysis of a limited number of events or conditions and their relationships. As a sample we used listed companies from Gartner ranking to identify centers of value creation in the supply chain.

The sector of electrical, electronic and computers industry has been growing at a rapid pace with the invention of innovative technologies and an ever-increasing customer inclination towards electronic goods and services. That's why we would like to weed out the group of companies such as Caterpillar and Cummins and only analyze companies from Electronic and Electrical equipment industry.

Companies from Gartner Supply Chain Top 25 for 2013 are global supply chain leaders and the highest place was taken by Apple that have the best supply chain in the world every year from 2010 to 2013. Apple is the world's largest IT company, that's why we can see that in our case Apple has the best supply chain and Apple has the leading business model in the industry, so other company will be compared to Apple for this reason.

Apple Inc. accelerates the new product introduction by acquiring licensing and 3rd party businesses. The whole process looks very similar to that of other industries. Interesting point is that Apple Inc. has to make prepayments to some suppliers to secure strategic raw materials.

In a nutshell, Apple purchases components and materials from various suppliers, then gets them shipped to the assembling plant in China. From there, products are shipped directly to consumers (via UPS/FedEx) who bought from Apple's Online Store.

Figure 2 represents Apple's Supply Chain.

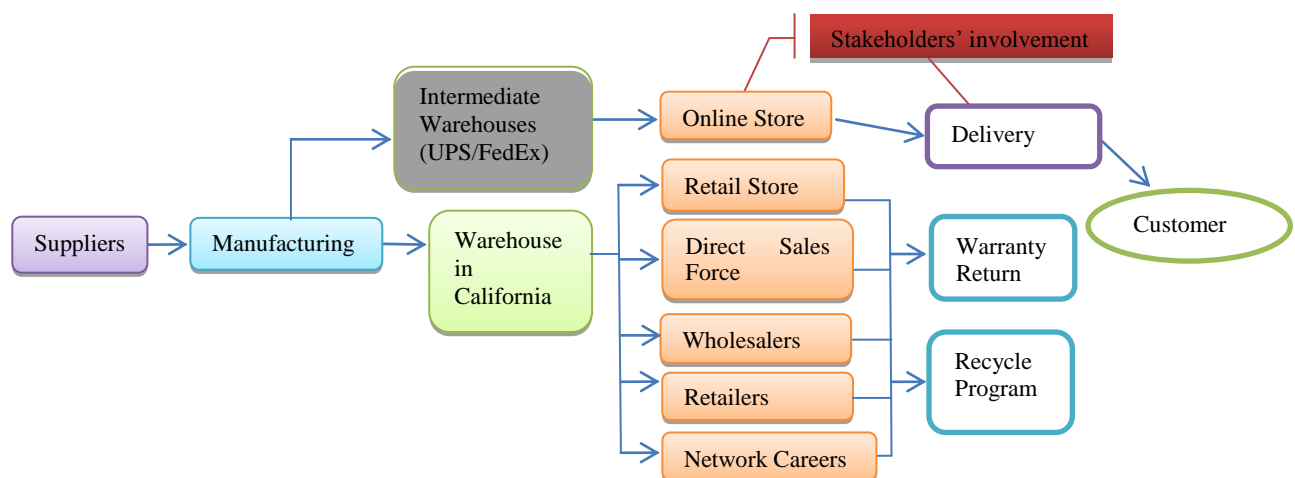


Figure 2 – Apple's Supply Chain

For other distribution channels such as retail stores and other distributors, Apple keeps products at Elk Grove, California (where central warehouse and call center are

located) and ships products from there. At the end of product's life, customer can send products back to nearest Apple Stores or dedicated recycling facilities.

After analyzing supply chains of Intel, Cisco Systems, Samsung Corporation, Dell and Lenovo group we identified the centers of value creation where stakeholders play a key role. On the two stages of supply chain such as Distribution and Delivery stakeholders can change value of product/service through choosing options convenient to them.

The model with the main centers in the international supply chain of the Electronic and Electrical equipment industry at the distribution stage is presented in the Figure 3.

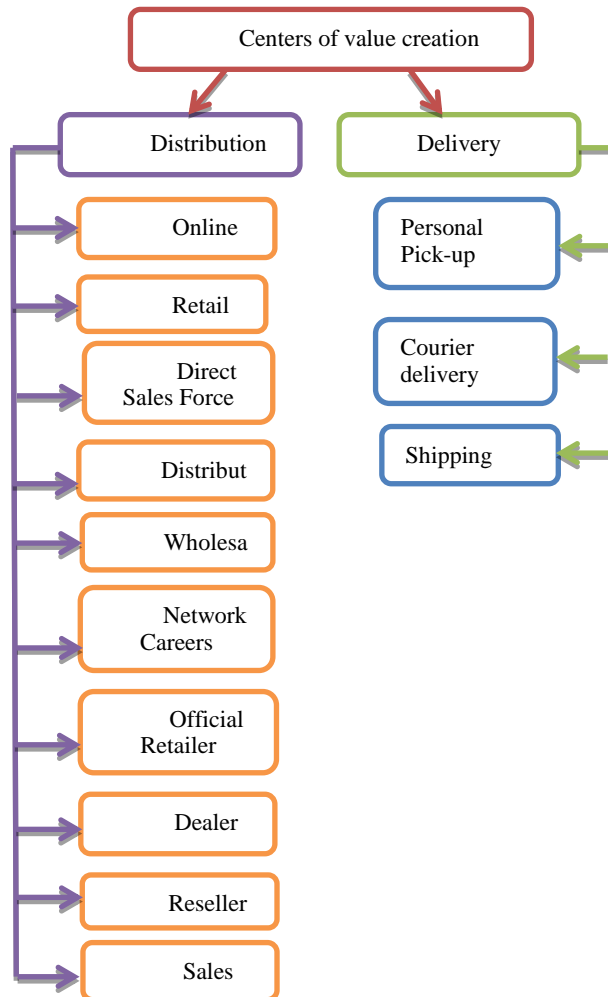


Figure 3 – Centers of value creation

Stakeholders' involvement in the supply chain of the company play a key role of the value creation, exactly on these stages the centers of value creation are appeared.

The centers of value creation can be identified according to the chosen participants of company's supply chain, i.e. distribution channels and delivery and shipment options. Distribution channels can be: Online Store (official), Retailer Store, Direct Sales Force, Distributor, Wholesaler, Official Retailer, Network Careers, Dealer, Reseller and Sales Agent. Delivery options can be: Personal pick-up, Courier delivery, Shipping.

Companies that use ICT and different platforms can perform better, because direct involvement of stakeholders in the supply chain influence on value creation.

Conclusions. The current article aimed at assessing to how ICT has an influence on company's value creation and supply chain management. Our focus has been mainly on research of value creation in the supply chain management. We recognized that papers in information systems, management and other important issues related to supply chain management.

In this paper, we focused on the entire supply chain and showed dependence of the using ICT and performance of the companies. We identified that provided services on the websites of companies facilitate the participation of stakeholders in the value creation and using high-tech IT attract stakeholders in the process of promotion and communication with the company.

As more and more companies begin to integrate their online and traditional operations and share more information over the Internet, real-time supply chain management models on product life-cycle management, dynamic pricing and production coordination, integrated models for supply consortia, and the coordination of Internet (i.e. high-tech capabilities) and traditional channels, are going to become all the more significant.

The analysis of serial supply chains of chosen companies indicate that centers of value creation is created on stages of distribution and delivery, where stakeholders can manage it by their choice.

The results of the given research identify where stakeholders involve into the value creation in the supply chain and suggest that using high-technology can increase company's performance.

Further research will be conducted for outlining of value creation measures in the supply chain. The direction of future research is to examine the performance of centers of value creation in the supply chains.

Bibliography: 1. Menger C. The Theory of Value. Albuquerque / C. Menger // (N. Mex.) – 1985. 2. Jayaram J., Kannanb V. R. & Tanc K. C. Influence of initiators on supply chain value creation / J. Jayaram, V. R. Kannanb & K. C. Tanc // International Journal of Production Research, 2004. 3. Sinclair, Marie-Louise. Developing a model for effective stakeholder engagement management / M.-L. Sinclair // Curtin University of Technology, Asia Pacific Public Relations Journal – 2012. – Vol. 11. 4. Freeman, R. Edward, Wicks, Andrew C., Parmar, Bidhan Stakeholder Theory and “The Corporate Objective Revisited” / R. Edward Freeman, Andrew C. Wick, Bidhan Parmar // Organization Science – 2004. – 15(3): P. 364-369. 5. Bidhan L., Freeman R. Edward, Jeffrey S. Harrison, Andrew C. Wicks, Purnell, Lauren & de Colle, Simone Stakeholder Theory: The State of the Art / Bidhan L. Parmar, R. Edward Freeman, Jeffrey S. Harrison, Andrew C. Wicks, Lauren Purnell, Simone de Colle // The Academy of Management Annals – 2010. – P. 403-445. 6. Donaldson, Preston and Lee E. The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications / Donaldson, Preston and Lee E. // The Academy of Management Review – 1995. – Vol. 20, No. 1 – P. 65-91. 7. Marks, R.B., S.D. Sibley and J.B. Arbaugh A structural equation model of predictors for effective online learning / R.B. Marks, S.D. Sibley and J.B. Arbaugh // Journal Manage. Education – 2005. – 29(4): P. 531-563. 9. J. M. Swaminathan and S. R. Tayur. Models for Supply Chains in E-Business / J. M. Swaminathan, S. R. Tayur // Management Science – 2003. – Vol. 49, No. 10. – P. 1387-1406. 10. Chiu, C.M., M.H. Hsu, S.Y. Sun, T.C. Lin and P.C. Sun. Usability, quality, value and e-learning continuance decisions / C.M. Chiu, M.H. Hsu, S.Y. Sun, T.C. Lin, P.C. Sun // Comp. Educ. – 2005. – 45(4): P.399-416. 11. Wagner, M. Dell's hard lesson — integration with customer systems proves onerous / M. Wagner // Internetweek – 2000. – Vol. 1, 74. 12. Rosenzweig E., Roth A. and Dean R. The influence of an integration strategy on competitive capabilities and business performance: an exploratory study of consumer products manufacturers /

Відомості про авторів / About the Authors

Zubkova Alina Boleslavivna – Candidate of Economic Sciences (Ph. D.), Docent, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Associate Professor at the Department of International Business and Finance tel.: (050) 301-45-67; e-mail: zubkova.alina@gmail.com

Зубкова Аліна Болеславівна – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту ЗЕД і фінансів, тел: (050) 301-45-67; e-mail: zubkova.alina@gmail.com

Shvets Mariia Anatoliivna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Master student; tel.: (095) 390-39-54; e-mail: maryshvets@gmail.com

Швець Марія Анатоліївна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студентка-магістр; тел.: (095) 390-39-54; e-mail: maryshvets@gmail.com

РЕФЕРАТИ

УДК 338.19

Засіб управління грошовими потоками підприємства шляхом аналізу їхньої ритмічності, синхронності надходження та витрачання / І. О. Апришкін // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 3–5. – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN 2304-621X.

В статті визначені найбільш важливі показники ритмічності та синхронності грошових потоків. Вони визначають достатність генерованого чистого потоку підприємства з позицій фінансованих ним потреб. Виділені найбільш важливі аспекти, удосконалення яких буде першим кроком на шляху поліпшення показників фінансової діяльності підприємства, її оздоровлення в цілому. Досліджуючи рівномірність та синхронність формування різних видів грошових потоків, розраховують динаміку коефіцієнта ліквідності грошового потоку підприємства. Достатність грошових коштів обумовлює життєздатність, поточну ефективність діяльності підприємства. Якість грошового обороту підприємства визначається не лише складом грошових потоків, але й показниками ритмічності, синхронності надходження, витрачання та ефективності грошових потоків. Рівномірність надходження грошових коштів характеризує ритмічність організації фінансових потоків. Рівномірність витрат грошових коштів – визначає рівномірність розподілу виплат підприємства у часі.

Ключові слова: грошовий потік, синхронізація грошових потоків, валовий вхідний та вихідний грошові потоки.

УДК 336.64

Модель процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання мікро рівня / О. В. Ареф'єва, О. Л. Кузенко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 6–11. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті представлено модель процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання мікрорівня. Фінансовий механізм фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин перед усім це комплекс розроблених та злагоджених послідовних дій як окремого елемента так і системи в цілому, ефективність яких можливо довести шляхом моделювання як процесу його функціонування, так і ймовірності різноманітних процесів, тому, на наш погляд, доцільним є розробка моделі процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин на основі марковських процесів з дискретними станами і неперервним часом.

В якості математичної моделі запропоновано використовувати ланцюг Маркова, основою якого є виділення із періодичного ланцюга елементів однорідності. Отримані оцінки матриць відображають ймовірнісні особливості основних станів стратегій механізму фінансової безпеки підприємств машинобудування і багаторазових переходів в ці стани. Представлена модель процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин на основі дискретних марківських процесів дозволяє узагальнити основні підсумки розробки та впровадження фінансового механізму фінансової безпеки системи фінансової безпеки суб'єктів господарювання в системі фінансових відносин на основі інформативних параметрів його функціонування та показує, що за умов впровадження запропонованого фінансового механізму забезпечується підвищення рівня фінансової безпеки.

Ключові слова: фінансовий механізм, фінансова безпека, модель процесу функціонування, ланцюг Маркова, дискретний стан, неперервний час.

УДК 681.83

Класифікація і оцінка ефективності функціонування систем теплопостачання / О. Б. Білоцерківський // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 12–15. – Бібліогр.: 14 назв. – ISSN 2304-621X.

Визначено поняття ефективності функціонування системи теплопостачання, наведено його класифікацію. Докладно розглянуті складові економічної ефективності: капіталовкладення і експлуатаційні витрати. У капітальних витратах враховуються капітальні витрати на теплові мережі, абонентські системи і теплову ізоляцію, а в експлуатаційних – витрати на паливо; перекачування теплоносія; річну вартість теплових втрат теплопроводами; вартість річних відрахувань від капітальних вкладень на відновлення основних фондів, капітальний і поточний ремонт. Наведено підходи до оцінки соціальної, технологічної та бюджетної ефективності.

Ключові слова: система теплопостачання, економічна, соціальна, технологічна і бюджетна ефективність, капітальні та експлуатаційні витрати.

УДК 681.83

Єврооблігації в процесі розвитку європейської інтеграції / А. Б. Белоцерковский, С. С. Мирошник // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 16–19. – Бібліогр.: 7 назв. – ISSN 2304-621X.

Єврооблігації в контексті процесу європейської інтеграції розглядаються різні актуальні питання, що стосуються зародження і розвитку єврооблігації. Особливу увагу приділено ролі та значенню суверенних єврооблігацій країн єврозони в період глобальної фінансово-економічної кризи як індикатору стану економіки.

Ключові слова: єврооблігації, фінансово-економічна криза, європейська інтеграція, єврозона.

УДК 658.15

Обґрунтування сукупності чинників впливу на фінансовий стан підприємства / С. В. Глухова, Є. В. Кильницька, К. С. Грідасова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 20–22. – Бібліогр.: 16 назв. – ISSN 2304-621X.

В статті проаналізовано позиції вчених щодо тлумачення поняття «фінансова стійкість» підприємства, виокремлено змістові підходи та уточнено його сутність, визначено специфічні особливості. У результаті класичної теорії розподілу чинників впливу, визначено їх основні групи, досліджено сукупність чинників впливу на фінансову стійкість, представлену в науковій літературі, у результаті чого здійснено їх узагальнення за функціональними групами та обґрунтовано ієрархічність з позиції авторського бачення фінансової стійкості та особливостей впливу чинників.

Ключові слова: фінансова стійкість, чинники впливу, ефективність діяльності підприємства.

УДК 339.138

Алгоритм розробки стратегії міжнародного інбаунд маркетингу / Т. В. Данько, Д. В. Безкоровайна // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 23–26. – Бібліогр.: 12 назв. – ISSN 2304-621X.

Розглянуто поняття інбаунд маркетинг, визначені його основні інструменти. Інструменти умовно поділені на дві категорії та детально охарактеризовані. Проаналізовані останні досягнення та література на тему. Інбаунд маркетинг представлено у вигляді процесу, що

складається з п'яти складових частин. Визначені основні елементи стратегії міжнародного інбаунд маркетингу та сформовано алгоритм її розробки. Реалізація алгоритму дозволяє розробити ефективну стратегію міжнародного інбаунд маркетингу високотехнологічного підприємства.

Ключові слова: інбаунд маркетинг, стратегія, розробка, алгоритм, контент маркетинг, пошукова оптимізація, SMM.

УДК 339.96

Вплив програм міжнародної технічної допомоги на розвиток міжнародної конкурентоспроможності високотехнологічних кластерів / Т. В. Данийко, А. О. Луценко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 27–32. – Бібліогр.: 17 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті досліджується ефективність програм міжнародної технічної допомоги для розвитку міжнародної конкурентоздатності високотехнологічних кластерів. Проаналізовано вибірку п'ятдесяти високотехнологічних кластерів Європейського Союзу та здійснено оцінку залучення і використання міжнародної технічної допомоги даними кластерами, а також визначено вплив програм міжнародної технічної допомоги на міжнародну конкурентоздатність високотехнологічних кластерів. Зроблено висновок про те, що використання програм міжнародної технічної допомоги робить значний вклад в розвиток конкурентоспроможності кластерів, даючи змогу всім його учасникам спиратись на міжнародний досвід та грантову підтримку під час реалізації певних проектів.

Ключові слова: міжнародна технічна допомога, високотехнологічний кластер, міжнародна конкурентоздатність, ефективність, донор, бенефіціар.

УДК 331.108

Роль системи кадрового менеджменту інноваційної організації в управлінні розвитком персоналу / О. С. Другова, І. В. Долина // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 33–35. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті проаналізовані останні дослідження стосовно кадрового менеджменту та перспектив розвитку ефективності управління організацією. Обґрунтовано необхідність підвищення кваліфікації кожним працівником організації.

Ключові слова: персонал, кадри, менеджмент, інновації.

УДК 336.221.24

Особливості нарахування та сплати податку на нерухоме майно в Україні з 1 січня 2015 року / О. В. Корецька, А. М. Кулик // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 36–38. – Бібліогр.: 5 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті розглянуто особливості нарахування та сплати податку на нерухоме майно в Україні з 1 січня 2015 року. Особливої уваги приділено ставці податку на нерухомість та наявним пільгам для більшості регіонів України. Розглянуто проблеми, що можуть виникнути для платників з окупованих територій та із зони проведення антитерористичної операції. Відображено відповідальність за несплату або несвоєчасну/неповну сплату податку на нерухомість. Надано рекомендації щодо розв'язання наявних проблем.

Ключові слова: податок, нерухомість, ставка податку, платники податку, податкові пільги, строки сплати.

УДК 658.15

Управління оптимальною структурою капіталу / Д. В. Коробков // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 39–42. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті розглянуто основні концепції по управлінню оптимальною структурою капіталу. На практичних даних показано вплив сукупного ризику підприємства на рентабельність його активів із врахуванням галузевих чинників.

Ключові слова: структура капіталу, рентабельність, сукупний ризик.

УДК 669.08:330.322.5

Особливості інтернет-маркетингу для ринку твердого біопалива / І. О. Мельникова, І. А. Чекмасова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 43–46. – Бібліогр.: 6 назв. – ISSN 2304-621X.

Проаналізовано стан українського ринку твердого біопалива, оцінено перспективи розвитку виробництва та можливості збільшення об'єму експорту до країн ЄС. Розглянуто основні інструменти інтернет-маркетингу, які використовуються для просування біопалива в інтернеті. Проведено аналіз ефективності використання онлайн-ових B2B майданчиків, оцінено результати роботи емейл-маркетингу. Виявлено, що основними каналами залучення трафіку на корпоративний сайт є інтернет-платформи та емейл-розсилки, вони впливають на конверсію сайту та на процес лідогенерації.

Ключові слова: інтернет-маркетинг, B2B онлайн-майданчики, емейл-маркетинг, ринок твердого біопалива, лідогенерація, канали залучення трафіку, конверсія сайту.

УДК 336.671

Методичне забезпечення процесом управління фінансовим результатом суб'єктів малого та середнього бізнесу в рамках реалізації організаційно-економічного механізму формування та використання прибутку в умовах циклічного розвитку національної та світової економіки / Т. Ю. Назарова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 47–51. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

Дослідження присвячено методиці аналізу фінансового результату промислового підприємства шляхом врахування відмінностей між економічним та бухгалтерським значенням прибутку, методичні підходи до формування організаційної структури суб'єкта МСБ та методичні підходи до оцінювання економічної ефективності управлінських заходів, спрямованих на формування та використання прибутку.

Ключові слова: фінанси, фінансовий облік, малий та середній бізнес, підприємництво, формування, розподіл, прибуток, економічна додана вартість.

УДК 658.784:658.87

Методика експрес-оцінки ефективності управління товарними запасами підприємства роздрібною торгівлю / К. С. Олініченко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 52–54. – Бібліогр.: 6 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті обґрунтовано необхідність проведення експрес-оцінювання ефективності управління товарними запасами в підприємствах роздрібною торгівлю. Запропонована методика дозволяє визначити відсутність або наявність ефективного управління товарними запасами на підприємстві роздрібною торгівлю за трьома основними взаємопов'язаними симптомами.

Ключові слова: оцінка, ефективність, управління, товарні запаси, підприємство роздрібною торгівлю.

УДК 669.08:330.322.5

Шляхи підвищення ефективності діяльності металургійних підприємств / Ю. В. Пчельнікова, Л. П. Скотнікова // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 55–58. – Бібліогр.: 10 назв. – ISSN 2304-621X.

Вивчено критерії економічної ефективності виробництва, проаналізовано стан металургійних виробництв на внутрішньому та зовнішньому ринках, розглянуто основні проблеми функціонування металургійної галузі України та наведено причини їх виникнення, проведено аналіз ефективності діяльності металургійних підприємств та факторний аналіз прибутку. Виявлено, що основними шляхами покращення ефективності діяльності виробництв є орієнтація продажів на внутрішній ринок, організація використання оборотних активів та модернізація обладнання.

Ключові слова: ефективність діяльності виробництва, шляхи підвищення ефективності, металургійна галузь, фінансовий аналіз, факторний аналіз, оборотність активів, модернізація обладнання.

УДК 624 (477)

Проблеми та перспективи розвитку ринку житлового будівництва / О. С. Сич // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 59–62. – Бібліогр.: 11 назв. – ISSN 2304-621X.

Розглянуто та проаналізовано основні тенденції розвитку ринку житлового будівництва України, проведено дослідження статистичних даних щодо забезпеченості населення житлом та параметрів житлового будівництва. Виокремлено проблеми, з якими сьогодні стикається ринок житлового будівництва, та запропоновані шляхи їх розв'язання

Ключові слова: житлове будівництво, рівень забезпеченості житлом, інвестиції, іпотечне кредитування, інноваційний розвиток.

УДК 330.332.011

Технологія формування та напрямки розвитку системи управління оборотним капіталом / Я. В. Сілова // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 63–65. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

Пропонуються методи порівняння, аналізу й синтезу, моделювання та інші, що формують системний підхід. При здійсненні галузевого аналізу, аналітичного оцінювання існуючих систем управління оборотним капіталом на підприємствах застосовувати методи статистичних порівнянь, факторного аналізу, вибіркового обстеження та групування.

Зроблено висновки про процес удосконалення управління оборотним капіталом який є безперервний. Це пов'язано як з постійною зміною зовнішніх умов, так і з періодичними змінами самих критеріїв «досконалості», на які може впливати зміна стратегії розвитку компанії, її ринкова позиція, обсяг операцій. Управління оборотним капіталом тісно пов'язано з управлінням ризиками, як фінансовими, так і операційними. Це, з одного боку, дозволяє використовувати механізми ризик-менеджменту в управлінні оборотним капіталом, а з іншого боку, вимагає враховувати дилему «більший дохід - більший ризик» при виборі рішень.

Ключові слова: оборотні активи, оборотні кошти, управління, товарні і фінансові потоки.

УДК 005:338.43

Стан та напрямки стратегічного розвитку сільського господарства України / В. А. Соколенко, О. М. Бондаренко // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 66–70. – Бібліогр.: 5 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті наведено дані щодо сучасного стану сільського господарства України. Спостерігається зменшення валової продукції сільського господарства, перехід до виробництва технічних культур, зменшення рентабельності сільськогосподарського виробництва, низька підтримка держави. Позитивними зрушеннями у розвитку сільського господарства України є збільшення урожайності та висока продуктивність основних сільськогосподарських культур. Проаналізовано основні вимоги до розробки стратегії розвитку сільськогосподарських підприємств. Визначено основні напрямки стратегічного розвитку сільського господарства.

Ключові слова: сільське господарство, валова продукція, урожайність сільськогосподарських культур, рентабельність, продуктивність, напрямки розвитку сільського господарства.

УДК 330.341.1:658:332.1

Інноваційний потенціал як основа конкурентостійкості підприємств машинобудування / І. А. Федоренко, В. О. Мясников // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 71–74. – Бібліогр.: 6 назв. – ISSN 2304-621X.

Сформовано концептуальні основи формування інноваційного потенціалу підприємств машинобудування, узагальнено елементи інноваційного потенціалу та критерії його оцінки. Виявлено характеристики підприємства, які сприйнятливі до інновацій. Запропоновано, що основними завданнями управління інноваційним потенціалом підприємства (ППП), є: планування і придбання ресурсів, необхідних для досягнення інноваційної мети (формування PPP), кількісне і якісне поліпшення стану PPP (наращування PPP) і перетворення компонентів інноваційного потенціалу в кінцевий інноваційний продукт (реалізація PPP). Основою системного вивчення інноваційного потенціалу підприємства як об'єкта управління є дослідження процесу реалізації основних функцій управління (планування і прогнозування, організація і координація, мотивація і стимулювання, контроль та оцінка) по відношенню до компонентів PPP, що дозволить підвищувати рівень конкурентостійкості підприємств машинобудування.

Ключові слова: інноваційний потенціал підприємства, конкурентостійкість підприємства, інноваційний розвиток підприємства, інноваційний бар'єр, управління інноваційним потенціалом підприємства.

УДК 338.4

Сучасний стан та перспективи розвитку кондитерської промисловості України / О. І. Чайкова, Ю. Ю. Мірошніченко // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 75–77. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті проведено аналіз основних факторів, які впливають на розвиток однієї з найрозвинутіших галузей харчової промисловості України – кондитерської галузі. Розглянуто основних виробників українського внутрішнього кондитерського ринку та виявлено їх основних конкурентів – іноземних виробників. Досліджено зміни в об'ємах експорту продукції та визначено чинники найбільшого впливу на нього. А також описані основні тенденції та перспективи розвитку кондитерської галузі у найближчий час. Надано рекомендації, які допоможуть стабільно утримувати свої позиції на ринку українським виробникам.

Ключові слова: кондитерська промисловість України, експорт, поставки, стратегічний план, конкуренція.

УДК 338.14.317:32

Сучасні тенденції конкурентоспроможності української продукції / Чип М.С. // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 78–80. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

Досліджується поняття конкурентоспроможності товару та критерії оцінки конкурентоспроможності товару на зовнішніх ринках. Пропонуються шляхи підвищення конкурентоспроможності українського товару та проведений аналіз місця України у глобальному індексі конкурентоспроможності.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентоспроможність українського товару, індекси глобальної конкурентоспроможності.

УДК 334.6

Диверсифікація експорту, як чинник забезпечення міжнародної конкурентоспроможності українських кондитерських підприємств / М. М. Шевченко, К. О. Сапожнікова // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 81–84. – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті запропоновано шляхи зниження концентрації експорту для українських підприємств кондитерської галузі. Проаналізовано польський кондитерський ринок, як потенційний європейський ринок збуту української кондитерської продукції. Отримані результати дослідження можуть бути використані при розробці стратегії виходу підприємств кондитерської галузі на польський ринок, що дозволить зменшити концентрацію експорту та підвищити конкурентоспроможність даних підприємств на зовнішньому ринку.

Ключові слова: концентрація експорту, диверсифікація експорту, зовнішній ринок, експорт, імпорт.

УДК 658.5/7/8:339.9

Value creation in the international supply chains by means of information communication technology / A. Zubkova, M. Shvets // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 85 – 90. – Бібліогр.: 12 назв. – ISSN 2304-621X.

Дано визначення створення вартості та визначені центри створення вартості. Високотехнологічне середовище впливає на продуктивність компанії. Ефективність використання інформаційно-комунікаційних технологій збільшує можливість задовольнити потреби зацікавлених сторони. Зроблено висновки про центри створення вартості в ланцюгу постачання, де участь зацікавлених сторін відіграє ключову роль.

Ключові слова: цінність, створення вартості, ланцюг постачання, управління ланцюгами постачання, міжнародний ланцюг постачання, зацікавлені сторони, центри створення вартості, продуктивність, інформаційно-комунікаційні технології.

РЕФЕРАТЫ

УДК 338.19

Средство управления денежными потоками предприятия путем анализа их ритмичности, синхронности поступления и расходования / И. О. Апрышкин // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С.3 – 5. – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье определены наиболее важные показатели ритмичности и синхронности денежных потоков. Они определяют достаточность генерируемого чистого потока предприятия с позиций финансируемых им потребностей. Выделены наиболее важные аспекты, совершенствование которых будет первым шагом на пути улучшения показателей финансовой деятельности предприятия, ее оздоровления в целом. Исследуя равномерность и синхронность формирования различных видов денежных потоков, рассчитывают динамику коэффициента ликвидности денежного потока предприятия. Достаточность денежных средств обуславливает жизнеспособность, текущую эффективность деятельности предприятия. Качество денежного оборота предприятия определяется не только составом денежных потоков, но и показателями ритмичности, синхронности поступления, расходования и эффективности денежных потоков. Равномерность поступления денежных средств характеризует ритмичность организации финансовых потоков. Равномерность расходов денежных средств - определяет равномерность распределения выплат предприятия во времени.

Ключевые слова: денежный поток, синхронизация денежных потоков, валовой входной и выходной денежные потоки.

УДК 336.64

Модель процесса функционирования финансового механизма финансовой безопасности субъектов хозяйствования микроуровня / Е. В. Арефьева, О. Л. Кузенко // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С.6 – 11. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье представлена модель процесса функционирования финансового механизма финансовой безопасности субъектов хозяйствования микроуровня. Финансовый механизм финансовой безопасности субъектов хозяйствования в системе финансовых отношений прежде всего это комплекс разработанных и согласованных последовательных действий как отдельного элемента так и системы в целом, эффективность которых можно доказать путем моделирования как процесса его функционирования, так и вероятности различных процессов, поэтому, по наш взгляд, целесообразным является разработка модели процесса функционирования финансового механизма финансовой безопасности субъектов хозяйствования в системе финансовых отношений на основе марковских процессов с дискретными состояниями и непрерывным временем.

В качестве математической модели предложено использовать цепь Маркова, основой которого является выделение из периодического цепи элементов однородности. Полученные оценки матриц отражают вероятностные особенности основных состояний стратегий механизма финансовой безопасности предприятий машиностроения и многократных переходов в эти состояния. Представленная модель процесса функционирования финансового механизма финансовой безопасности субъектов хозяйствования в системе финансовых отношений на основе дискретных марковских процессов позволяет обобщить основные итоги разработки и внедрения финансового механизма финансовой безопасности системы финансовой безопасности субъектов хозяйствования в системе финансовых отношений на основе информативных параметров его функционирования и показывает, что в условиях внедрения предложенного финансового механизма обеспечивается повышение уровня финансовой безопасности.

Ключевые слова: финансовый механизм, финансовая безопасность, модель процесса функционирования, цепь Маркова, дискретной состояние, непрерывное время.

УДК 681.83

Классификация и оценка эффективности функционирования систем теплоснабжения / А. Б. Белоцерковский // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 54 (1163). – С. 12–15. – Бібліогр.: 14 назв. – ISSN 2304-621X.

Определено понятие эффективности функционирования системы теплоснабжения, представлена его классификация. Подробно рассмотрены составляющие экономической эффективности: капиталовложения и эксплуатационные расходы. В капитальных расходах учитываются капитальные расходы на тепловые сети, абонентские системы и тепловую изоляцию, а в эксплуатационных – расходы на топливо; перекачку теплоносителя; годовую стоимость тепловых потерь теплопроводами; стоимость годовых отчислений от капитальных

вложений на восстановление основных фондов, капитальный и текущий ремонт. Представлены подходы к оценке социальной, технологической и бюджетной эффективности.

Ключевые слова: система теплоснабжения, экономическая, социальная, технологическая и бюджетная эффективность, капитальные и эксплуатационные расходы.

УДК 681.83

Еврооблигации в процессе развития европейской интеграции / А. Б. Белоцерковский, С. С. Мирошник // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 16–19. – Библиогр.: 7 назв. – ISSN 2304-621X.

Еврооблигации в контексте процесса европейской интеграции рассматриваются различные актуальные вопросы, касающиеся зарождения и развития еврооблигации. Особое внимание уделено роли и значению суверенных еврооблигаций стран еврозоны в период глобального финансово-экономического кризиса как индикатору состояния экономики.

Ключевые слова: еврооблигации, финансово-экономический кризис, европейская интеграция, еврозона.

УДК 658.15

Обоснование совокупности факторов влияния на финансовое состояние предприятия / С. В. Глухова, Е. В. Кильнищкая, К. С. Гридасова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 20 – 22. – Библиогр.: 16 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье проанализированы позиции ученых относительно толкования понятия «финансовая устойчивость» предприятия, выделены выделены содержательные подходы и уточнено его сущность, определены специфические особенности. В результате классической теории распределения факторов влияния, определены их основные группы, исследованы совокупность факторов влияния на финансовую устойчивость, представленную в научной литературе, в результате чего осуществлено их обобщение по функциональным группам и обосновано иерархичность с позиции авторского видения финансовой устойчивости и особенностей влияния факторов.

Ключевые слова: финансовая стойкость, факторы влияния, эффективность деятельности предприятия.

УДК 339.138

Алгоритм разработки стратегии международного инбаунд маркетинга / Т. В. Данько, Д. В. Бескорвайная // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 23 – 26. – Библиогр.: 12 назв. – ISSN 2304-621X.

Рассмотрено понятие инбаунд маркетинг, определены его основные инструменты. Инструменты условно разделены на две категории и подробно охарактеризованы. Проанализированы последние достижения и литература по теме. Инбаунд маркетинг представлен в виде процесса, состоящего из пяти составных частей. Определены основные элементы стратегии международного инбаунд маркетинга и сформирован алгоритм ее разработки. Реализация алгоритма позволяет разработать эффективную стратегию международного инбаунд маркетинга высокотехнологичного предприятия.

Ключевые слова: инбаунд маркетинг, стратегия, разработка, алгоритм, контент маркетинг, поисковая оптимизация, SMM.

УДК 339.96

Влияние программ международной технической помощи на развитие международной конкурентоспособности высокотехнологичных кластеров / Т. В. Данько, А. А. Луценко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 27 – 32. – Библиогр.: 17 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье исследуется эффективность программ международной технической помощи для развития международной конкурентоспособности высокотехнологичных кластеров. Проанализировано выборку пятидесяти высокотехнологичных кластеров Европейского Союза и осуществлена оценка привлечения и использования международной технической помощи данным кластерами, а также определено влияние программ международной технической помощи на международную конкурентоспособность высокотехнологичных кластеров. Сделан вывод о том, что использование программ международной технической помощи делает значительный вклад в развитие конкурентоспособности кластеров, позволяя всем его участникам опираться на международный опыт и грантовую поддержку при реализации определенных проектов.

Ключевые слова: международная техническая помощь, высокотехнологичный кластер, международная конкурентоспособность, эффективность, донор, бенефициар.

УДК 331.108

Роль системы кадрового менеджмента инновационной организации в управлении развитием персонала / Е. С. Другова, И. В. Долина // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 33–35. – Библиогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье проанализированы последние исследования относительно кадрового менеджмента и перспективы развития эффективности управления организацией. Обоснована необходимость повышения квалификации каждого работника организации.

Ключевые слова: персонал, кадры, менеджмент, инновации.

УДК 336.221.24

Особенности начисления и уплаты налога на недвижимое имущество в Украине с 1 января 2015 года / О. В. Корецкая, А. Н. Кулик // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 36 – 38. – Библиогр.: 5 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье рассмотрены особенности начисления и уплаты налога на недвижимое имущество в Украине с 1 января 2015 года. Особенно внимание уделено ставке налога на недвижимость и существующим льготам для большинства регионов Украины. Рассмотрены проблемы, которые могут возникнуть у плательщиков с оккупированных территорий та из зоны проведения антитеррористической операции. Отображено ответственность за неуплату или несвоевременную/неполную уплату налога на недвижимость. Даны рекомендации по решению существующих проблем.

Ключевые слова: налог, недвижимость, ставка налога, плательщики налога, налоговые льготы, сроки уплаты.

УДК 658.15

Управление оптимальной структурой капитала / Д. В. Коробков // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 39–42. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье рассмотрены основные концепции по управлению оптимальной структурой капитала. На практических данных показано влияние совокупного риска предприятия на рентабельность его активов с учетом отраслевых факторов.

Ключевые слова: структура капитала, рентабельность, совокупный риск.

УДК 669.08:330.322.5

Особенности интернет-маркетинга для рынка твердого биотоплива / И. А. Мельникова, И. А. Чекмасова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 43–46. – Бібліогр.: 6 назв. – ISSN 2304-621X.

Проанализировано состояние украинского рынка твердого биотоплива, оценены перспективы развития производства и возможности увеличения объема экспорта в страны ЕС. Рассмотрены основные инструменты интернет-маркетинга, которые используются для продвижения биотоплива в интернете. Проведен анализ эффективности использования онлайн-площадок, оценены результаты работы емейл-маркетинга. Выявлено, что основными каналами привлечения трафика на корпоративный сайт являются интернет-платформы и емейл-рассылки, они влияют на конверсию сайта и на процесс лидогенерации.

Ключевые слова: интернет-маркетинг, B2B онлайн-площадки, емейл-маркетинг, рынок твердого биотоплива, лидогенерация, каналы привлечения трафика, конверсия сайта.

УДК 336.671

Методическое обеспечение управления прибылью субъектов малого и среднего бизнеса / Т. Ю. Назарова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 47–51. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

Исследование посвящено методам анализа финансового состояния промышленных предприятий с учетом различий между экономической ценностью и учета доходов, методические подходы к формированию организационной структуры субъекта МСП и методического подхода к оценке экономической эффективности мер по управлению формированию и использованию прибыли.

Ключевые слова: финансы, финансовый учет, малый и средний бизнес, предпринимательство, формирование, распределение, прибыль, экономическая добавленная стоимость.

УДК 658.784:658.87

Методика экспресс-оценки эффективности управления товарными запасами предприятия розничной торговли / Е. С. Олиниченко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 52–54. – Бібліогр.: 6 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье обоснована необходимость проведения экспресс-оценки эффективности управления товарными запасами в предприятиях розничной торговли. Предложенная методика позволяет определить отсутствие или наличие эффективного управления товарными запасами на предприятии розничной торговли по трем основным взаимосвязанным симптомам.

Ключевые слова: эффективность, управление, товарные запасы, оценка, предприятие розничной торговли.

УДК 669.08:330.322.5

Пути повышения эффективности деятельности металлургических предприятий / Ю. В. Пчельникова, Л. П. Скотникова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 55–58. – Бібліогр.: 10 назв. – ISSN 2304-621X.

Изучены критерии экономической эффективности производства, проанализировано состояние металлургических производств на внутреннем и внешнем рынках, рассмотрены основные проблемы функционирования металлургической отрасли Украины и приведены причины их возникновения, проведен анализ эффективности деятельности металлургических предприятий и факторный анализ прибыли. Выявлено, что основными путями повышения эффективности деятельности производств является ориентация продаж на внутренний рынок, организация использования оборотных активов и модернизация оборудования.

Ключевые слова: эффективность деятельности производства, пути повышения эффективности, металлургическая отрасль, финансовый анализ, факторный анализ, оборачиваемость активов, модернизация оборудования.

УДК 624 (477)

Проблемы и перспективы развития рынка жилищного строительства / О. С. Сич // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 59–62. – Бібліогр.: 11 назв. – ISSN 2304-621X.

Рассмотрены и проанализированы основные тенденции развития рынка жилищного строительства Украины, проведено исследование статистических данных по обеспеченности населения жильем и параметров жилищного строительства. Выделены проблемы, с которыми сегодня сталкивается рынок жилищного строительства, и предложены пути их решения

Ключевые слова: жилищное строительство, уровень обеспеченности жильем, инвестиции, ипотечное кредитование, инновационное развитие.

УДК 330.332.011

Технология формирования и направления развития системы управления оборотным капиталом / Я. В. Силова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 63–65. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

Предлагаются методы сравнения, анализа и синтеза, моделирования и другие, формируют системный подход. При осуществлении отраслевого анализа, аналитического оценивания существующих систем управления оборотным капиталом на предприятиях применяют методы статистических сравнений, факторного анализа, выборочного обследования и группировки.

Сделаны выводы о процессе совершенствования управления оборотным капиталом который является непрерывный. Это связано как с постоянным изменением внешних условий, так и с периодическими изменениями самих критериев «совершенства», на которые может влиять изменение стратегии развития компании, ее рыночная позиция, объем операций. Управление оборотным капиталом тесно связано с управлением рисками, как финансовыми, так и операционными. Это, с одной стороны, позволяет использовать механизмы риск-менеджмента в управлении оборотным капиталом., А с другой стороны, требует учитывать дилемму «большой доход - большой риск» при выборе решений.

Ключевые слова: оборотные активы, оборотные средства, управление, товарные и финансовые потоки.

УДК 005:338.43

Состояние и направления стратегического развития сельского хозяйства Украины / В. А. Соколенко, Е. Н. Бондаренко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 66 – 70. – Бібліогр.: 5 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье представлены данные современного состояния сельского хозяйства Украины. Наблюдается уменьшение валовой продукции сельского хозяйства, переход к производству технических культур, уменьшение рентабельности сельскохозяйственного производства, низкая поддержка государства. Положительными изменениями в развитии сельского хозяйства Украины являются увеличение урожайности и высокая продуктивность основных сельскохозяйственных культур. Проанализированы основные требования к разработке стратегии развития сельскохозяйственных предприятий. Определены основные направления стратегического развития сельского хозяйства.

Ключевые слова: сельское хозяйство, валовая продукция, урожайность сельскохозяйственных культур, рентабельность, продуктивность, направления развития сельского хозяйства.

УДК 330.341.1:658:332.1

Инновационный потенциал как основа конкурентоустойчивости предприятий машиностроения / И. А. Федоренко, В. О. Мясников // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 71–74. – Бібліогр.: 6 назв. – ISSN 2304-621X.

Сформированы концептуальные основы формирования инновационного потенциала предприятий машиностроения, обобщены элементы инновационного потенциала и критерии его оценки. Выявлено характеристики предприятия, восприимчивые к инновациям. Предложено что основными задачами управления инновационным потенциалом предприятия (ИПП), являются: планирование и приобретение ресурсов, необходимых для достижения инновационной цели (формирование ИПП), количественное и качественное улучшение состояния ИПП (наращивание ИПП) и преобразование компонентов инновационного потенциала в конечный инновационный продукт (реализация ИПП). Основой системного изучения инновационного потенциала предприятия как объекта управления является исследование процесса реализации основных функций управления (планирование и прогнозирование, организация и координация, мотивация и стимулирование, контроль и оценка) по отношению к компонентам ИПП, позволит повышать уровень конкурентоустойчивости предприятий машиностроения.

Ключевые слова: инновационный потенциал предприятия, конкурентоустойчивость предприятия, инновационное развитие предприятия, инновационный барьер, управление инновационным потенциалом предприятия.

УДК 338.4

Современное состояние и перспективы развития кондитерской отрасли Украины / Е. И. Чайкова, Ю. Ю. Мирошниченко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 75 – 77. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье проведен анализ основных факторов, влияющих на развитие одной из самых развитых отраслей пищевой промышленности Украины – кондитерской отрасли. Рассмотрены основные производители украинского внутреннего кондитерского рынка и выявлены их основные конкуренты – иностранных производителей. Исследованы изменения в объемах экспорта продукции и определены факторы наибольшего влияния на него. А также описаны основные тенденции и перспективы развития кондитерской отрасли в ближайшее время. Даны рекомендации, которые помогут стабильно удерживать свои позиции на рынке украинским производителям.

Ключевые слова: кондитерская промышленность Украины, экспорт, поставки, стратегический план, конкуренция.

УДК 338.14.317:32

Современные тенденции конкурентоспособности украинского производства / М. С. Чип // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 78 – 80. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

Исследуется понятие конкурентоспособности товара и критерии оценки конкурентоспособности товара на внешних рынках. Предлагаются пути повышения конкурентоспособности украинского товара и проведен анализ места Украины в глобальном индексе конкурентоспособности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность украинского товара, индексе глобальной конкурентоспособности.

УДК 334.6

Диверсификация экспорта как фактор обеспечения международной конкурентоспособности украинских кондитерских предприятий / М. Н. Шевченко, К. О. Сапожнікова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 81 – 84. – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье предложены пути снижения концентрации экспорта для украинских предприятий кондитерской отрасли. Проанализирован польский кондитерский рынок, как потенциальный европейский рынок сбыта украинской кондитерской продукции. Полученные результаты исследования могут быть использованы при разработке стратегии выхода предприятий кондитерской отрасли на польский рынок, что позволит уменьшить концентрацию экспорта и повысить конкурентоспособность данных предприятий на внешнем рынке.

Ключевые слова: концентрация экспорта, диверсификация экспорта, внешний рынок, экспорт, импорт.

УДК 658.5/.7/8:339.9

Создание стоимости в международных цепях поставок с помощью информационно-коммуникационных технологий / А. Б. Зубкова, М. А. Швець // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 54 (1163). – С. 85 – 90. – Бібліогр.: 12 назв. – ISSN 2079-0023.

Дано определение создания стоимости и определены центры создания стоимости. Высокотехнологичная среда влияет на производительность компании. Эффективность использования информационно-коммуникационных технологий увеличивает возможность удовлетворения заинтересованных сторон. Сделаны выводы о центрах создания стоимости в цепи поставок, где участие заинтересованных сторон играет ключевую роль.

Ключевые слова: ценность, создание стоимости, цепь поставок, управление цепями поставок, международная цепь поставок, заинтересованные стороны, центры создания стоимости, производительность, информационно-коммуникационные технологии.

ABSTRACTS

UDC 338.19

Medium enterprise cash flow management by analyzing their rhythm, synchronization of receipts and expenditure / I. O. Apryshkin// Bulletin of NTU «KhPI» Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI» 2015. – No 54 (1163). – P. 3 – 5. – Bibliogr.: 9. – ISSN 2304-621X.

In the article the most important indicators of rhythm and synchronicity of cash flows. They determine the sufficiency flow generated net positions funded enterprise it needs. Dedicated most important aspects of improvement which will be the first step towards improving the financial performance of the enterprise, its recovery as a whole. Exploring the evenness and synchronicity formation of different kinds of cash flows calculated dynamic liquidity ratio of cash flow of the company. Adequacy of cash makes viability, the current efficiency of the enterprise. The quality of the cash flow the company is determined not only the composition of cash flows, but also indicators of rhythm, synchronization income, expenditure and cash flow efficiency. Uniformity cash flow characterizes rhythm organization of financial flows. Uniformity costs money - even distribution determines the benefit the company over time.

Keywords: cash flow, cash flow synchronization, total incoming and outgoing cash flows.

UDC 336.64

Model of the mechanism of financial financial security of business entities micro / O. V. Aref'eva, O. L. Kuzenko // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 6 – 11. – Bibliogr.: 4. – ISSN 2304-621X.

The paper presents a model of the functioning of the financial mechanism of financial security micro entities. Financial mechanism of financial security entities in the system of financial relations to the whole complex is developed and coordinated actions consistent as a separate item and the system as a whole, may prove efficacy by modeling as a process of its operation, and the probability of various processes, so, We believe that it is appropriate to develop a model of the functioning of the financial mechanism of financial security entities in the financial system of relations based on Markov processes with discrete states and continuous time.

As the mathematical model proposed to use Markov chain, based on a selection of circuit elements periodic homogeneity. These estimates reflect the probability matrix main features of the mechanism of state financial security strategies of engineering enterprises and multiple transitions in these states. The model of the functioning of the financial mechanism of financial security entities in the financial system of relations based on discrete Markov processes can summarize the main results of the development and implementation of the financial mechanism of the financial security system for financial security entities in the financial system of relations on the basis of informative parameters of its operation and shows that under the proposed financial mechanism provided increasing level of financial security.

Keywords: financial mechanism, financial security, the functioning model, Markov chain, discrete state, continuous time.

UDC 681.83

The classification and estimation of heating systems efficiency / O. B. Bilotserkivskiy // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 12 – 15. – Bibliogr.: 14. – ISSN 2304-621X.

In the paper the term of heating systems efficiency was defined. The term's classification by level, type, direction, value index and subject was presented. The basic achievements and literature on the efficiency of district heating was studied. It was noted that the subject of the research topic is devoted to economical and technical problems of the heating system efficiency. But estimation methods of other efficiency types, particularly social one, are insufficiently studied. The components of the annual economic effect, investment and operating costs were considered. In the capital costs only three components are counted: capital expenditures on heating networks, subscriber systems and thermal insulation. Four components are taken into consideration in the operating costs: fuel cost; the cost of pumping heat carrier; the annual cost of heat loss by heat conductors; the cost of annual deductions from capital investments in restoration of assets, capital and current repairs. Social effectiveness can be assessed by using the indicator inverse to economic efficiency. Technological efficiency is evaluated by complex indexes such as power efficiency, reliability of heating, quality of services and ecofriendliness of heating. Budgetary efficiency is considered as increasing of sum of budget tax profits.

Keywords: heating system, economical, social, technological and budgetary efficiency, capital and operating costs.

UDC 681.83

Eurobonds in the process of European integration / O. B. Bilotserkivskiy, S. S. Miroshnik // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 16–19.– Bibliogr.: 7. – ISSN 2304-621X.

Eurobonds in the context of the European integration process addresses various topical issues relating to the origin and development of Eurobonds. Particular attention is paid to the role and value of sovereign bonds of the eurozone countries during the global financial crisis, as an indicator of the state of the economy. Sovereign Eurobonds are an important indicator of the market process of European integration and the economy in the eurozone, which, in particular, clearly evident during the global financial crisis. In addition, the Eurobond market to date and is a very serious problem compliance with a proper balance in the borrowing through the issuance of government bonds with the indicators of real economic growth in the EU.

Keywords: eurobonds, the financial and economic crisis, European integration, the euroarea.

UDC 658.15

Rationale combination of factors impact on the financial condition of the enterprise / S. V. Glukhova, Y. V. Kynlynska, K. S. Gridasova // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 20–22.– Bibliogr.: 16. – ISSN 2304-621X.

The article analyzes the position of scientists regarding the interpretation of the concept of "financial stability" of the enterprise highlighted content approach, clarifying its essence, identified specific characteristics. As a result, the classical theory of the distribution of the factors of influence, determined by their main group, investigated the effect of a combination of factors on the financial stability presented in the scientific literature, with the result that effected their generalizations and reasonably functional groups with hierarchical position of the author's vision of financial stability and features of the influence of factors .

Keywords: financial stability, factors influence the effectiveness of the company.

UDC 339.138

Algorithm of creating international inbound marketing strategy / T. V. Danko, D. V. Bezkorovayna // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 23 – 26. – Bibliogr.: 12. – ISSN 2304-621X.

The notion of inbound marketing is considered, its main instruments are identified in this article. The tools are divided into two categories and are described in details. Recent accomplishments in the field and the literature on the topic are considered and analyzed. Inbound marketing is considered by the authors of the article as the process that consists of five parts. The basic elements of international inbound marketing strategy are determined and characterized; an algorithm of its development is formed. The implementation of an algorithm is supposed to allow creating a successful and proactive international inbound marketing strategy for a high-tech enterprise.

Keywords: inbound marketing, strategy, development, algorithm, content marketing, search engine optimization, SMM.

UDC 339.96

Impact of technical assistance on the development of high tech clusters' international competitiveness / T. V. Danko, A. O. Lutsenko // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 27 – 32. – Bibliogr.: 17. – ISSN 2304-621X.

The article deals with the effectiveness of the international technical assistance for the development of international competitiveness of high-technology clusters. A sample of fifty high-technology EU clusters was analyzed and the estimation of international technical assistance attraction and use by these clusters were examined, also the influence of international technical assistance programs on the international competitiveness of high-tech clusters was studied. It is concluded that the use of international technical assistance programs makes a significant contribution to the development of clusters' competitiveness by allowing all clusters' participants to rely on international experience and grant support in the implementation of certain projects.

Keywords: international technical assistance, high-tech cluster, international competitiveness, effectiveness, donor, beneficiary.

UDC 331.108

The role of the personnel management system of innovation organizations in the management of personnel development / O. S. Drugova, I. V. Dolya // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 33 – 35. – Bibliogr.: 8. – ISSN 2304-621X.

The article analyzes the recent research on human resource management and development prospects of the company management. The necessity of training of each employee of the organization.

Keywords: staff, personnel, management, innovation.

UDC 336.221.24

Features of calculation and payment of tax on real estate in Ukraine from January 1, 2015 / O.V.Korec'ka, A.M.Kulik // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 36 – 38. – Bibliogr.: 5. – ISSN 2304-621X.

The article considers the peculiarities of calculation and payment of tax on real estate in Ukraine since January 1, 2015. Particular attention is paid to the tax rate on real estate, and the benefits for the majority of regions of Ukraine are given. The problems that may arise from the payers of the occupied territories and the zone of the antiterrorist operation are shown. Displaying responsibility for non- or late / incomplete payment of tax on property. Recommendations for solving the existing problems are given in the article.

Keywords: tax, real estate, tax rate, tax payers, tax incentives, terms of payment.

UDC 658.15

Managing optimal capital structure / D. V. Korobkov // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 39 – 42. – Bibliogr.: 8. – ISSN 2304-621X.

The article presents main concepts of managing optimal capital structure. Influence of total risk of enterprise on assets profitability is shown on the practical data.

Keywords: capital structure, profitability, total risk.

UDC 669.08:330.322.5

Features of Internet marketing for the market of solid biofuels / I. O. Melnykova, I. A. Chekmasova // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 43 – 46. – Bibliogr.: 6. – ISSN 2304-621X.

Ukrainian market of solid biofuels was analysed, the prospects of development of production and the possibility of increasing volume of the exports to the EU were evaluated. The main internet marketing tools that are used to promote biofuels in the Internet were considered. The analysis of the effectiveness of using online B2B sites was done, the results of email marketing were evaluated. It was revealed that the main drive traffic channels for the corporate website are Internet platforms and email mailings, they affect the conversion of the site and the process of lead generation.

Keywords: internet marketing, online B2B platforms, email-marketing, market of solid biofuels, lead generation, drive traffic channels, site conversion.

UDC 336.671

Methodological support of profit entities of small and medium business / T. Y. Nazarova // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 47 – 51. – Bibliogr.: 8. – ISSN 2304-621X.

Research devoted to methods of analyzing financial performance of industrial enterprises by taking into account the differences between the economic value and accounting earnings, methodical approaches to the formation of the organizational structure of the subject of SMEs and methodical approach to evaluating the economic efficiency of management measures for the formation and use of profits.

In this clinical study the theoretical generalization and a new approach to the formation and rational use of profit requires establishing effective organizational and economic mechanism. Organizational and economic mechanism of efficient operations company - a system that is influenced by internal and external factors and consists of a set of related activities and tools that can simulate variations decisions, develop tools for their analysis to achieve the set goals at the lowest cost and coordination of social, group and personal interests.

The basic condition and the most important factor for the implementation of organizational and economic mechanism for efficient operation of the enterprise is the establishment and functioning of the modern management structure. To ensure the effective functioning of the organizational and economic mechanism of formation and use of profits to that between the departments was clearly divided responsibilities and accountability for addressing and shaping parameters that affect the performance of the company.

Keywords: finance, financial accounting, small business, entrepreneurship, formation, distribution, income, economic value added.

UDC 658.784:658.87

Rapid Assessment Methodology of retailers' inventory management effectiveness / K. S. Olinichenko // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 52 – 54. – Bibliogr.: 6. – ISSN 2304-621X.

The article substantiates the need for a rapid assessment of the efficiency of inventory management in the retail industry. A method of rapid assessment to determine the presence or absence of an effective inventory management at the retail outlet in three main interrelated symptoms was proposed.

Keywords: efficiency, management, inventory, assessment, retailer.

UDC 669.08:330.322.5

Ways to improve the efficiency of steel plants / Y. V. Pchelnikova, L. P. Skotnikova // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of management and business activities – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 55 – 58. – Bibliogr.: 10. – ISSN 2304-621X.

Studied the criteria of economic efficiency, analyzed metallurgical enterprises in the domestic and foreign markets, the basic problems of the metallurgical industry of Ukraine and their causes are the analysis of the effectiveness of the steel mills and factor analysis of income. Revealed that the main ways to improve the efficiency of production is targeting sales in the domestic market, the organization of working assets and equipment modernization.

Keywords: efficiency of production by increasing efficiency, metallurgical industry, financial analysis, factor analysis, asset turnover, upgrading equipment.

UDC 624 (477)

Problems and development perspectives the housing market / O. S. Sych // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of management and business activities – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 59 – 62. – Bibliogr.: 11. – ISSN 2304-621X.

There have been considered and analyzed main trends in the housing market in Ukraine, studied statistical data on housing supply and housing options. Highlighted the problems currently facing the housing market, and the ways to solve them.

Keywords: housing, level of housing, investment, mortgage lending, innovative development.

UDC 330.332.011

Technology development and direction of management of working capital / Y. V. Silova // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity - Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). - P. 63 – 65. – Bibliogr.: 4. - ISSN 2304-621X.

The methods of comparison, analysis and synthesis, modeling, etc., which form a systematic approach. In the implementation of sectoral analysis, an analytical evaluation of existing systems of management of working capital in enterprises apply the methods of statistical comparisons, factor analysis, sampling and grouping.

Conclusions about the improvements in working capital management which is continuous. This is due to the constant changes in the external environment, and periodic changes of the same criteria "excellence", which may affect policy change of the company, its market position, the volume of transactions. Working Capital Management is closely related to risk management, both financial and operational. On the one hand, allows the use of risk management mechanisms in the management of working capital., On the other hand, consider the dilemma requires "more income - more risks" in choosing solutions.

Keywords: current assets, working capital management, trade and financial flows.

UDC 005:338.43

Status and trends of strategic development of agriculture in Ukraine/ V. A. Sokolenko, O. M. Bondarenko // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of management and financial and economic activity of the enterprise. – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 66 – 70. – Bibliogr.: 5. – ISSN 2304-621X.

The article provides data with respect to the modern state of the agrarian sector of Ukraine. Agriculture is characterized by a decrease in gross output, reduction in the profitability of production, cultivation of industrial crops, low government support. The positive changes in the development of agriculture are to increase yield and high productivity of major crops. The article analyzes the requirements for the development of a strategy for agricultural development. Identifies the main strategic directions of development of agriculture.

Keywords: agriculture, gross output, yield, profitability, productivity, direction of the development of agriculture.

UDC 330.341.1:658:332.1

Innovative potential as a basis for the sustainability of competitive enterprises of mechanical engineering / I. A. Fedorenko, V. O. Miasnykov // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 71 – 74. – Bibliogr.: 6. – ISSN 2304-621X.

Conceptual bases of formation of the innovative potential of the enterprises of mechanical engineering, generalized elements of the innovation potential and the criteria for its evaluation. Revealed enterprise characteristics responsive to innovation. It is proposed that the main objectives of management in innovative potential of the enterprise (IPP) are: planning and acquisition of resources required to achieve innovation goals (forming PPI), a quantitative and qualitative improvement of the IPP (capacity IPP) and conversion components of innovation potential in the final product innovation (implementation IPP). The basis for systematic study of the innovation potential of the company as a management object is to study the process of realization of the basic functions of management (planning and forecasting, organization and coordination, motivation and incentives, monitoring and evaluation) in relation to the components of the PPI, will allow to raise the level competitive stability engineering enterprises.

Keywords: innovative potential of the enterprise, the enterprise konkurentoustoychivost, innovative development of the enterprise, innovation barrier, the innovative potential of the enterprise management.

UDC 338.4

The current state and prospects of the confectionery industry Ukraine / A. I. Chaikova, Y. Y. Miroshnichenko // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of management and financial and economic activity of the enterprise – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 75 – 77. – Bibliogr.: 8. – ISSN 2304-621X.

The article analyzes the main factors influencing the development of one of the most developed food industries Ukraine – confectionery industry. The basic Ukrainian producers of domestic confectionery market and found their main competitors – foreign manufacturers. The changes in the volumes of exports and identifies the factors most influence on him. Also describes the main trends and prospects of the confectionery industry in the near future. The recommendations that will help to keep stable its market position Ukrainian producers.

The study leads to the following conclusions:

- The investment climate shaping the investment attractiveness of the country;
- Ukraine's place in the World Bank study ranked the index "Doing Business" in the context of individual components in 2013 improved by 15 points;
- The EBA Investment Attractiveness Index improved to 2.74 points Ukraine, which pov'yazanoz start cooperation towards Ukraine's European integration;
- Investor countries Ukraine, which account for 55% of total investments were Cyprus, Germany and the Netherlands;
- Most of attracted foreign investments accounted for Ukrainian industry, as well as financial institutions and insurance activities.

Keywords: confectionery industry Ukraine, export, supply, strategic plan competition.

UDC 338.14.317:32

Current trends in competitiveness of ukrainian products / M. S. Chip // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and financial and economic activity of enterprise. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2015. – No 54 (1163). – P. 78 – 80. – Bibliogr.: 8. – ISSN 2079-0023.

The notion competitiveness of goods and benchmarks product competitiveness in foreign markets. Ways of improving the competitiveness of Ukrainian goods and analysis of Ukraine's place in the global competitiveness index.

Keywords: competitiveness, competitiveness of Ukrainian goods, the index of global competitiveness.

UDC 334.6

Export diversification as a factor of ensuring international competitiveness of Ukrainian confectionery enterprises / M. N. Shevchenko, K. O. Sapozhnikova // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of management and financial and economic activity of the enterprise – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 54 (1163). – P. 81 – 84. – Bibliogr.: 9. – ISSN 2304-621X.

The article suggests ways to reduce the concentration of exports on Ukrainian businesses confectionery industry. Polish confectionery market is analyzed as a potential European market for Ukrainian confectionery products. Otrymani results of the study can be used in the development of exit strategies confectionery industry enterprises on the Polish market, which will reduce the concentration of exports and enhance the competitiveness of the enterprises on the international market.

The study was obtained the following results: first, the Ukrainian companies for the confectionery industry offered the following ways to reduce export concentration as the diversification of exports, the opening production in key markets and the development of the internal market; secondly, to ensure the international competitiveness of Ukrainian confectionery enterprises analyzed the current state of the confectionery industry in Poland as a potential European market for Ukrainian confectionery products; Thirdly, studied growth prospects of the Polish confectionery market on the basis of the forecast data of its key product segments.

The results of research can be used to develop an exit strategy of confectionery industry in the Polish market, which will reduce the concentration of exports and enhance the competitiveness of the enterprises on the international market.

Keywords: concentration of exports, diversification of exports, foreign market, export, import.

UDC 658.5/7/8:339.9

Value creation in the international supply chains by means of information communication technology / A. Zubkova, M. Shvets // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and financial and economic activity of enterprise. – Kharkiv : NTU "KhPI", 2015. – No 54 (1163). – P. 85–90. – Bibliogr.: 12. – ISSN 2079-0023.

The definition of value creation is given and centers of value creation in the supply chain are identified. High-technology environment has influenced on companies' performance. Efficiency of using information and communication technology increases possibility to satisfy stakeholders with their needs. It is concluded with the centers of value creation in the supply chain where stakeholders' participation plays a key role.

Keywords: value, value creation, supply chain, supply chain management, international supply chain, stakeholder, centers of value creation, performance, information communication technology.

ЗМІСТ

І. О. Апришкін Засіб управління грошовими потоками підприємства шляхом аналізу їхньої ритмічності, синхронності надходження та витрачання.....	3
О. В. Ареф'єва, О. Л. Кузенко Модель процесу функціонування фінансового механізму фінансової безпеки суб'єктів господарювання мікро рівня.....	6
О. Б. Білоцерківський Класифікація і оцінка ефективності функціонування систем тепlopостачання.....	12
А. Б. Белоцерковский, С. С. Мирошник Еврооблигации в процессе развития европейской интеграции.....	16
С. В. Глухова, Є. В. Кильницька, К. С. Грідасова Обґрунтування сукупності чинників впливу на фінансовий стан підприємства.....	20
Т. В. Данько, Д. В. Безкоровайна Алгоритм розробки стратегії міжнародного інбаунд маркетингу.....	23
Т. В. Данько, А. О. Луценко Вплив програм міжнародної технічної допомоги на розвиток міжнародної конкурентоспроможності високотехнологічних кластерів.....	27
О. С. Другова, І. В. Долина Роль системи кадрового менеджменту інноваційної організації в управлінні розвитком персоналу.....	33
О. В. Корецька, А. М. Кулик Особливості нарахування та сплати податку на нерухоме майно в Україні з 1 січня 2015 року.....	36
Д. В. Коробков Управління оптимальною структурою капіталу.....	39
І. О. Мельникова, І. А. Чекмасова Особливості інтернет-маркетингу для ринку твердого біопалива.....	43
Т. Ю. Назарова Методичне забезпечення процесом управління фінансовим результатом суб'єктів малого та середнього бізнесу в рамках реалізації організаційно – економічного механізму формування та використання прибутку в умовах циклічного розвитку національної та світової економіки.....	47
К. С. Олініченко Методика експрес-оцінки ефективності управління товарними запасами підприємства роздрібної торгівлі.....	52
Ю. В. Пчельнікова, Л. П. Скотнікова Шляхи підвищення ефективності діяльності металургійних підприємств.....	55
О. С. Сич Проблеми та перспективи розвитку ринку житлового будівництва.....	59
Я. В. Сілова Технологія формування та напрямки розвитку системи управління оборотним капіталом.....	63
В. А. Соколенко, О. М. Бондаренко Стан та напрямки стратегічного розвитку сільського господарства України.....	66
І. А. Федоренко, В. О. Мясников Інноваційний потенціал як основа конкурентостійкості підприємств машинобудування.....	71

О. І. Чайкова, Ю. Ю. Мірошніченко Сучасний стан та перспективи розвитку кондитерської промисловості України.....	75
М. С. Чіп Сучасні тенденції конкурентоспроможності української продукції.....	78
М. М. Шевченко, К. О. Сапожнікова Диверсифікація експорту, як чинник забезпечення міжнародної конкурентоспроможності українських кондитерських підприємств.....	81
A. Zubkova, M. Shvets Value creation in the international supply chains by means of information communication technology.....	85
Реферати.....	91
Рефераты.....	94
Abstracts.....	97

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»

Збірник наукових праць

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

Випуск 54 (1163)

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

Технічний редактор: О.С. Другова,

Відповідальний за випуск канд. техн. наук Г.Б. Обухова

АДРЕСА РЕДКОЛЕГІЇ: 61002, м. Харків, вул. Пушкінська, 79/2, НТУ «ХПІ»
каф. менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів, тел. (057) 707-64-
46, 707-60-67, e-mail: lena_hs@mail.ru

Обл. вид. № 5-16/2016

Підп. до друку 08.02.16 р. Формат 60x84 1/16. Папір офсетний. RISO-друк. Гарнітура Таймс. Ум.друк.арк.
8,9. Обл.-вид. арк. 9,2.

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.