

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»

№61 (1170) 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. – № 61 (1170) – 106 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. Тимофєєв, д-р техн. наук, проф.

Редакційна колегія серії:

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

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

Відповідальний секретар: О. С. Другова, 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.

О. О. АГЕЙНОК, О. Б. БЛОЦЕРКІВСЬКИЙ

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РЕЗЕРВУВАННЯ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПО ГРИВНЕВИМ КРЕДИТАМ ЮРИДИЧНИХ ОСІБ

Висвітлено теоретичні положення методів формування інформаційних баз даних для подальшого аналізу, виявлено найбільш ефективний метод для інформаційного забезпечення, визначені основні вимоги для вхідної інформації, сформовані основні показники для інформаційної бази даних, для подальшого аналізу фінансової стійкості підприємства та банку.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, фінансова стійкість, база даних, резервування, методи оцінки фінансової стійкості підприємства-позичальника.

Забезпечення безпеки функціонування підприємств в умовах кризи на сьогоднішній день є першочерговою задачею власників і менеджменту будь-якого підприємства. Від безпеки банківської системи залежить фінансова безпека всієї країни.

Сьогодні саме резервування в банківській діяльності відіграє дуже важливу роль для досягнення стійкості як для банківської системи, так і для всієї держави (у зв'язку з його сильною роллю у функціонуванні і розвитку країни). Тому актуальність даної теми дослідження має високий ступінь.

Питання про удосконалення та пошук нових ефективних методів резервування було розглянуто у роботах багатьох вітчизняних та іноземних науковців, таких як Коваленко М., Вишивана Б., Лернер Ю. І., Грунін. О. М., Козаченко І. В. та інші. Аналіз наукових робіт вчених дозволяє відзначити, що проблема забезпечення банківської безпеки залишається розглянутою у неповному обсязі, а також не завжди ефективна на практиці.

В умовах функціонування економіки на ринкових засадах у фазі економічної та фінансової нестабільності особливе значення набуває об'єктивність визначення фінансового стану і кредитоспроможності підприємств-позичальників при їх кредитуванні комерційними банками.

Як показує практика, з різними клієнтами у банка встановлюються різні ділові відносини, які не повторюються і, як правило, не можуть бути точно виміряні. Це і стає причиною того, що процес оцінювання кредитоспроможності досить складно піддається формалізації.

Проблема оцінки кредитоспроможності є об'єктом дослідження багатьох вчених, серед яких можна виділити таких відомих економістів як Бордюг В. В., Васильчук С. В., Прохорова Ю. В., Калмикова О. А., Шило Ж. С. та ін. Не дивлячись на це, швидкі темпи зростання кредитних операцій в банках зумовлюють пошук нових, більш ефективних та дієвих методів і підходів до визначення кредитоспроможності позичальника, які б дозволили зменшити рівень кредитного ризику.

Основне завдання даного дослідження – вирішення проблеми вибору конкретного методу оцінки кредитоспроможності корпоративного клієнта.

Для вирішення поставленого завдання необхідно провести такі заходи:

1. Здійснити класифікацію існуючих методик

оцінки кредитоспроможності;

2. Розглянути та проаналізувати найбільш поширені підходи щодо оцінки фінансового стану позичальника;

3. З'ясувати проблеми, що виникають про виборі того чи іншого методу та виявити основні переваги та недоліки розглянутих підходів.

На сьогоднішній день у банківській практиці існує велика кількість підходів до оцінки кредитоспроможності позичальника юридичної особи.

Комерційні банки користуються різноманітними системами оцінки кредитоспроможності, що відрізняються одна від одної передусім складовими фінансового аналізу.

Серед найбільш розповсюджених методів оцінки кредитоспроможності можна виділити наступні: коефіцієнтний аналіз; статистичні методи; комплексні методи (на основі експертних оцінок) [2, с.113-114].

В основі коефіцієнтного аналізу лежить добір оптимальних показників для конкретних позичальників і їх подальшому аналізі який проводиться шляхом: порівняння фактичного значення коефіцієнта з встановленими нормативними або оптимальними значеннями (нормативний метод); порівняння коефіцієнтів з середньогалузевим значенням (порівняльний аналіз); порівняння розрахованих значень коефіцієнтів конкретного підприємства з аналогічними показниками підприємств, що є провідними у даній галузі (бенчмаркінг).

Серед основних коефіцієнтів, що використовуються при аналізі кредитоспроможності можна виділити наступні фінансової стійкості, коефіцієнти ліквідності, рентабельності, ділової активності та показники грошового потоку підприємства.

Коефіцієнтний аналіз дуже простий у використанні, як правило не потребує спеціального інформаційного забезпечення. За допомогою коефіцієнтів можна проаналізувати різноманітні аспекти фінансового стану позичальника. Однак не дивлячись на це даний метод оцінки кредитоспроможності має ряд недоліків: коефіцієнти не в повній мірі характеризують кредитоспроможність підприємства, так як не можна віддавати перевагу одному з розрахованих показників; нормативні значення багатьох

коефіцієнтів не враховують фактичний стан економіки та фази ділового циклу, відсутня єдина база рекомендованих значень; розраховані показники відображають лише сучасний стан, не враховуючи при цьому динамічні зміни, що підвищує ризик при кредитуванні.

На основі окремих значень коефіцієнтів дуже важко зробити однозначний висновок про кредитоспроможність та вивести інтегрований показник, так як одні показники можуть знаходитися у критичній зоні, а інші бути цілком задовільними.

До статистичних методів оцінки належать бально-рейтингові системи оцінки і моделі прогнозування банкрутств, що базуються на множинному дискримінантному аналізі.

Бально-рейтингові системи оцінки створюють банки за допомогою емпіричного підходу, шляхом використання факторного аналізу. Ці системи основані на історичних даних про банківські позики з низьким, помірним та високим ступенем ризику.

Рейтингову модель проводять у за декількома етапами. На першому етапі відбувається збір та аналіз вхідної інформації за конкретний проміжок часу. Далі відбувається обґрунтування системи показників, що будуть використовуватися для аналізу та проводиться їх класифікація. На основі визначених критеріїв розраховується рейтингова оцінка фінансового стану підприємства.

Таким чином, для того щоб визначити клас позичальника необхідно лише розрахувати певний набір фінансових коефіцієнтів та зважити їх. Дану методику використовують більшість українських банків.

Однак слід звернути увагу на те, що рейтингові методи оцінки кредитоспроможності потребують постійного оновлення інформації, що може бути коштовним для банку. Тому невеликі банки, як правило, не розробляють власних моделей аналізу кредитоспроможності клієнтів через високу вартість їх підготовки і обмежену інформаційну базу.

В основі моделей прогнозування банкрутств, що використовуються для оцінки кредитоспроможності лежать статистичні методи, найрозповсюдженішим з яких є множинний дискримінантний аналіз.

За допомогою дискримінантної функції всі компанії (залежно від фінансового стану) можна поділити на дві групи – з високою і низькою вірогідністю банкрутства у найближчій перспективі.

Для розробки дискримінантної моделі необхідна досить репрезентативна вибірка підприємств, диференційованих за галузями та розмірами, яку інколи дуже важко сформувати, так як всередині галузі не завжди можна знайти достатню кількість фірм, які збанкрутували.

Базовий алгоритм багатофакторної дискримінантної моделі для розрахунку інтегрального показника фінансового стану позичальника є таким: $Z = a_1 * K_1 + a_2 * K_2 + a_3 * K_3 + a_4 * K_4 + a_5 * K_5 + a_n * K_n - a_0$, де Z – базовий інтегральний показник фінансового стану боржника – юридичної особи; K_1, K_2, \dots, K_n – фінансові

коефіцієнти, що розраховуються на базі фінансової звітності боржника; a_1, a_2, \dots, a_n – параметри, що визначаються з урахуванням вагомості та розрядності фінансових коефіцієнтів на підставі даних фінансової звітності боржників – юридичних осіб; a_0 – вільний член дискримінантної моделі.

Слід підкреслити, що параметри дискримінантної функції та значення вільного члена визначаються емпіричним шляхом [5, с.155-158].

Даний метод оцінки кредитоспроможності на разі запропонований Національним банком України в Положенні про порядок формування та використання банками України резервів для відшкодування можливих втрат за активними банківськими операціями від 25.01.2012 № 23. Положенням передбачено 18 моделей розрахунку інтегрального показника у розрізі позичальників, які належать до суб'єктів малого бізнесу та до великих і середніх підприємств. Залежно від значення отриманого показника визначається клас [1]. Точність класифікації фірм за ймовірністю банкрутства становить близько 90%, що є безперечним плюсом використання статистичних моделей.

До основних недоліків статистичних моделей можна віднести переоцінку ролі кількісних чинників і недооцінку якісних факторів, не контрольованість вибору системи базових кількісних показників, висока чутливість до викривлення (недостовірності) вихідних даних (зокрема фінансової звітності, що найбільш характерно саме для українських підприємств-позичальників), порівняна громіздкість, вплив на факт визнання фірми банкрутом багатьох чинників, що не піддаються обліку.

Доволі розповсюдженими серед зарубіжних банків являються моделі комплексного аналізу, що базуються на експертних оцінках аналізу економічної доцільності надання кредиту. Вони в більшій мірі дозволяють врахувати кількісні та якісні характеристики позичальника.

Назви комплексних методик як правило утворені від перших літер базових критеріїв кредитування. Зокрема, в Німеччині використовується методика комплексного аналізу під назвою «СОРФ»: С – competition (конкуренція в галузі); О – organization (організація діяльності); Р – personnel (якість персоналу); F – finance (фінанси, доходи). У Великобританії – «PARSER»: Р – person (репутація; позичальника) А – amount (сума кредиту); R – repayment (умови погашення); S – security (забезпечення кредиту); E – expediency (доцільність кредиту); R – remuneration (винагорода банку). Окремі європейські банки використовують методику «CAMPARI»: С – character (репутація позичальника); А – ability (здатність повернути кредит); М – marge (дохідність операції); Р – purpose (цільове призначення кредиту); А – amount (сума кредиту); R – repayment (умови погашення); I – insurance (забезпечення); [3, с. 156].

Таким чином досвід роботи зарубіжних банків розвинутих країн, оснований на комплексному опрацюванні всіх кредитних процедур,

багатофакторному аналізі кредитоспроможності потенційних позичальників, дозволяє значно знизити кредитний ризик. Спільний аналіз усіх факторів стосовно кожного конкретного випадку дає можливість прийняти зважене рішення щодо кредитоспроможності позичальника, доцільності видачі йому кредиту, цінових і нецінових умов кредитного договору.

Головним недоліком даних комплексних методик є їх орієнтація здебільшого на якісні чинники а також той факт, що дані моделі побудовані на основі експертних висновків та в окремих випадках можуть мати суб'єктивний характер.

Підводячи підсумки проведеного дослідження можна зробити висновок, що на сьогоднішній день існує велика кількість методів оцінки кредитоспроможності, кожен з яких має свої переваги та недоліки. Вибір конкретної методики залежить від рівня економічної і політичної стабільності в державі, можливостей самого банку, його кредитної політики, пріоритетів у роботі та безпосередньо від сегментів з якими ведеться співпраця. Головним аспектом розробки власної методики оцінки кредитоспроможності в кожному банку має стати оптимізація складу наявної на сьогодні великої кількості різноманітних показників, на основі значень яких визначається якість фінансового стану підприємства. У сукупності дані показники повинні відповідати вимогам комплексної характеристики як поточного стану суб'єкта господарювання, так і тенденцій, щодо його подальшого розвитку.

Для результативного розрахунку показників фінансової стійкості та показників резервування менеджменту підприємств та фінансових структур потрібна достовірна фінансова інформація.

До інформації, використовуваної у фінансовому аналізі і менеджменті, пред'являються наступні основні вимоги: значимість, повнота, вірогідність, своєчасність, зрозумілість.

Показники, сформовані з зовнішніх джерел інформації, поділяються на три основні групи: показники, що характеризують загальноекономічний розвиток країни; показники, що характеризують кон'юнктуру фінансового ринку; показники, що характеризують діяльність контрагентів і конкурентів.

Показники, формовані з внутрішніх джерел інформації, поділяються на дві основні групи: показники фінансового обліку підприємства; показники управлінського обліку підприємства.

У ході виконання дослідження по забезпеченню ефективного інформаційного забезпечення були висунуті певні вимоги для забезпечення найбільшої ефективності вибірки.

Вибірка – це множина об'єктів, подій, зразків або сукупність вимірів, за допомогою визначеної процедури вибраних з статистичної популяції або генеральної сукупності для участі в дослідженні. Зазвичай, розміри популяції дуже великі, що робить прийняття до уваги всіх членів популяції непрактичним або неможливим. Вибірка являє собою

множину або сукупність певного обсягу, члени якої збираються і статистичні характеристики обчислюються таким чином, що в результаті можна зробити висновки або екстраполяцію із вибірки на всю популяцію або генеральну сукупність.

Задля забезпечення найбільш ефективного аналізу інформаційної бази даних, інформація (вибіркова) має відповідати наступним критеріям: а) оптимальності; б) репрезентативності; в) мультиколінеарності; г) однорідності; д) надійності.

Оптимальність вибірки- (рос. критерий оптимальности; англ. optimum criterion; нім. Optimalitätskriterium n) – основний показник якості роботи системи.

Оптимальний – найкращий з можливих варіантів чогось, найвідповідніший даному завданню, умовам. У задачах математичного програмування та економічного оптимального планування – кількісна міра, показник, за допомогою якого визначають ступінь близькості стану системи до оптимального стану. Критерій оптимальності має бути єдиним і вимірюваним.

Репрезентативність (від фр. Representant – представник) – здатність вибіркової сукупності відтворювати основні характеристики генеральної сукупності. Репрезентативність досягається за рахунок правильного формування вибірки, яка за принциповими для дослідження параметрами має відтворювати загальний об'єкт дослідження.

Вибірка не може абсолютно точно відтворювати генеральну сукупність, тому вона завжди матиме певні відхилення від неї. Помилка репрезентативності – відхилення вибіркової сукупності за певними характеристиками від генеральної сукупності. Чим більша величина відхилень, тим значніша помилка репрезентативності, тим нижча якість отриманих даних. Головне завдання на цьому етапі соціологічного дослідження – врахувати помилку репрезентативності під час інтерпретації та узагальнення результатів дослідження, проведеного із застосуванням вибіркового методу.

Значну роль у визначенні якості інформації, отриманої в результаті емпіричного дослідження, окрім репрезентативності, відіграють такі параметри, як надійність і валідність.

Мультиколінеарність виникає тоді, коли більше, ніж два фактори зв'язані між собою лінійною залежністю, тобто має місце вплив факторів один на одного

Під мультиколінеарності розуміється висока взаємна корельованість змінних. Мультиколінеарності може проявлятися у функціональній (явної) та стохастичної (прихованої) формах.

При функціональній формі мультиколінеарності принаймні одна з парних зв'язків між пояснюючими змінними є лінійною функціональною залежністю. У цьому випадку матриця $X'X$ особлива, тому що містить лінійно залежні вектори-стовпці, і її визначник дорівнює нулю, тобто порушується передумова регресійного аналізу, це призводить до неможливості розв'язання відповідної системи

нормальних рівнянь і одержання оцінок параметрів регресійної моделі.

Проте в економічних дослідженнях мультиколінеарності частіше проявляється в стохастичній формі, коли між хоча б двома пояснюючими змінними існує тісний кореляційний зв'язок. Матриця $X^T X$ в цьому випадку є невірною, але її визначник дуже малий.

Необхідною умовою організації дослідження є попереднє вивчення генеральної сукупності та оцінювання її однорідності. Оскільки повне дослідження занадто дороге, а часом і неможливе, обмежуються вибіркою, так щоб вона була репрезентативним відображенням генеральної сукупності.

Надійність та валідність — основні параметри визначення якості інформації, одержаної в результаті проведення емпіричного дослідження. Під надійністю розуміють певну гарантію, що одержаний результат правильно відбиває досліджувану дійсність.

Надійність інформації на цьому етапі формування вибірки забезпечується врахуванням випадкових помилок.

У теперішній час проблема точності і надійності вибіркового даних вирішується за двома напрямками: по-перше, пошуками найбільш зручних класифікаторів надійності і точності; по-друге, розробкою таблиць залежності обсягу вибірки та інших показників вибіркового обстеження від надійності та точності, що приймається до розрахунку.

У ході виконання дослідження були виявлені теоретичні основи створення інформаційних баз даних для резервування грошових коштів по гривневим кредитам юридичних осіб, а також досліджені джерела формування баз даних, для визначення фінансової стійкості підприємства.

Фінансова звітність є основним джерелом інформації при проведенні аналізу фінансово-господарської діяльності підприємства та його складової – фінансової стійкості.

Фінансові звіти відображають поточний фінансовий стан і фінансово-господарську діяльність підприємства або результати його минулої діяльності та фінансовий стан протягом попередніх періодів.

Тож на основі представлених вище умов були обрані показники, які слугуватимуть найкращим матеріалом для інформаційної бази, задля подальшого ефективного аналізу фінансового стану підприємства.

Ці показники були наступні для банку: L – грошові кошти; Sr – гроші у касі; Sp – кошти на розрахунковому рахунку; Sp – кошти в цінних паперах; Skp – кошти на коррахунках у банку; $Dз$ – дебіторська заборгованість; $Rб$ – розрахунки банку; $Kв$ – кредитні вклади (включаючи прострочену заборгованість); $Oс$ – основні кошти банку; $Kс$ – власний капітал банку; $Dс$ – рахунки клієнтів, довгострокові і середньострокові кредити, отримані банком; $Rк$ – розрахункові рахунки клієнтів банку; $Kд$

$н$ – середньострокові кредити, отримані банком; $Kд$ – довгострокові кредити, отримані банком; $Kкс$ – короткострокові кредити; Ob – інші зобов'язання. А для підприємства були виділені наступні показники: F – основні кошти та вклади; $Eз$ – запаси та затрати; $Rа$ – грошові кошти, короткострокові фінансові вклади, дебіторська заборгованість, інші активи; Ckk – довгострокові кредити і позикові кошти; $Iсс$ – джерела власних коштів. Джерела власних коштів повинні дорівнювати значенню показника власного капіталу; $Kс$ – Власний капітал; Cdk – довгострокові кредити і позикові кошти; $Kо$ – позики, не погашені у срок; $Cсс$ – середньострокові пасиви і позикові кошти.

На основі фінансової звітності був проведений аналіз фінансово-господарської діяльності підприємства «Експрес Кабель» та аналіз фінансового стану банку «Меркурій». За допомогою внутрішньої фінансової звітності, зокрема форми 1 та форми 2 підприємства «Експрес Кабель» та банку «Меркурій», було створене ефективне інформаційне забезпечення для резервування грошових коштів по гривневим кредитам юридичних осіб, а саме були створені бази даних розрахунку фінансової стійкості підприємства та банку на поточний період, яким виступає 2011 рік, а також бази даних для розрахунку фінансової стійкості підприємства-позичальника в ретроспективі, за 2007-2008 рр. та в перспективі за 2012-2013 рр.

На основі розрахованої фінансової стійкості підприємства за ретроспективний період, за допомогою методів комп'ютерного програмування та методу авторегресії, були розраховані коефіцієнти авто регресії, які дозволяють проводити розрахунки перспективної фінансової стійкості підприємства за математичним методом.

Практичне значення отриманих результатів полягає у тому, що обґрунтований методичний підхід та теоретичні положення, щодо вдосконалення резервування грошових коштів, були доведені до рівня практичних рекомендацій і можуть бути використані суб'єктами господарювання на власний розсуд.

Список літератури: 1. Закон України «Про банківську діяльність» / Законодавство України про банки і банківську діяльність - № 2121-III, 07.12.2000 р. 2. *Гізатуліна О.М.* Фінансова стійкість підприємства: економічна сутність та методика оцінки / О. М. Гізатуліна // Прометей. – 2010. – № 2. – С. 239-244. 3. *Страхарчук А.Я.* Інформаційні системи і технології в банках – Тема: Проектування баз даних. – С.38-50. 4. *Лернер Ю.І.* Методичні положення з формування і використання банками резервів за активними операціями // 2013 р.

Bibliography (transliterated): 1. Law of Ukraine "About banking activity" / Legislation of Ukraine about banks and banking activity - № 2121-III, 07.12.2000y. 2. *Gizatullina O.M.* Financial durability of enterprise : economical essence and methodology of evaluation/ O. M. Gizatullina // Prometei. – 2010. – № 2. – P. 239-244. 3. *Staharchuk A.Ya.* Informational systems and technologies in banks – Theme: Projecting the data bases. – С.38-50. 4. *Lerner Y.I.* Methodological aspects of the formation and using by banks the reserves for the active operations.

Надійшла (received) 30.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Агейнон Олена – магістрант Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; e-mail: ageyonokalena@gmail.com

Ageyonok Olena – master of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"; e-mail: ageyonokalena@gmail.com.

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.

Н. О. ВЛАСОВА, Т. В. П'ЯТАК, А. О. СКИБА

ВПЛИВ СТРУКТУРИ КАПІТАЛУ НА ФІНАНСОВІ РЕЗУЛЬТАТИ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

На основі статистичної інформації та виконаних розрахунків досліджено взаємозв'язок між динамікою й рівнем фінансових результатів підприємств різних підгалузей машинобудування та фізичною й фінансовою структурою капіталу у сучасних умовах розвитку економіки України. Зроблено висновки, що в умовах втрати прибутковості, необхідно обґрунтовувати управлінські рішення відносно формування необхідного розміру фінансових результатів з врахуванням такого фактору як зміни у структурі капіталу.

Ключові слова: фінансові результати, активи, капітал, структура, леверидж, машинобудування.

Вступ. Фінансові результати як показники, що характеризують підсумки та ефективність усіх видів діяльності суб'єктів підприємництва, формуються під впливом значної кількості факторів. Знання про значущість, пріоритетність того чи іншого фактора, механізмів їх дії створюють можливості щодо активного управління фінансовими результатами та підвищення обґрунтованості управлінських рішень.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Механізм управління фінансовими результатами на рівні підприємств приділяється достатньо багато уваги в роботах з економічної теорії, економіки підприємств, економічного аналізу, фінансового менеджменту, управлінського обліку й ін. [1-6]. Але ще багато проблем вимагають уточнення і конкретизації особливо у сучасних умовах розвитку економіки України та окремих її галузей.

Мета статті полягає у визначенні взаємозв'язку між динамікою та рівнем фінансових результатів й структурою капіталу підприємств машинобудування у сучасних умовах розвитку економіки України.

Постановка проблеми. Рациональне розміщення та ефективність використання, а також платність залучення капіталу та різниця у витратомісткості різноманітних джерел його формування відбиваються, в першу чергу, на рівні поточних витрат, тобто на величині фінансових результатів. З другого боку, зростання фінансових результатів сприяє збільшенню чистого прибутку, що створює умови до змін фінансової структури капіталу на користь власного капіталу. Дослідження реалізації цих механізмів є важливою умовою підвищення обґрунтованості управлінських рішень щодо забезпечення необхідного рівня фінансових результатів та зростання фінансової стійкості підприємств галузі.

Матеріали досліджень. Необхідність відтворення та розвитку діяльності суб'єктами підприємництва потребує постійного формування позитивних фінансових результатів, які можна розглядати з двох позицій:

- як різницю між доходами і витратами підприємства або його підрозділів за певний час;
- як приріст або зменшення вартості власного капіталу підприємства внаслідок діяльності у звітному періоді [7, с. 381].

Фінансовий результат являє собою певну суму (фонд) коштів, що формується в процесі всіх видів

діяльності підприємства, а потім розподіляється між підприємством, державою, інвесторами, кредиторами, власниками й іншими контрагентами. Його розмір, ефективний розподіл та використання забезпечують зміцнення державного бюджету, визначають економічне благополуччя власників, сприяють росту інвестиційної привабливості і ділової активності підприємства як у виробничій, так й у фінансовій сферах.

Фінансовий результат визначається як різниця між поточними доходами та поточними витратами. Вони утворюються в результаті всіх видів діяльності підприємства за певний період часу і визначаються на основі бухгалтерських оцінок, тобто на основі реалізованих доходів і зроблених витрат у поточних цінах. Фінансові результати беруть участь у формуванні чистого прибутку. Вони є реальним внутрішнім джерелом фінансових ресурсів, засобом досягнення різних цілей підприємства (економічних, технічних, соціальних, екологічних та ін.). Вони також є мірою абсолютної економічності та впливають на загальну ефективність господарсько-фінансової діяльності підприємства [8].

На величину фінансових результатів та чистий прибуток впливають як зовнішні, так і внутрішні фактори. У першу групу можна включити: ставку національного банку; стан кон'юнктури фінансових ринків; темпи інфляції; державну політику в області стимулювання інвестиційної діяльності; рівень розвитку фінансової та інвестиційної інфраструктури й ін. До основних внутрішніх факторів, що не пов'язані із процесом управління, відносяться: розмір та склад активів підприємства; фінансова структура капіталу; наявність дочірніх підприємств й ін. Фактори, які обумовлені ефективністю управлінських рішень, складаються з рішень в області розробки та реалізації політик формування активів й їх фінансування; оптимізації структури капіталу; участі підприємства в реальних та фінансових інвестиціях; зниження витрат, пов'язаних з високими темпами інфляції й ін.

Структура капіталу представляє собою співвідношення його основних елементів. Якщо розглядати капітал з точки зору джерел фінансування, то мова йде про його фінансову структуру, тобто співвідношення власних та залучених засобів. Але оскільки безпосередньою метою капіталу є не

отримання одноразового прибутку, а його систематичне збільшення, то рух капіталу не обмежується одним кругообігом. Кругообіг капіталу, що розглядається ні як одиничний акт, а як постійно повторюваний процес, являє собою оборот капіталу. У процесі обороту функціонуючий у виробництві капітал розпадається на основний та оборотний, або умовно-постійний та умовно-змінний. Співвідношення цих частин капіталу характеризує його фізичну структуру. І фізична, і фінансова структура капіталу певним чином впливають на фінансові результати підприємств через дію механізмів «операційного» та «фінансового левериджу».

Важливу роль у розвитку та сучасному технічному переоснащенні національної економіки відіграє машинобудування, яке, на жаль, у посткризовий період здає свої позиції й займає у 2013 році у загальних показниках підприємств усіх видів економічної діяльності трохи більше 3,0% у обсязі реалізованої продукції та інвестованому капіталі. А у сукупності підприємств промисловості його частка відповідно складає 8,9% та 9,8% [9].

Як свідчать показники таблиці 1, за період, що аналізується, обсяг реалізованої продукції підприємств машинобудування має певні коливання. Якщо у 2012 році він зростає, то у 2013 році він суттєво зменшується. Це стосується усіх видів економічної діяльності, що входять до складу галузі. Але динамічні зміни дещо відрізняються: найбільш інтенсивно вони протікають у виробництві автотранспортних та ін. транспортних засобів (67,1% у 2013 році та 111,9% у 2012 році); більш повільно протікають процеси у виробництві електричного, електронного та оптичного устаткування (темпи змінення відповідно 93,9% та 107,1%); виробництво машин та устаткування зменшується у 2013 році – на 8,4%, а у 2012 році збільшується на 6,8%. Суттєві втрати обсягів реалізації у 2013 році негативно вплинули на загальну динаміку за три роки, за виключенням лише підгалузі виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування, де спад виробництва відносно 2012 року був меншим й забезпечив зростання відносно 2011 року.

Таблиця 1 – Взаємозв'язок структури активів та динаміки фінансових результатів підприємств машинобудування у 2011-2013 роках (розроблено на основі [9])

Види економічної діяльності	2011	2012	2013	2012/2011,%	2013/2012,%
млн. грн					
Обсяг реалізованої продукції					
Машинобудування в цілому	150113	164237	130730	109,4	79,6
у тому числі:					
виробництво машин та устаткування;	43254	46212	42318	106,8	91,6
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування;	31924	34178	32110	107,1	93,9
виробництво автотранспортних засобів та ін. транспортних засобів	74935	83847	56242	111,9	67,1
Фінансові результати до оподаткування					
Машинобудування в цілому	14638	13323	5527	91,0	41,5
у тому числі:					
виробництво машин та устаткування;	2399	2132	1369	88,9	64,2
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування;	1788	2080	1115	116,3	53,6
виробництво автотранспортних засобів та ін. транспортних засобів	10451	9111	3043	87,2	33,4
Питома вага необоротних активів					
Машинобудування в цілому	35,3	35,0	36,2	-0,3	+1,2
у тому числі:					
виробництво машин та устаткування;	34,5	32,0	31,0	-2,5	-1,0
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування;	40,5	39,0	39,5	-1,5	+0,5
виробництво автотранспортних засобів та ін. транспортних засобів	33,3	35,6	38,7	+2,3	+3,1

Змінення обсягів реалізації, безумовно, відбивається на кінцевих результатах діяльності підприємств машинобудування, які під впливом дії механізмів «операційного левериджу» зменшуються у більшому ступені у 2013 році відносно показників 2012 року. При цьому у тих підгалузях (виробництво електричного устаткування та виробництво

автотранспортних засобів та ін.), де фізична структура капіталу характеризується найбільш високою часткою необоротних активів у складі капіталу, які є носіями постійних поточних витрат, ступінь впливу найбільш значна. Співвідношення темпів падіння обсягів реалізації продукції та фінансових результатів відповідно складають 1,75 та

2,00. У той же час у першій підгалузі цей показник менший й дорівнює 1,43. Що стосується змін у 2012 році відносно 2011 року, то позитивна дія механізму «операційного левериджу» чітко простежується у обумовлено більш значним впливом інших факторів (динамікою цін та тарифів, неефективним використанням ресурсів тощо).

Важливим фактором формування необхідного розміру фінансових результатів підприємств є раціональне та ефективне управління фінансовою структурою капіталу підприємств. Використання позикового капіталу та його співвідношення з розміром власного капіталу може позитивно, або негативно впливати на величину фінансових результатів та фінансовий стан суб'єктів підприємництва. Основним механізмом, що визначає їх взаємозв'язок, є механізм «фінансового

другій групі підприємств, незважаючи на незначне зниження частки необоротних активів. У інших двох підгалузях зростання обсягів реалізації продукції супроводжується втратою фінансових результатів, що левериджу», який характеризує можливості одержання додаткового прибутку на власний капітал за рахунок використання позикового капіталу. Чим більше частка позикового капіталу у загальній сумі капіталу підприємства, тим сильніше вплив фінансової структури на рівень рентабельності власного капіталу. Напрямок впливу залежить від різниці між економічною рентабельністю усіх активів та середньою ставкою відсотків за позиковий капітал, що використовується підприємством. Позитивний ефект забезпечується лише за умов перевищення першим показником другого.

Таблиця 2 – Взаємозв'язок фінансової структури капіталу та рентабельності підприємств машинобудування у 2011-2013 роках (розроблено на основі [9])

Види економічної діяльності	2011	2012	2013
% %			
Рентабельність капіталу в цілому за фінансовими результатами до виплат відсотків та до оподаткування*			
Машинобудування в цілому	11,18	10,89	6,21
у тому числі:			
виробництво машин та устаткування;	5,84	5,95	4,36
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування;	7,63	9,28	6,29
виробництво автотранспортних засобів та ін. транспортних засобів	18,07	15,72	7,61
Рентабельність власного капіталу за чистим прибутком			
Машинобудування в цілому	18,24	14,80	4,32
у тому числі:			
виробництво машин та устаткування;	6,99	6,07	3,41
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування;	8,95	11,29	5,74
виробництво автотранспортних засобів та ін. транспортних засобів	37,68	24,35	4,41
Коефіцієнт співвідношення залученого та власного капіталу			
Машинобудування в цілому	1,82	1,77	1,78
у тому числі:			
виробництво машин та устаткування;	1,51	1,63	1,79
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування;	1,78	1,81	1,83
виробництво автотранспортних засобів та ін. транспортних засобів	2,19	1,86	1,75
Коефіцієнт співвідношення довгострокових зобов'язань та власного капіталу			
Машинобудування в цілому	0,38	0,43	0,49
у тому числі:			
виробництво машин та устаткування;	0,30	0,33	0,34
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування;	0,46	0,48	0,50
виробництво автотранспортних засобів та ін. транспортних засобів	0,44	0,51	0,60
Коефіцієнт співвідношення довгострокових та поточних зобов'язань			
Машинобудування в цілому	0,27	0,33	0,38
у тому числі:			
виробництво машин та устаткування;	0,25	0,25	0,24
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування;	0,35	0,36	0,37
виробництво автотранспортних засобів та ін. транспортних засобів	0,25	0,37	0,52

* Примітка. Розраховано авторами на основі [9; 10]

Показники таблиці 2 дозволяють простежити взаємозв'язок та вплив фінансової структури на показники рентабельності власного капіталу за чистим прибутком. Перший показник рентабельності всього капіталу, що використовується (власного та залученого), розрахований на основі фінансових результатів підприємств до виплат відсотків та податків, характеризує загальну ефективність господарської діяльності підприємств й відбиває інтереси усіх постачальників ресурсів та держави. До його складу включаються фінансові витрати, які є тим більшими, чим більше суб'єкт підприємництва використовує позикові кошти. Другий показник рентабельності власного капіталу за чистим прибутком визначає остаточну ефективність інвестицій власників підприємств, яка залежить від управлінських рішень у галузі формування оптимального складу капіталу за джерелами фінансування. Різниця між цими двома показниками дозволяє робити висновки щодо ефективності або неефективності таких рішень.

Як бачимо, у 2011 та 2012 роках, незважаючи на загальну тенденцію до зниження, другий показник перевищує перший за всіма видами економічної діяльності, що свідчить про достатньо обґрунтоване використання залучених коштів. При цьому чим вище їх частка відносно власного капіталу, тим більше ця різниця на користь рентабельності власного капіталу, що характерно, в першу чергу, для виробництва автотранспортних та інших транспортних засобів, а також й для виробництва електричного, електронного та оптичного устаткування. У виробництві машин та устаткування, де менші значення мають коефіцієнти співвідношення залученого та позикового капіталу, менш інтенсивно впливає ефект «фінансового левериджу».

У 2013 році ефект «фінансового левериджу» негативно впливає на показники рентабельності власного капіталу, що пов'язано зі змінами у структурі залученого капіталу на користь довгострокових зобов'язань, які формуються за рахунок більш дорогих позик. У той же час короткострокові зобов'язання, частка яких знижується, про що свідчить динаміка коефіцієнту співвідношення довгострокових та поточних зобов'язань, мають у своєму складі незначну частку кредитних ресурсів, яка не перевищує 20,0% за всіма видами економічної діяльності в межах машинобудування.

Результати досліджень. В умовах кризового та посткризового стану економіки України підприємства

Відомості про авторів / About the Authors

Власова Н. О. – кандидат економічних наук, професор, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», тел.: 707-61-61; e-mail: nvlasova.vlasova@yandex.ua

Vlasova N. O. – Candidate of Economic Sciences, Professor, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", tel.: 707-61-61; e-mail: nvlasova.vlasova@yandex.ua

П'ятак Т. В. – кандидат економічних наук, доцент, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», e-mail: nvlasova.vlasova@yandex.ua

Pyatak T. V. – Candidate of Economic Sciences, Docent, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", e-mail: nvlasova.vlasova@yandex.ua

Скуба А. О. – магістрант Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут».

Skiba A. O. – master of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute".

машинобудування знижують свою прибутковість, що потребує від їх керівництва врахування та використання таких важливих факторів як формування оптимальної фізичної та фінансової структури капіталу.

Висновки. Подальші дослідження авторів будуть спрямовані на більш детальний розгляд складу капіталу підприємств машинобудування та вплив окремих його елементів на рівень прибутковості.

Список літератури: 1. Пиндайк Р. Микроэкономика / Р. Пиндайк, Д. Робинфельд : пер. с англ. – СПб. : Питер, 2002. – 608 с. 2. Экономика предприятия : учеб. для вузов / под ред. Ф. К. Беа, Э. Дихтла., М. Швайтцера ; пер. с нем. – М. : ИНФРА-М, 1999. – 928 с. 3. Бернстайн Л. А. Анализ финансовой отчетности: теория, практика и интерпретация / Л. А. Бернстайн ; пер. с американ. О.В. Скачкова, И.Э. Дымова, А.О. Лукичева и др. ; научн. ред. перевода И.И. Елисеева. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 624 с. 4. Финансовый менеджмент : учебник / А. М. Поддериогин та ін. – К. : КНЕУ, 2005. – 535 с. 5. Бригхэм Ю. Финансовый менеджмент. 10-е изд / Ю. Бригхэм, М. Эрхардт. - Пер. с англ. под ред. к. э. н. Е. А. Дорофеева. — СПб.: Питер, 2009. — 960 с. 6. Друри К. Введение в управленческий и производственный учёт / К. Друри ; пер. с англ. – М. : Аудит, ЮНИТИ, 1998. – 783 с. 7. Загородний А. Г. Финансовый словарь / А. Г. Загородний, Г. Л. Возник, Т. С. Смолженко. – 4-те вид., випр. та доп. – К.: Т-во «Знання», КОО; Л.: Вид-во Львів. банк. Ін.-ту НБУ, 2002. – 566 с. 8. Власова Н. О. Эффективность формирования финансовых результатов предприятия розрідної торгівлі : монографія / Н. О. Власова, І. Ю. Мелушова. –Х. ХДУХТ, 2008. – 158 с. 9. Діяльність суб'єктів господарювання, 2013 р. : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – Київ, - 2014. – 475 с. 10. Сайт Держкомстату України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Bibliography (transliterated): 1. Pindayk R. Mikroekonomika / R. Pindayk, D. Rabinfeld. – SPb. : Piter, 2002. – 608 p. 2. Ekonomika predpriyatiya : ucheb. dlya vuzov / pod red. F. K. Bea, E. Dichtla., M. Shvayttsera ; per. s nem. – M. : INFRA-M, 1999. – 928 p. 3. Bernstayn L. A. Analiz finansovoy otchetnosti: teoriya, praktika i interpretatsiya / L. A. Bernstayn ; per. s angl. O.V. Skachkova, I.E. Dyimova, A.O. Lukicheva i dr. ; nauchn. red. perevoda I.I. Elisееva. – M. : Finansyi i statistika, 2002. – 624 p. 4. Finansovyy menedzhment : uchebnik / A. M. Podderyogin i dr. . – K. : KNEU, 2005. – 535 p. 5. Brigham Yu. Finansovyy menedzhment. 10-e izd. / Yu. Brigham, M. Erhardt. - Per. s angl. pod red. k. e. n. E. A. Dorofeeva. – SPb. : Piter, 2009. – 960 p. 6. Druri K. Vvedenie v upravlencheskiy i proizvodstvennyy uchyot / K. Druri ; per. s angl. – M. : Audit, YuNITI, 1998. – 783 s. 7. Zagorodniy A. G. Finansovyy slovar / A. G. Zagorodniy, G. L. Voznik, T. S. Smovzhenko. – 4-te izd., ispr. i dop. – K.: OOO «Znaniya», KOO; L.: Izd-vo Lvov. bank. In.-ta NBU, 2002. – 566 p. 8. Vlasova N. A. Effektivnost formirovaniya finansovyih rezultatov predpriyatiy roznichnoy torgovli : monografiya / N. A. Vlasova, I. Yu. Melushova. – H. : HGUPT, 2008. – 158 p. 9. Deyatelnost sub'ektov hozyaystvovaniya, 2013 g. : statisticheskiy sbornik / Gosudarstvennaya sluzhba statistiki Ukrainyi. – Kiev, - 2014. – 475 p. 10. Sayt Gosudarstvennoy sluzhbyi statistiki Ukrainyi [Elektronnyiy resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Надійшло (received) 22.04.2015

Є. С. ВОЛИК, Н. К. НАЗАРЧЕНКО

ОЦІНКА ВПЛИВУ БІЗНЕС–ЦИКЛІЧНОСТІ НА РЕНТАБЕЛЬНІСТЬ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ КОМПАНІЙ МЕТАЛУРГІЙНОЇ ГАЛУЗІ

Пропонуються методи оцінки впливу показника бізнес–циклу на рентабельність власного капіталу українських підприємств металургійної галузі. Визначено унікальні прояви бізнес–циклів та щорічні показники рентабельності власного капіталу підприємств. Побудовано кореляційно–регресійну модель темпів зростання рентабельності з темпами економічного зростання підприємств. Кореляційний зв'язок – сильний або дуже сильний. Коефіцієнт детермінації знаходиться в проміжку від 0.5832 до 0.8764, що підтверджує дієздатність запропонованої моделі.

Ключові слова: рентабельність власного капіталу, бізнес–цикл, валовий внутрішній продукт, кореляція, регресія

Вступ. Економічний розвиток в світі є циклічним. Незважаючи на те, що в розвинених країнах, в даний час, спостерігається зростання економіки, є підприємства підвладні впливу бізнес–циклів, яскравим прикладом є металургійна галузь. Криза безпосередньо впливає на роботу підприємства і на сам перед його рентабельність[1]. Тому дуже важливо визначити шляхи управління прибутковістю саме в період кризового становища.

Аналіз основних досягнень і літератури. Проблема коливань економічних циклів займалися різні вчені, серед яких варто виділити Н. Д. Кондратьєва, Д. М. Кейнса, С. Кузнеца, І. Фішера, С. Сімонді, Дж. Міля, Т. Веблена, М. І. Туган-Барановського, А. Гальчинського А. Маршала, Й. Шумпетера, ін.. Дослідження циклічного характеру економіки постійно перебувають у центрі уваги економістів, бо саме якість тих чи інших оцінок та ступень їх відповідності реальній економічній ситуації, впливає на обґрунтованість стратегічних рішень на макро–, мезо– та мікрорівні.

Питанням управління рентабельності підприємств присвячені роботи І. Бланка, В. Гриньової, Б. Данилишина, В Ковальова, О. Пушкаря, О. Терещенка, Ю. Цал-Цалко Дж. К. Ван Хорн, Р. Віллз, Г. Детте, К. Сіо, Ю Ульріх.

Постановка проблеми. На основі даних отриманих з публічних звітів підприємств за період 2001–2014 рр. було розрахована та проаналізована динаміка прибутковості найбільших компаній–виробників металу України, див. рис 1.

Для аналізу прибутковості підприємств використовувалися наступні показники:

– чиста рентабельність продажів (return on sales – ROS, %) – відношення чистого прибутку підприємства до виручки;

– прибутковість активів (return on assets ROA, %) – відношення чистого прибутку до сумарних активів;

– рентабельність власного капіталу (return on equity ROE, %) – обчислюється відношенням чистого прибутку до середньорічної вартості власного капіталу.

Середньогалузеві показники дозволяють зробити висновок про зниження рівня прибутковості.

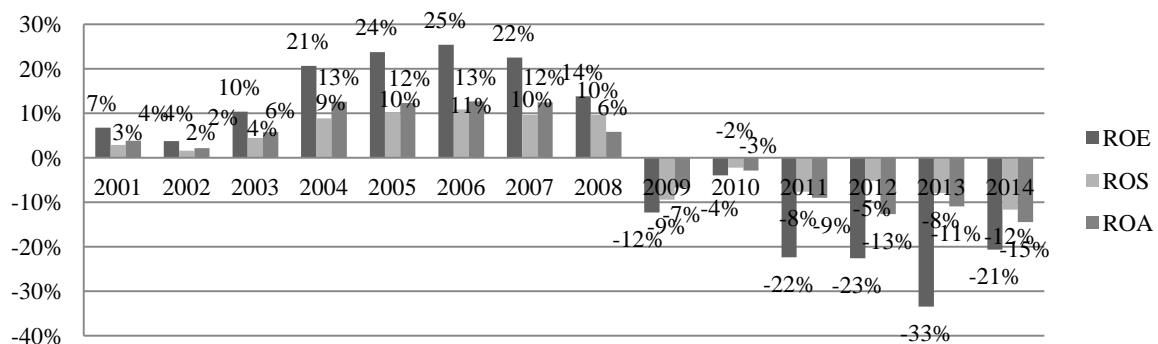


Рис. 1 – Середні показники прибутковості підприємств світової металургії

З рис. 2.1, можна зробити висновок, що прибутковість українських підприємств металургійної галузі була не стійкою, коливалась з великим розмахом, протягом досліджуваного періоду. Так, 2006 рік можна вважати піком зростання металургії; з 2009 року до сьогодні галузь відчуває занепад, зазнає збитків.

Проаналізувавши основні фактори, що спричинили зміну прибутковості промислових підприємств, можна зробити висновок, що циклічність економічних процесів є найважливішим чинником

економічної динаміки та має великий вплив на українські підприємства металургійного виробництва [2].

Узагальнення й аналіз опублікованих за даною проблематикою робіт дозволили зробити висновок про те, що при управлінні рентабельністю підприємства вплив показників бізнес–циклічності недостатньо враховується як у науковому, так і в практичному аспектах.

Мета дослідження. З наукових позицій доцільно оцінити вплив показників бізнес–циклу на

рентабельність власного капіталу базової галузі країни – металургії.

Методологія дослідження. Алгоритм дослідження складається з 3 етапів:

Перший. Визначимо прояв бізнес-циклу на кожну компанію.

Усі підприємства відчувають вплив бізнес-циклів на діяльність в різних мірах. Це обумовлено географічною диверсифікацією продукції, так як циклічність економік різних країн проявляється по-різному в один і то же проміжок часу. Тому доречним є розгляд динаміки циклічних коливань для кожного підприємства, як агреговану зміну економічного зростання країн, в яких ведеться збутова діяльність.

Циклічні коливання можуть відчувати різні макроекономічні показники, але найбільш поширеним є аналіз ділових циклів на прикладі коливань величини ВВП (методи суб'єктивної оцінки)[3, 4].

Показник бізнес-циклу для кожної компанії визначається темпами приросту агрегованого ВВП за країнами, в яких підприємство веде збутову діяльність, для визначення якого:

а) Визначимо ринки збуту продукції кожної компанії.

б) Розрахуємо долю збутої продукції за всіма виявленими країнами.

в) Визначимо валовий внутрішній продукт (ВВП) кожної країни, як індикатор економічного циклу.

г) Розрахуємо середньозважені показники бізнес-циклічності (ВВП) по підприємствах за формулою (1):

$$WAY = \sum Y_i * \omega_j \quad (1)$$

де WAY – середньозважені показники бізнес-циклічності;

Y – реальний валовий внутрішній продукт;

ω – питома вага продажів в країну;

i – рік;

j – країна.

$$\rho(g_{WAY}, g_{ROE}) = \frac{E * ((g_{WAY} - \mu_{g_{WAY}}) * (g_{ROE} - \mu_{g_{ROE}}))}{\mu_{g_{WAY}} * \mu_{g_{ROE}}} \quad (5)$$

де $\mu_{g_{WAY}}$, $\mu_{g_{ROE}}$ – математичні сподівання темпів економічного зростання підприємства та темпів зростання рентабельності власного капіталу відповідно;

$\rho_{g_{WAY}}$, $\rho_{g_{ROE}}$ – стандартне відхилення темпів економічного зростання підприємства та темпів зростання рентабельності власного капіталу;

E – оператор математичного сподівання.

Оцінимо силу зв'язку коефіцієнтів кореляції використовуючи шкалу Чеддока, табл. 1.

Таблиця 1 – Аналіз сили зв'язку між змінними

Значення	Інтерпретація
від 0 до 0,3	дуже слабка
від 0,3 до 0,5	слабка
від 0,5 до 0,7	середня

д) Знаходимо прояв бізнес-циклу компанії за отриманими даними попереднього пункту за формулою (2).

$$g_{WAY} = \left[\frac{(WAY_t - WAY_{t-1})}{WAY_{t-1}} \right] * 100\%, \quad (2)$$

де g_{WAY} – темп економічного зростання (growth rate);

WAY_t – реальне середньозважене ВВП поточного року;

WAY_{t-1} – реальне середньозважене ВВП попереднього року.

Другий. Розрахунок рентабельності власного капіталу кожного підприємства за досліджуваній період, 2001–2014рр, проводиться за формулою (3).

$$ROE = \frac{NI}{E}, \quad (3)$$

де ROE – рентабельність власного капіталу;

NI – сума чистого прибутку в даному періоді, отримана від усіх видів господарської діяльності;

E – середня сума власного капіталу підприємства в даному періоді (розрахована як середня хронологічна);

Розрахуємо темпи зростання рентабельності власного капіталу кожного підприємства за формулою (4):

$$g_{ROE} = \left[\frac{(ROE_t - ROE_{t-1})}{ROE_{t-1}} \right] * 100\%, \quad (4)$$

де g_{ROE} – темп зростання рентабельності власного капіталу (growth rate);

ROE_t – рентабельність власного капіталу поточного року;

ROE_{t-1} – рентабельність власного капіталу попереднього року.

Третій. Дослідження впливу бізнес-циклу на рентабельність власного капіталу підприємства.

Для визначення взаємозв'язку проведемо кореляційно-регресійний аналіз[5].

а) Розрахуємо коефіцієнт кореляції між темпами зростання рентабельності власного капіталу та темпами зростання підприємства за формулою (5):

від 0,7 до 0,9	висока
від 0,9 до 1	дуже висока

б) Запишемо рівняння регресії між двома кількісними змінними: темпами зростання рентабельності власного капіталу та темпами економічного зростання підприємства. Дане рівняння парної регресії має вигляд, формула (6):

$$g_{ROE} = \beta_0 + \beta_1 * g_{WAY} \quad (6)$$

де β_0, β_1 – параметри моделі.

Інтерпретуємо результати.

Результати досліджень. Дієвість розробленої методики ми підтвердимо розрахунками проведеними на компаніях-лідерах металургійної галузі в Україні та закордоном. Для розрахунків були обрані 5 найбільших металургійних підприємств України.

Майже усі світові компанії є конкурентами за ринковою капіталізацією:

- ПАТ «Арселорміттал Кривий Ріг»
- ПАТ «Дніпровський Металургійний Комбінат Ім. Ф.Е. Дзержинського»
- ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський Трубопрокатний Завод»
- ПАТ «Металургійний Комбінат «Азовсталь»
- ПАТ «Маріупольський Металургійний Комбінат Імені Ілліча»

На основі первинної документації компанії нами були визначені основні країни збуту продукції та їх частки в географічному розподілі продажів кожного з підприємств.

Спираючись на статистичні дані The World Bank нами був визначений валовий внутрішній продукт (ВВП) кожної країни в період з 2001 по 2014 рік.

Середньозважені показники бізнес-циклічності (ВВП) по підприємствах були розраховані за формулою 3 та візуально представлені на рис 2.

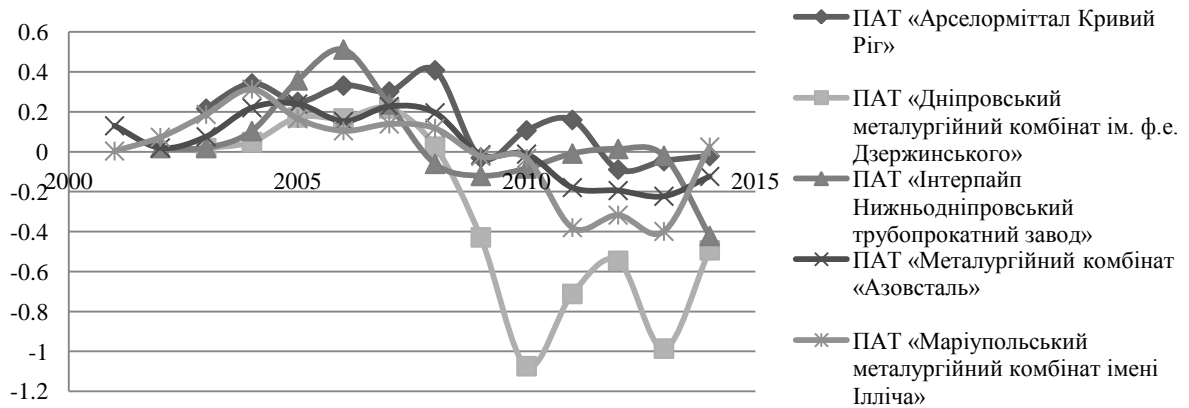


Рис. 2 – Середньозважені показники бізнес-циклічності по підприємствах, млрд \$

Рис. 2 ілюструє, що прояв бізнес-циклу на кожне підприємство унікальний через різну присутність у різних регіонів. Середньозважені зміни показників бізнес-циклічності (ВВП) по підприємствах були розраховані за формулою 4. Варто зазначити, що всі підприємства з цієї вибірки перейшли на спадну фазу

бізнес-циклу під час світової економічної кризи 2009 року.

Спираючись на статистичні дані Smida нами була розрахована рентабельність власного капіталу підприємств за період з 2001 по 2014 роки за формулою 2. Результати представлені на рис 3.

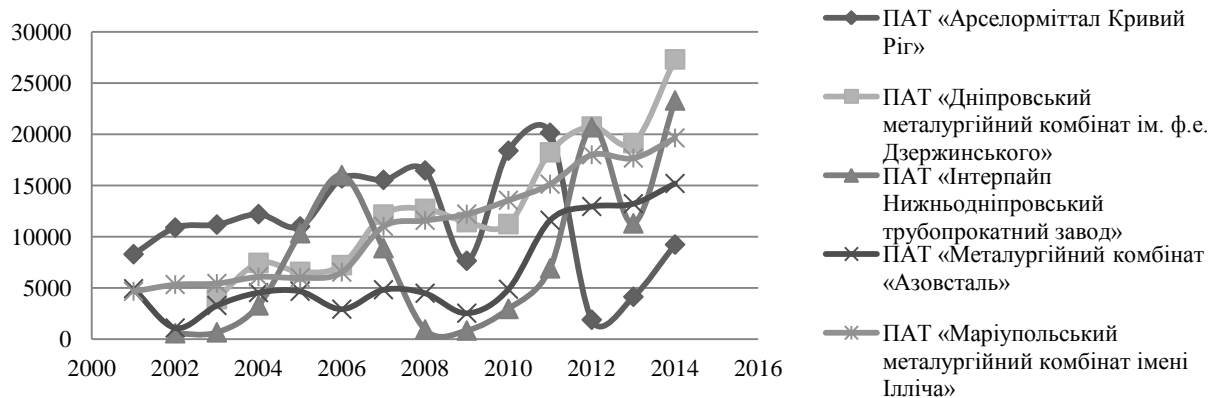


Рис. 3. – Рентабельність власного капіталу

Зміни показника рентабельності власного капіталу були розраховані за формулою (4). Найбільше зниження рентабельності власного капіталу зазнав ПАТ «Дніпровський Металургійний Комбінат Ім. Ф.Е. Дзержинського», який зазнав падіння в 17,7 раз.

Для визначення взаємозв'язку був проведений кореляційно-регресійний аналіз. Розрахований

коефіцієнт кореляції між темпом зростання рентабельності власного капіталу та темпом економічного зростання підприємства за формулою (6). Також побудували рівняння регресії для кожного підприємства з урахуванням унікального бізнес-циклу для кожного з них та коефіцієнт детермінації, результати занесені в таблицю 2.

Таблиця 2 – Результати кореляційно–регресійного аналізу по підприємствах

Підприємства/ показники	Кореляція	Рівняння регресії	R–квадрат
ПАТ «Арселорміттал Кривий Ріг»	0,76368	$y = -0,0345 + 1,6195x$	0,5832
ПАТ «Дніпровський Металургійний Комбінат Ім. Ф.Е. Держинського»	0,93045	$y = -0,7684 + 4,3513x$	0,8657
ПАТ «Інтерпайп Нижньодніпровський Трубопрокатний Завод»	0,83910	$y = -1,6224 + 1,7479x$	0,7041
ПАТ «Металургійний Комбінат «Азовсталь»	0,93615	$y = 0,5911 + 3,0037x$	0,8764
ПАТ «Маріупольський Металургійний Комбінат імені Ілліча»	0,92097	$y = 0,1209 + 5,8819x$	0,8482

Оцінюючи силу зв'язку коефіцієнтів кореляції використовуючи шкалу Чеддока, ми прийшли до висновку, що сила зв'язку саме сильна або дуже сильна.

При коефіцієнті детермінації вище за 0,8, то можна стверджувати, що дана модель дієздатна, при значенні коефіцієнта детермінації менше за 0,5 резонність такої моделі сумнівна. У випадку українських підприємств можна стверджувати, що дана модель може пояснити зміни рентабельності власного капіталу змінами значень показників бізнес–циклів, через те, що навіть мінімальне значення (Арселорміттал Кривий Ріг) з цієї вибірки демонструє те, що ROE залежить на 58,3% від зміни показників бізнес–циклів. Таку малу залежність в порівнянні з іншими підприємствами можна пояснити тим, що у 2005 році це підприємство приєдналося до світового лідера металургійної галузі ArcelorMittal Group, який використовує передові ідеї в управлінні підприємствами під час зміни етапів бізнес–циклу.

Константа – коефіцієнт, що показує, яким буде ROE у випадку, якщо зміни показників бізнес–циклів будуть рівні 0. Мається на увазі, що це є залежністю від інших неописаних в моделі факторів;

X – коефіцієнт, який показує вагомість впливу зміни показників бізнес–циклів на ROE, тобто темпи росту бізнес–циклу у межах даної моделі впливають на темпи росту рентабельності власного капіталу. Дане значення в усіх випадках приймає позитивне значення, що свідчить про пряму залежність між зростанням бізнес–циклу та збільшення рентабельності власного капіталу підприємств металургійної галузі.

Висновки. Встановлено, що компанії проводять активну географічну диверсифікацію збуту своєї продукції, відповідно до ризиків, та намагаються не полишати ринок навіть збиткових регіонів з метою

отримання прибутків у майбутньому. Відповідно до цього, кожне підприємство має свій бізнес–цикл.

Визначено, що зміни значень рентабельності власного капіталу та показників бізнес–циклу часом не співпадають. Варто зазначити, що всі підприємства перейшли на спадну фазу бізнес–циклу під час світової економічної кризи 2008–2009 років.

Побудовано лінійну регресійну модель для кожного з підприємств, а також встановлено, що кореляційний зв'язок сильний чи дуже сильний. Коефіцієнт детермінації знаходиться в проміжку від 0.5832 до 0.8764, що підтверджує дієздатність запропонованої моделі.

Список літератури: 1. Gill A., Biger N., Mathur N. The Relationship Between Working Capital Management And Profitability / A Gill., N. Biger., N. Mathur, // Business and Economics Journal. – 2010. – BEJ–10. 2. Мирошниченко Ю. О. Дослідження впливу циклічності економічних процесів на діяльність вітчизняних промислових підприємств / Ю.О. Мирошниченко // Матеріали IV міжнародної науково–практичної конференції 21–23 жовтня 2010 р. – Сімферополь: ВіТроПрийнт, 2010 3. Don H., Pagan A. Dissecting the Cycle / H. Don, A. Pagan // Melbourne Institute Working Paper No. 13/99, May 1999. – 34 с. 4. International Monetary Fund (IMF) World Economic Outlook: Crisis and Recovery – 2011 – Washington, April. 5. Полуяхтов А., Войтюк В. Возможности статистического моделирования / А. Полуяхтов, В. Войтюк // Компания эмитент. Методические разработки – 2012 – №17(344)

Bibliography (transliterated): 1. Gill A., Biger N., Mathur N. The Relationship Between Working Capital Management And Profitability. Business and Economics Journal. – 2010. – BEJ–10. Print. 2. Myroshnychenko U. O. *Doslidzhennya vplyvu tsyklichnosti ekonomichnykh protsesiv na diyal'nist' vitchyznyanykh promyslovykh pidpryyemstv*. Materialy IV mizhnarodnoyi nauково–pratychnoy konkurentsyyi. – Simferopol': ViTroPrynt, 2010. Print. 3. Don H., Pagan A. *Dissecting the Cycle* / H. Don, A. Pagan // Melbourne Institute Working Paper No. 13/99, May 1999. – 34 p. Print. 4. International Monetary Fund (IMF) *World Economic Outlook: Crisis and Recovery* – 2011 – Washington, April. Print. 5. Poluyakhtov A., .Voytyuk V. *Vozmozhnosti statystycheskoho modelyrovannya*. Kompanyya emytent. Metodycheskye razrabotky – 2012 – #17(344). Print.

Надійшла (received) 10.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Волік Євгеній Сергійович – магістрант Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; тел.: (068) 480–90–55; e–mail: jenya.volik@yandex.ru

Volyk Eugene Sergiyovych – master of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"; tel.: (068) 480–90–55; e–mail: jenya.volik@yandex.ru.

Назарченко Наталія Костянтинівна – магістрант Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»; тел.: (063) 689–11–97; e–mail: natali.nazar4encko@gmail.com.

Nazarchenko Natalia Konstantinovna – master of the National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute"; tel.: (063) 689–11–97; e–mail: natali.nazar4encko@gmail.com.

УДК 336.7

Ю. О. ГАРМАШОВА

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ФІНАНСОВИХ ПОСЛУГ

Розкрито сутність головних міжнародних та вітчизняних методичних підходів до оцінки ефективності функціонування ринку фінансових послуг. Здійснено порівняльну характеристику найпоширеніших підходів. Надано перелік основних показників, що використовуються при оцінці ефективності ринку фінансових послуг за різними методиками. Наведено головні критерії ефективності фінансових інструментів, що використовуються на ринку фінансових послуг. Обрано найбільш прийнятну для застосування в умовах України методику визначення ефективності функціонування ринку фінансових послуг.

Ключові слова: ринок фінансових послуг, ефективність функціонування, методика, фінансовий розвиток, фінансовий інструмент, критерій ефективності.

Вступ. В умовах ринкової економіки досить часто постають питання необхідності проведення оцінки ефективності діяльності у тому чи іншому сегменті ринку фінансових послуг. Ефективне функціонування ринку фінансових послуг виступає одним із чинників забезпечення економічної самостійності країни, сприяє прискоренню інтеграційних процесів із розвинутими країнами світу, дозволяє досягти значного економічного ефекту для країни в цілому. Однією з головних форм прояву зазначеного ефекту може бути збільшення обсягу інвестиційних ресурсів в економіці.

Для забезпечення стабільного функціонування ринку фінансових послуг доцільно здійснювати регулярний моніторинг його поточного стану, періодично визначати рівень його ефективності. Це дозволить, у випадку виявлення ознак погіршення ситуації, приймати своєчасні рішення стосовно впровадження стабілізуючих заходів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питання визначення ефективності функціонування ринку фінансових послуг розглядаються у працях лише небагатьох науковців: І. Герасимової, Н. Кузнецової, І. Макаренко, Т. Марени, К. Масляєвої тощо. Однак досі не було проведено систематизованого порівняльного аналізу методичних підходів, що використовуються в міжнародній та вітчизняній практиці для оцінки ефективності діяльності ринку фінансових послуг. Також у жодній праці не міститься рекомендацій щодо використання конкретного теоретико-методичного підходу в умовах української економіки.

Метою статті є розкриття сутності найпоширеніших теоретико-методичних підходів до оцінки ефективності функціонування ринку фінансових послуг, наведення їх порівняльної характеристики, надання переліку показників, що використовуються за різними методиками, наведення головних критеріїв ефективності фінансових інструментів, що використовуються на ринку фінансових послуг, надання рекомендацій щодо визначення ефективності українського ринку фінансових послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження.

Ефективним може вважатися лише конкурентоспроможний ринок фінансових послуг. Оскільки конкурентоспроможність виступає головним проявом ефективності, надалі будемо розглядати методичні підходи до визначення ефективності функціонування ринку фінансових послуг через призму його конкурентоспроможності.

За визначенням Т. Марени, конкурентоспроможним є такий ринок фінансових послуг, на якому надається значний перелік послуг, встановлено конкурентні ціни на фінансові послуги, використовуються різноманітні фінансові інструменти, спостерігаються високі результати функціонування фінансових установ та забезпечується всебічний правовий захист учасників ринку [1, с. 44].

Методики, що використовуються для визначення ефективності функціонування ринку фінансових послуг, базуються на двох способах: 1) розрахунок інтегрального показника (індексу); 2) розрахунок систематизованого переліку певних показників та здійснення їх комплексної оцінки.

До першої групи методик належать:

1. Методика Всесвітнього економічного форуму, що визначає індекс глобальної конкурентоспроможності. Цей індекс складається зі 113 змінних, що об'єднані у 12 контрольних показників, серед яких – розвиненість ринку фінансових послуг.

Показник розвиненості ринку фінансових послуг розраховується на основі оцінки показників ефективності (наявності фінансових послуг, їх доступності, фінансування через місцевий ринок капіталу, можливостей доступу до отримання кредитів, наявності венчурного капіталу) та показників надійності і довіри (міцності банківської системи, регулювання діяльності фондових бірж тощо). Оцінка зазначених показників здійснюється на основі офіційної статистики щодо стану фінансового сектору економіки країни та на основі результатів опитувань керівників компаній з різних країн [2].

2. Методика Всесвітнього економічного форуму, що передбачає розрахунок рівня фінансового розвитку.

© Ю. О. Гармашова, 2015

3. Фінансовий розвиток при цьому розуміється у якості сукупності чинників, політики та інституцій, що сприяють ефективному фінансовому посередництву, діяльності ринків фінансових послуг, наявності вільного доступу до капіталу та фінансових послуг. Рівень фінансового розвитку країни є прямо пропорційним кількості фінансових послуг, що надаються на ринку [2].

Для розрахунку рівня фінансового розвитку використовуються певні показники (рис. 1).

Так, до показників діяльності банківського сегменту ринку фінансових послуг належать: кількість банків, що мають ліцензію; частка іноземного капіталу у статутному капіталі банків; розмір активів банків; величина пасивів банків; розмір регулятивного

капіталу; достатність (адекватність) регулятивного капіталу банків; рентабельність активів; рентабельність капіталу та інші [3].

Основними показниками діяльності фондового ринку в Україні є: обсяг торгів; співвідношення частки капіталізації лістингових компаній до рівня ВВП країни; обсяг залучених інвестицій через інструменти фондового ринку [4].

Головними показниками діяльності валютного ринку України виступають: обсяг операцій на міжбанківському валютному ринку країни із безготівковою іноземною валютою; розмір інтервенцій НБУ; офіційний та середньозважений курси національної валюти тощо [3].



Рис. 1 – Система показників для оцінки рівня фінансового розвитку за методикою Всесвітнього економічного форуму (побудовано на основі [1; 2])

4. Методика Міжнародного інституту розвитку менеджменту, що дозволяє розрахувати рівень розвитку ринку фінансових послуг. Останній показник базується на оцінці певних складових (рис. 2).

Друга група методичних підходів включає:

1. Методику Світового банку щодо оцінки стану ринків фінансових послуг. Згідно Методики, здійснюється оцінювання: 1) ринків фінансових послуг:

фондового сектору та сектору банківських послуг; 2) фінансових установ: ефективності, стабільності, розміру та доступності.

2. Методику Міжнародного валютного фонду (МВФ) та Міжнародного банку реконструкції та розвитку (МБРР) стосовно оцінки фінансового сектору. За даною Методикою оцінюються показники фінансової стабільності та фінансового розвитку.

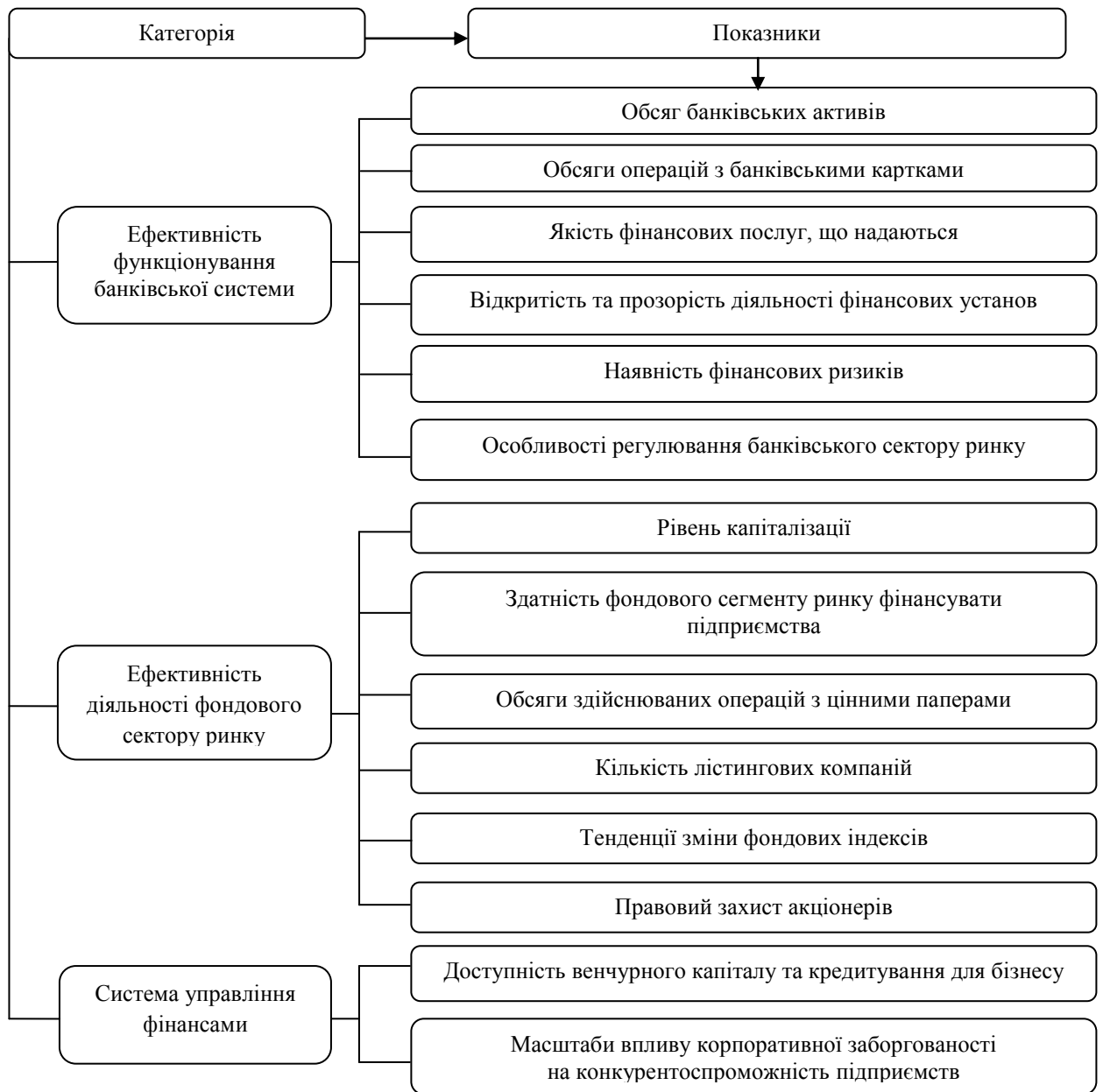


Рис. 2 – Складові індексу розвитку ринків фінансових послуг за методикою Міжнародного інституту розвитку менеджменту (побудовано на основі [1; 5])

Крім комплексних підходів до оцінювання ефективності функціонування ринків фінансових послуг, використовуються також деталізовані підходи. Одним з таких підходів є оцінка індикаторів фінансової стійкості, що використовується Міжнародним валютним фондом з метою поточного аналізу діяльності фінансових установ [1, с. 48].

Кожен з наведених методичних підходів має певні переваги та недоліки (рис. 3).

Ефективність функціонування ринку фінансових послуг може визначатися ефективністю або конкурентоспроможністю фінансових інструментів, що

використовуються на ньому. Як зазначає К.В. Масляєва, критеріями ефективності фінансових інструментів можуть виступати: оборотність, ліквідність, дохідність, наявність захисного механізму від потенційних ризиків, інформативність [6].

Оборотність фінансових інструментів виступає їх здатністю бути об'єктом вільної купівлі-продажу на ринку фінансових послуг. Ліквідність фінансових інструментів – це здатність їх швидкого перетворення на готівку або безготівкові засоби, що передбачає відсутність значних втрат їхнім власником.

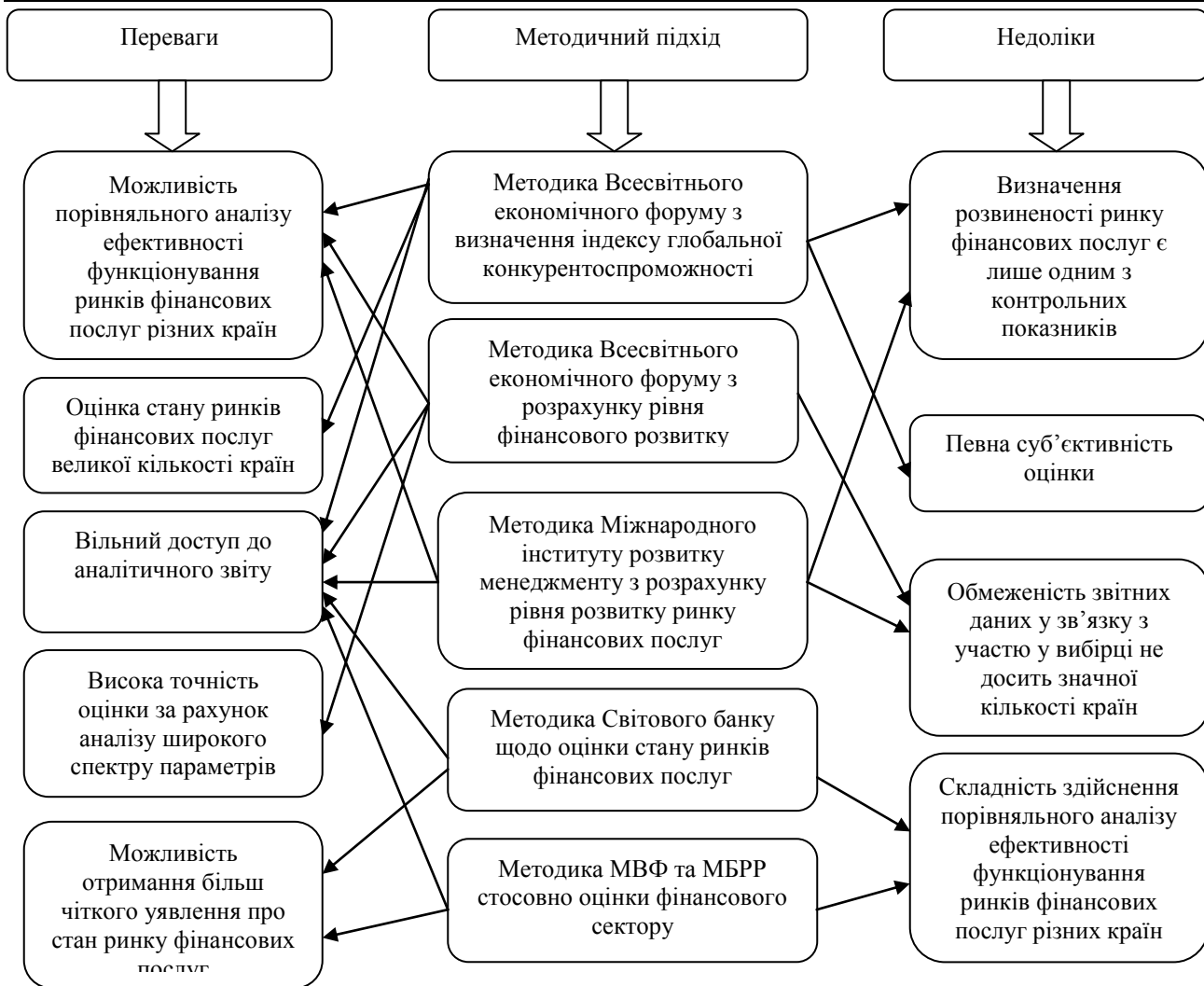


Рис. 3 – Переваги та недоліки основних міжнародних методичних підходів до оцінки ефективності функціонування ринку фінансових послуг (побудовано автором на підставі [1; 2; 5])

Доходність фінансових інструментів являє собою здатність забезпечувати отримання доходу у вигляді дивідендів, відсотків або зростання курсової вартості. Оцінити величину можливого прибутку від використання того чи іншого фінансового інструменту можна на основі аналізу фінансового стану емітента, розміру його прибутку та динаміки доходності фінансового інструменту за останні роки [7, с. 61].

Ступінь ризикованості визначається збільшенням рівня ризику втрати грошових вкладень у фінансові інструменти під впливом різноманітних негативних чинників. Інформативність фінансового інструменту має включати відомості про власника, емітента, фінансовий актив, фінансове зобов'язання, строк дії [8, с. 189 – 190].

Також ефективність функціонування ринку фінансових послуг може визначатися рівнем попиту та пропозиції фінансових послуг, що надаються на ньому. Крім комплексного оцінювання ефективності функціонування ринку фінансових послуг можна також

визначати ефективність функціонування окремих сегментів ринку. Наприклад, ефективність функціонування небанківського сегменту ринку фінансових послуг, як зазначає І. Герасимова, може визначатися рівнем досягнутого соціального ефекту у вигляді: покращення матеріального стану; отримання гарантій соціального захисту; збільшення зручності; економії часу; зменшення ризиків; появи стимулів для підвищення ділової активності; збільшення кількості робочих місць тощо [9].

Рівень ефективності функціонування банківського сегменту ринку може бути визначений за такими показниками, як: частка проблемних кредитів; співвідношення обсягу кредитів до величини депозитів; якість управління рівнем ліквідності та платоспроможності банківських установ; наявність ефективних механізмів повернення активів неплатоспроможних банків; рівень операційної залежності державних банків; рівень концентрації активів системно важливих банків тощо.

Ефективність функціонування ринку похідних фінансових інструментів, за рекомендацією І. Макаренка, можна оцінити за допомогою інтегрального індикатора, для розрахунку якого використовується гіпотеза фрактальності ринку та метод R/S-аналізу. Також, для оцінки ефективності ринку похідних фінансових інструментів можуть застосовуватися контрольні карти Шухарта та метод Ірвіна [10].

Отже, методичні підходи, що використовуються в міжнародній практиці, дозволяють здійснювати загальну оцінку рівня ефективності функціонування ринку фінансових послуг, не акцентуючи увагу при цьому на окремих сегментах ринку. Тому, для формування більш деталізованого уявлення про стан ринку фінансових послуг доцільно комплексні методики доповнювати вузько спрямованими підходами.

Висновки. Аналіз найбільш поширених у міжнародній практиці теоретико-методичних підходів до визначення ефективності функціонування ринку фінансових послуг дозволив дійти висновку, що найбільш точні результати можуть бути отримані за Методикою Всесвітнього економічного форуму з розрахунку рівня фінансового розвитку. Серед сучасних підходів, що найдоцільніше використовувати у вітчизняній практиці, вважаємо найбільш зручним та об'єктивним підхід із здійсненням оцінки ефективності фінансових інструментів за такими загальними для всіх фінансових інструментів показниками, як оборотність, ліквідність, дохідність, наявність механізму захисту від ризиків та інформативність. При цьому вважаємо за доцільне оцінювати ефективність фінансових інструментів для всіх учасників ринку: як для фінансових установ, що надають фінансові послуги, так і для безпосередніх споживачів таких послуг. Для деяких фінансових інструментів слід використовувати, крім зазначених загальних, також специфічні критерії. Наприклад, для деривативів це додатково можуть бути можливістю багаторазової дії та повна відповідність кон'юктурі ринку. Особлива увага під час оцінки ефективності має приділятися інформативності фінансового інструменту, оскільки наявність цієї властивості забезпечує більшу прозорість операцій з його використанням. Зазначений підхід дозволить отримати найбільш повну, достовірну та деталізовану оцінку рівня ефективності ринку фінансових послуг. Зважаючи на кризові явища в українській економіці та важливе значення ринку фінансових послуг для досягнення загального економічного зростання, пропонується надати перевагу саме цьому підходу. **Перспективами подальших досліджень** є визначення ефективності ринку банківських послуг, страхового ринку,

валютного та фондового ринків, ринку лізингових послуг тощо з метою отримання більш детального уявлення про стан ринку фінансових послуг з урахуванням окремих його сегментів.

Список літератури: 1. *Марена Т. В.* Сучасні комплексні методики оцінки рівня конкурентоспроможності фінансових ринків / Т. В. Марена // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. – 2013. – Вип. 5. – С. 44 – 49. 2. Офіційний сайт Всесвітнього економічного форуму [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.weforum.org>. 3. Офіційний сайт Національного банку України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua>. 4. Офіційний сайт Національної комісії з цінних паперів та фондового ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nssmc.gov.ua>. 5. Офіційний сайт Міжнародного інституту розвитку менеджменту [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.imd.org/>. 6. *Масляєва К. В.* Господарсько-правове забезпечення функціонування ринку фінансових послуг в Україні : дис. ... канд. юр. наук: 12.00.04 [Електронний ресурс] / К. В. Масляєва. – Харків, 2008. – Режим доступу : <http://mydisser.com.ua/catalog/view/6/44/2204.html>. 7. *Кузнєцова Н. С.* Ринок цінних паперів в Україні : правові основи формування та функціонування / Н. С. Кузнєцова, І. Р. Назарчук. – К. : Юрінком Інтер, 1998. – 528 с. 8. *Масляєва К. В.* Правова характеристика кваліфікаційних ознак основних фінансових інструментів [Електронний ресурс] / К. В. Масляєва // Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого. – 2010. – №1. – С. 181 – 193. – Режим доступу : http://dspace.nulau.edu.ua/bitstream/123456789/3532/1/Maslyayeva_184.pdf. 9. *Герасимова І. Ю.* Становлення та розвиток небанківських фінансових посередників на ринку фінансових послуг [Електронний ресурс] / І. Ю. Герасимова // Економіка : проблеми теорії та практики. 36. наук. праць. – 2010. – Вип. 259. Т. 2. – С. 621 – 627. – Режим доступу : <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/3080>. 10. *Макаренко І. О.* Стійкий розвиток ринку похідних фінансових інструментів України: автореф. дис. канд. екон. наук: 08.00.08 [Електронний ресурс] / І. О. Макаренко. – Суми, 2011. – Режим доступу : http://uabs.edu.ua/images/stories/sc_autoref/2012/2012_02_ken.pdf.

Bibliography (transliterated): 1. *Marena T. V.* Suchasni kompleksni metodyky otsinky rivnya konkurentospromozhnosti finansovykh rynkiv / T. V. Marena // Visnyk Mariupol'skoho derzhavnoho universytetu. Seriya: Ekonomika. – 2013. – Vyp. 5. – P. 44 – 49. 2. Ofitsiynyy sayt Vsesvitn'oho ekonomichnoho forumu [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.weforum.org>. 3. Ofitsiynyy sayt Natsional'noho banku Ukrayiny [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.bank.gov.ua>. 4. Ofitsiynyy sayt Natsional'noyi komisiyi z tsinnykh paperyv ta fondovoho rynku [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.nssmc.gov.ua>. 5. Ofitsiynyy sayt Mizhnarodnoho inystytutu rozvytku menedzhmentu [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://www.imd.org/>. 6. *Maslyayeva K. V.* Hospodars'ko-pravove zabezpechennya funktsionuvannya rynku finansovykh posluh v Ukrayini: dys. kand. jur. nauk: 12.00.04 [Elektronnyy resurs] / K. V. Maslyayeva. – Kharkiv, 2008. – Rezhym dostupu : <http://mydisser.com.ua/catalog/view/6/44/2204.html>. 7. *Kuznyetsova N. S.* Rynok tsinnykh paperyv v Ukrayini : pravovi osnovy formuvannya ta funktsionuvannya / N. S. Kuznyetsova, I. R. Nazarchuk. – K. : Yurinkom Inter, 1998. – 528 p. 8. *Maslyayeva K. V.* Pravova kharakterystyka kvalifikatsiynnykh oznak osnovnykh finansovykh instrumentiv [Elektronnyy resurs] / K. V. Maslyayeva // Visnyk Natsional'noyi yurydychnoyi akademiyi Ukrainy imeni Yaroslava Mudroho. – 2010. – №1. – P. 181 – 193. – Rezhym dostupu : http://dspace.nulau.edu.ua/bitstream/123456789/3532/1/Maslyayeva_184.pdf. 9. *Herasyimova I. Yu.* Stanovlennya ta rozvytok nebankivsk'kykh finansovykh poserednykiv na rynku finansovykh posluh [Elektronnyy resurs] / I. Yu. Herasyimova // Ekonomika : problemy teorii ta praktyky. Zb. nauk. prats'. – 2010. – Vyp. 259. T. 2. – P. 621 – 627. – Rezhym dostupu : <http://ir.nmu.org.ua/handle/123456789/3080>. 10. *Makarenko I. O.* Stiyky rozvytok rynku pokhidnykh finansovykh instrumentiv Ukrainy : avtoref. dys. kand. ekon. nauk: 08.00.08 [Elektronnyy resurs] / I. O. Makarenko. – Sumy, 2011. – Rezhym dostupu : http://uabs.edu.ua/images/stories/sc_autoref/2012/2012_02_ken.pdf.

Надійшло (received) 11.11.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Гармашова Юлія Олександрівна – докторант кафедри економічної теорії, національної та прикладної економіки, Класичний приватний університет, тел. 095-561-68-83, email: julia_konoplya@mail.ru.

Garmashova Julia Aleksandrovna – doctoral student of economics, national and applied economics, Classic private university, tel. 095-561-68-83, email: julia_konoplya@mail.ru.

Н.Н. ГУБАНОВА

РАЗВИТИЕ ФРАНЧАЙЗИНГА В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В статье рассмотрено становление, развитие и влияние франчайзинговых отношений в условиях глобализации на малый бизнес, том числе и в Украине. Проведен анализ международного опыта в применении франчайзинговой модели бизнеса как основного фактора развития бизнеса.

Ключевые слова: глобализация, франчайзинг, франчайзер, франшиза, франчайзи.

Вступление. Основным фактором всего процесса глобализации является экономический аспект. В условиях глобализации формируется единое экономическое пространство, со свободно перемещающимися ресурсами, конечной продукцией и услугами, которое функционирует на основе единых норм и принципов, усиливая взаимодействие субъектов мирового хозяйства. Франчайзинг как модель ведения бизнеса является одним из факторов развития глобализационных процессов.

Франчайзинг означает предпринимательскую деятельность основанную на соглашении между большой корпорацией (франчайзером) и небольшим как правило самостоятельным предприятием (франчайзи), согласно которому предприятие франчайзер обязуется предоставлять право использовать свои объекты исключительной интеллектуальной собственности.

Анализ исследований. Исследованием развития и становления франчайзинговых отношений занимается большое количество ученых экономистов как зарубежных, так и отечественных, среди них: А. В. Цирой, Г. А. Андрощок, В. А. Денисюк, Н. С. Кузнецова, О. В. Каховская, Д. Хайфилд, М. Мендельсон, Д. Стендфорд, Б. Смит, Н. Широкова, В. Ляшенко и др. Многие проблемы сферы франчайзинга на сегодняшний день остаются не решенными и требуют дополнительного анализа и применения новых подходов к развитию франчайзинговой модели бизнеса в условиях глобализации.

Целью статьи является исследование становления франчайзинговых отношений, анализ перспективных направлений развития франчайзинга в Украине, основных факторов развития франчайзинга в условиях глобализации.

Изложение основного материала. Во франчайзинговых соглашениях участвует две стороны: тот, кто дает право (франшизу) т.е. франчайзер и тот, кто это право приобретает т.е. франчайзи. Традиционно такая компания имеет многолетний опыт ведения бизнеса, владеет знаниями о том что может принести выгоду, а что нет [5].

Франчайзи - это предприниматель или компания которая покупает франшизу для ведения бизнеса под именем или торговой маркой, известной среди потребителей [5].

На договорной основе одна сторона (франчайзер)

передает другой (франчайзи) за вознаграждения на определенный срок право на использования торговой марки, знака обслуживания, фирменного торгового наименования, оказание услуг, технологического процесса и специализированного оборудования, ноу-хау и коммерческой информации, которая охраняется законом, т.е. все объекты права интеллектуальной собственности предусмотренные в договоре [13 с.54].

История современных франчайзинговых отношений берет свои истоки в США в 1851 г., а именно когда фирма «Зингер» заключила письменный договор с дистрибьюторами своего товара про передачу франшизы, которая позволила продаже и ремонт швейных машин та территории США [13 с.295].

Наиболее активно франчайзинг стал развиваться с 1960- конец 1980гг. На мировом рынке появляются такие компании как McDonald's, Holiday Inn, Burger King, H&R Block, Lee Myles, Midas, 7-Eleven, Dunhill Personnel, Wendy's, Pearle Vision Center, Dairy Queen. Активно развивается франчайзинг в нефтегазовой промышленности. Стремительно растут прибыли от продажи франшиз. Во всем мире начинают создаваться организации, которые регулируют франчайзинговую деятельность. Впервые в 1960 г. была создана Международная ассоциация франчайзинга и в 1972 г. Европейская ассоциация франчайзинга, основной целью этих организаций являлось обеспечение справедливых франчайзинговых отношений [18].

Успех США в области франчайзинга в большей степени зависит от активного участия государства, стойкой стратегией ведения бизнеса, сильными маркетинговыми позициями, принятием, усовершенствованием и исполнением стандартов качества как продукта, так и бизнес системы в целом [13].

В условиях глобализационных процессов роль франчайзинга усилилась и в странах ЕС, так как на базе Единого европейского рынка - члены ЕС получили преимущества связанные с активизацией международного производства [16]. Тенденция развития франчайзинга дала возможность национальным фирмам работать на международных рынках.

В современных условиях развития экономики эффективность использования франчайзинговой модели бизнеса можно проиллюстрировать на

примере MANGO. Первый центр продаж был открыт в 1984 г. в Барселоне, а в 1992 компания открывает 2 магазина в Португалии. В 70-ти странах мира в 2000г. насчитывалось 630 центров продаж MANGO, а в 2010г. их количество увеличилось в 2 тыс. раз большая часть которых работала на основе франчайзинга [10]. Широкое развитие франчайзинга на международном уровне объясняется комплексным характером отношений, достаточно высоким уровнем их прозрачности, а также преимуществами системных связей, что позволяет сформировать сеть с эффективным распределением сбыта товаров и услуг, усилить конкурентные преимущества участников рынка, обеспечить возможность быстрого выхода на рынок с минимальным риском новых участников системы [6 стр.8].

Таким образом, франчайзинговая модель бизнеса способствует: продвижению национальных компаний на международные рынки, дает возможность в краткосрочном периоде расширить сеть франшиз в нескольких странах, создавая условия для вхождения на мелкие и крупные рынки; расширению новых технологий, внедрению ноу-хау, созданию наиболее привлекательного инвестиционного климата.

В Украине первая франчайзинговая точка была открыта в 1993 г. швейцарской информационной системы «Компас». В 1994 г. открылся первый ресторан сети ««McDonalds» в Киеве. Первой национальной точкой общественного питания стала «Pizza Celentano» [7].

Большая часть франчайзинговых проектов находится в Киеве, так как там сосредоточена основная доля финансов страны. Но за последние годы франчайзинговый бизнес стал развиваться активно и в городах с не большой численностью населения – 30 тыс чел., так как франчайзинговую модель бизнеса используют фирмы которые не требуют крупных капиталовложений и имеют небольшой срок окупаемости - 1,5 года. Необходимо учитывать, что для успешного функционирования малого бизнеса торговые точки не должны занимать большие площади. Например таким требованиям соответствуют такие рестораны, как «Стрид – фуд» и небольшие торговые точки как «Форнетти», «Наша ряба», «Чудо-печь» и др. [6. с.83]. Наиболее прибыльными являются компании, которые развивают иностранные франшизы. Лидером среди украинских компаний является компания «Система быстрого питания». После проведения на Украине матча Евро -2012 более динамичным стал рынок отельного бизнеса.

Основными преимуществами франчайзинговой модели бизнеса является: получение прибыли от быстрого расширения своего бизнеса, не прибегая к взятию ссуды в банке и не беря на себя серьезных финансовых обязательств; расширение сети распределение товара (работ, услуг) при заключении франчайзинговых соглашений, согласно которым франчайзи обязуется приобретать необходимое оборудование и ингредиенты для изготовления конечного продукта у франчайзера; получение значительных преимуществ при освоении иностранных рынков. Работая вместе с франчайзи в различных странах мира, франчайзер ближе знакомится с иностранным законодательством и ведением бизнеса в местных условиях, ознакомливается с потребностями местных рынков и их потребителей.

С 2001 года вопросам развития франчайзинга, поддержкой франчайзеров и франчайзи в Украине занимаются Украинская ассоциация работодателей в сфере франчайзинга и федерация развития франчайзинга, гостеприимства и инфраструктуры Украины с 2010 года. Работа данных организаций направлена на поддержку предпринимателей, которые используют франчайзинговые соглашения, установление связей с международными ассоциациями, изучение их опыта и внедрение в отечественный бизнес, привлечение иностранных инвестиций и т.д.

В 2012 году по инициативе Федерации в Украине стартовал проект ООО QuikStart. Главной целью данного проекта являлось предоставление франчайзеру и франчайзи реальной информации о состоянии, тенденции и прогнозах развития рынка франчайзинга в Украине [8].

Франчайзинг в Украине наиболее стремительно начал развиваться с 2002-2012гг. в таких отраслях как общественное питание, услуги индивидуальным потребителям, услуги для бизнеса, производство, информация, вединг и финансы. В 2002 году франчайзеров в Украине было 70, а уже в 2011 этот показатель возрос до 411-ти. Такая тенденция роста позволяет делать вывод, что франчайзинг является прибыльным и рентабельным видом бизнеса в Украине [7].

Рынок ресторанного бизнеса занимает большую часть – около 55 % всех брендов, которые развивают франчайзинг в Украине. Рынок торговли занимает около 30% и 10 % занимают остальные виды деятельности [8]. Федерация франчайзинга прогнозирует в ближайшей перспективе приход международных операторов рынка недвижимости и наиболее известных брендов ресторанного бизнеса.

Популярность франчайзинговых отношений объясняется эффективностью и высокой стойкостью бизнеса вновь создаваемых предприятий. Согласно данным Ассоциации франчайзинга Украины после пяти лет деятельности на рынке выживает 23% частных предприятий, после 10 их остается 18 %, в то время как предпринимателей, которые работают по системе франчайзинга, через пять лет распадаются только 8 %, а через 10 лет -10 %. Опыт показывает, что годовой валовой доход более чем 18 тыс. франчайзинговых предприятий превышает 1 триллион [2]. Об успешности франчайзинговых отношений в современных рыночных условиях свидетельствует большое количество предприятий использующих данную стратегию бизнеса.

Украинское законодательство о франчайзинге в сравнении с международными стандартами, не достаточно развито, что объясняется отсутствием интереса властных структур в развитии данной формы бизнеса [9]. На основании этого наблюдается такая мировая статистика:

- США – 40% товарооборота страны-франчайзинг;
- Евросоюз – до 60% товарооборота страны - франчайзинг;
- Япония – до 70% товарооборота страны;
- Украина – около 4% товарооборота страны – франчайзинг [11].

Экономический кризис в Украине повлек за собой ряд проблем, в том числе ослабления инвестиционного климата для отечественных и иностранных инвесторов. Становление и развитие малого бизнеса в Украине затруднено в условиях

ограниченных финансовых ресурсов, отсутствия прозрачной системы финансирования, кредитования и страхования предпринимательской деятельности. Для улучшения инвестиционного климата, перспектив экономического роста и модернизации отечественной экономики необходимо применять стратегию франчайзинга, что даст возможность повысить эффективность малого и среднего бизнеса на Украине.

Франчайзинговая модель бизнеса способна обеспечить успешное продвижение бизнеса в целом под уже существующим брендом.

Одним из главных факторов влияющим на будущее развитие бизнеса и его рентабельности является полное понимание сути франчайзинга, его структуры, видов, преимуществ и рисков при его внедрении и использовании [17].

Формирование и развитие франчайзинговых отношений на Украине, будет способствовать решению ряда проблем малого бизнеса. В частности привлечение в малый бизнес круга людей, которые будут заниматься бизнесом. Также франчайзинг будет способствовать внедрению и развитию новых технологий, созданию новых рабочих мест, повышению уровня квалификации и подготовки кадров, расширению сферы деятельности субъектов малого бизнеса.

На сегодняшний день рынок франчайзинга показывает стабильный рост в любой национальной экономики. Данная модель развития бизнеса используется успешно в 80 странах мира, в которых франчайзинговые компании производят более 15 % ВВП. В ближайшей перспективе, как утверждают эксперты в области франчайзинга, более половины розничных продаж будет осуществляться в рамках системы франчайзинг [8].

Законодательное закрепление франчайзинговых отношений будет способствовать популяризации и расширению данной формы хозяйствования в Украине. Позитивным шагом в развитии франчайзинга в Украине будет принятый закон Украины «Про франчайзинг», который будет способствовать преодолению основных проблем, которые тормозят экономические реформы - дефицит информации об интеграционных связях корпораций и малых предприятий, о современных формах предпринимательства и международного бизнеса и нехватку правовых знаний по вопросам интеллектуальной собственности и коммерческой реализации инноваций.

Выводы. Анализируя развитие франчайзинга в условиях глобализации, можно сделать вывод, что развитие его продолжается и требует макроэкономического регулирования на основе создания законодательной базы, поддержке малого бизнеса системы развития франчайзинга, льготного налогообложения на начальном этапе развития франчайзингового бизнеса, создание обучающих и консультирующих центров на территории всей Украины.

Франчайзинг является одним из эффективных методов привлечения инвестиций, стратегических инструментов способствующий развитию как национальной, так и мировой экономики в целом.

Список літератури: 1. Дакно І.І. Зовнішньоекономічний менеджмент: навч. посібник/Дакно І.І., Бабіч Г.В., Барановська В.М. та ін. – К.: Центр учбової літератури, 2012.- 568с. 2. Источник: Газета спецвыпуск к выставке «Франчайзинг 2011», «Мир франчайзинга»/Информационное ревью Ассоциации франчайзинга Украины. – 2-11. – №49. – 8с. 3. Лупа В.А. Деякі проблеми франчайзингових відносин в Україні /В.А. Лупа// Вісник харківського національного університету імені В.Н.Каразіна. – 2013.- №108. – С.82-85. 4. Маркетинг турбопродукта: підручник/ Ю.О. Корякін, З.І.Тимошенко, Т.О. Демура, Г.Б. Мунін. – К.: Кондор, 2009.- 394с. 5. Методическое пособие для будущих участников франчайзинговых сетей: издание четвертое, исправленное. Кривонос А.А., Кривонос Е.А. – Киев: Ассоциация франчайзинга, издательский центр, 2010. - 87с. 6. Мазуренко В.П. Развитие франчайзинговых отношений у міжнародному бізнесі/В.П. Мазуренко// Науковий вісник ЧДЕУ. - 2013. - №3/19. –с. 78-84. 7. Офіційний сайт Асоціації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.franchising.org.ua> 8. Офіційний сайт Всеукраїнської громадської організації «Федерація розвитку франчайзингу та інфраструктури». – Режим доступу: <http://www.fdf.org.ua> 9. Офіційний сайт Британської асоціації франчайзингу. – Режим доступу <http://www.Thebfa.org/academia/key-franchising-facts/> 10. Офіційний сайт MANGO – 2015 [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://Shop.mango.com/home.faces> 11. Податковий кодекс України - загроза франчайзингу [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.lviv.trah.com/index.plyp/ln/news/28-2010-11-04-15-01-58/> 12. Рыкова И.В. Мировой опыт франчайзинга/ И.В. Рыкова// Маркетолог. – 2004.- №4 – С. 5-10. 13. Сосна С.А. Коммерческая концессия / Сосна С.А., Васильева Е.Н.// М.: Академкнига. – 2005. – 375с. 14. Стенфорд Дж. Франчайзинг в малом бизнесе/ Стенфорд Дж, Смит Б.// [пер. с англ. Л.Н. Павловой] – М.: Аудит, Юнити, 1996. – С.5. 15. Франчайзинг от простого к сложному. – Киев: Ассоциация франчайзинга, издательский центр, 2010. – 71с. 16. Федун Ю., Огинюк С. Становлення та розвиток франчайзингової стратегії ведення бізнесу у світовій економіці/ Федун Ю., Огинюк С.// Вісник Львівського університету. – 2013. – Вип.33. – С.293-299. 17. John Hamilton Pratt. Franchising:Law and Practice. - London: Sweet &Maxwell, 1999.- A24006. 18. The Histori and Evolution of franchising [Elektronie resoerse] Hariol. Herman. – <http://www/franhis-law.com>

Bibliography (transliterated): 1. Daxno I.I. Zovnishn'shn'oeconomichnyj menedzhment: navch. posibny'k/Daxno I.I., Babich G.V., Baranov'ska V.M. ta in.. – K.: Centr uchbovoyi literatury', 2012.- 568p. 2. Y'stochny'k: Gazeta speczvyipusk k vystavke «Franchajzy'ng 2011», «My'r fransajzy'nga»/Y'nformacy'onne revyu Assocy'acy' y' franchajzy'nga Ukray'ny. – 2-11. – #49. – 8p. 3. Lupa V.A. Deyaky' problemy' franchajzy'ngovy'x vidnosy'n v Ukraini/V.A. Lupa// Visnik xarkivs'kogo nacional'noho universy'tetu imeni V.N.Karazina. – 2013. #108. – P.82-85. 4. Markety'ng turboprodukta: pidruchny'k/Yu.O. Koryakin, Z.I. Timoshenko, T.O. Demura, G.B. Munin. – K.: Kondor, 2009. 394p. 5. Metodicheskoe posobie dlja budushnih uchastnikov franchajzingovyh setej: izdanie chetvortoe, ispravlennoe. Krivonos A.A., Krivonos E.A. – Kiev: Associacija franchajzinga, izdatel'skij centr, 2010. 87p. 6. Mazurenko V.P. Rozvytok franchajzyngovyh vidnosyn u mizhnarodnomu biznesi/V.P. Mazurenko// Naukovyj visnyk ChDEU. 2013. №3/19. –P. 78-84. 7. Oficijnyj sayt Asociacij' Ukrainy [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: <http://www.franchising.org.ua> 8. Oficijnyj sayt Vseukrains'koi gromad's'koi organizacii «Federacija rozvytku franchajzyngu ta infrastruktury». – Rezhym dostupu <http://www.fdf.org.ua> 9. Oficijnyj sayt Brytans'koi asociacii franchajzyngu. – Rezhym dostupu <http://www.Thebfa.org/academia/key-franchising-facts/> 10. Oficijnyj sayt MANGO – 2015 [Elektronnyj resurs] Rezhym dostupu: <http://Shop.mango.com/home.faces> 11. Podatkovyj kodeks Ukrainy zagroza franchajzyngu [Elektronnyj resurs] Rezhym dostupu: <http://www.lviv.trah.com/index.plyp/ln/news/28-2010-11-04-15-01-58/> 12. Rykova Y.V. Myrovoj opyt franchajzynga/ Y.V. Rykova// Marketolog. – 2004. №4 – P. 5-10. 13. Sosna S.A. Kommercheskaja koncessija / Sosna S.A., Vasyleva E.N.// M.: Akademknyga. – 2005. – 375p. 14. Stenford Dzh. Franchajzing v malom biznese/ Stenford Dzh, Smit B.// [per. s angl. L.N. Pavlovoj] – M.: Audit, Juniti, 1996. – P.5. 15. Franchajzing ot prostogo k lozhnomu. – Kiev: Associacija franchajzinga, izdatel'skij centr, 2010. – 71p. 16. Fedun Ju., Oginok S. Stanovlennja ta rozvytok franchajzyngovoї strategii vedennja biznesu u svitovij ekonomici/ Fedun Ju., Oginok S.// Visnyk Lvivs'kogo 17. John Hamilton Pratt. Franchising:Law and Practice. - London: Sweet &Maxwell, 1999.- A24006. 18. The Histori and Evolution of franchising [Elektronie resoerse] Hariol. Herman. – <http://www/franhis-law.com>.

Поступила (received) 30.11.2015

Сведения об авторах / About the Authors

Губанова Нино Нодаровна – Национальный Технический Университет «Харьковский политехнический институт», кандидат экономических наук, доцент, e-mail: gubanova@rambler.ru

Gubanova Nino Nodarovna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", candidate of economic sciences, associate professor, e-mail: gubanova@rambler.ru

Н. В. ГУРІНЕНКО, А. М. ГЕРАСИМЕНКО

СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ВИТРАТИ БЮДЖЕТУ УКРАЇНИ НА НАУКУ ТА ОСВІТУ

Проаналізовано видатки бюджету України на освіту і науку за останні роки, проведено аналіз стану бюджетного фінансування освітньої-наукової галузі України та її ефективності, рейтинг української освіти за складовими Глобального індексу конкурентоспроможності. Висвітлено основні фінансові положення нового закону «про вищу освіту».

Ключові слова: вища освіта, джерела фінансування, пріоритетні напрямки, фінансування вищої освіти, конкурентоспроможність, закон про вищу освіту.

Вступ. Проведення аналізу фінансового стану освіти та науки в Україні потребує вивчення доцільності використання видатків. Якою саме буде роль освіти та науки, залежить від багатьох факторів. Кризовий стан економіки, дефіцит державних ресурсів останнім часом зумовив функціонування освіти та науки в Україні за принципом обмеженості бюджетного фінансування. У результаті недоотримання фінансових ресурсів з державного бюджету, недосконалістю правового забезпечення та механізмів залучення і використання видатків, освітня-наукова галузь не отримує необхідного розвитку. З прийняттям нового закону «Про вищу освіту» українське суспільство впевнено у майбутній модернізації української вищої освіти та у тому що випускникам вузів стане легше інтегруватися в європейське співтовариство.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В останні роки проблема формування та ефективного використання фінансових коштів вищих навчальних закладів (далі – ВНЗ) також знайшла широке обговорення в навчальних закладах і в наукових колах. Цим питанням присвячені роботи таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як: О. Ю. Белаш, О. Бойко, О. Василик, І. М. Гараєв, В. Гейєць, В. Глуценко, В. А. Лазарев, І. Р. Лошенко,

С. А. Мохначев, Т. Оболенська, Н. І. Пашенко, П. Саблук, Х. А. Фасхiev, І. Чугунов та ін.

Мета та завдання статті. Мета роботи полягає у аналізі видатків на освіту і науку, стану бюджетного фінансування освітньої-наукової галузі України.

Основна частина. Освіта та наука є визначальними чинниками людського розвитку у сучасному глобалізованому світі, є джерелом покращення добробуту людей. Саме вони забезпечують національні інтереси та зміцнюють авторитет і конкурентоспроможність держави на міжнародній арені, адже світовими лідерами є країни, які свого часу зробили ставку на розвиток освіти та науки. А Україна має великий потенціал для того, щоб стати суспільством, що навчається.

Міжнародні дослідження якості вищої освіти засвідчують, що показники якості вищої освіти України є доволі неоднорідними. З одного боку за кількісним показником – охоплення вищою освітою – Україна перебуває в числі перших 10-15 країн світу. Доволі високі показники має математична і природнича освіта – Україна посідає тут місце не нижче 50-го. За якістю освіти з менеджменту місце України коливається біля сотого. В табл. 1 вказано рейтингові позиції України за складовими Глобального індексу конкурентоспроможності (дослідження Світового економічного форуму) [1].

Таблиця 1 – Рейтингові позиції України за складовими Глобального індексу конкурентоспроможності

	2010-2011pp.	2011-2012pp.	2012-2013pp.	2013-2014pp.	2014-2015pp.
Якість системи освіти в цілому	56	62	70	79	72
Стан вищої і професійної освіти (в цілому)	46	51	47	43	40
Якість освіти з менеджменту бізнесу	108	116	117	115	88
Якість початкової освіти	49	52	43	37	40
Якість вищої математичної і природничої освіти	42	36	34	28	30
Охоплення вищою освітою	8	7	10	10	13
Кількість країн, які брали участь в дослідженні	139	142	144	148	144

Система вищої освіти в Україні складається з таких ланок освіти: початковий рівень (короткий цикл) вищої освіти; перший (бакалаврський) рівень; другий (магістерський) рівень; третій (освітньо-науковий) рівень; науковий рівень. Існують й відповідні рівні вищої освіти: молодший бакалавр; бакалавр; магістр; доктор філософії; доктор наук. [2].

Видатки на освіту та науку належали до поточних видатків бюджету. Довгий час дана галузь практично не мала доходів і свою діяльність проводила на основі видатків відповідного бюджету.

Відповідно до старого Закону України "Про освіту" держава забезпечувала бюджетні асигнування на освіту в розмірі не менше 10 % національного

доходу, а також валютні асигнування на основну діяльність.

Створення сучасного механізму управління фінансовим забезпеченням сфери вищої освіти та науки є досягнення позитивної динаміки розвитку даної сфери для повного задоволення потреб населення в якісній і доступній освіті, підприємств – у кваліфікованих фахівцях, освітян – у гарантованій гідній заробітній платі [3].

Для визначення обсягів фінансування використовувалися такі методи, як балансовий (суть полягає у тому, що шляхом побудови балансів досягається взаємозв'язок наявних фінансових ресурсів і фактичної потреби в них) та нормативний (передбачає розрахунок фінансових показників на основі встановлених норм і техніко-економічних нормативів) [4].

Дані табл. 2 свідчать, що обсяги видатків на освіту, незважаючи на стійку тенденцію до зростання, суттєво відставали від аналогічних показників розвинутих країн. І хоча протягом досліджуваного періоду видатки на освіту випереджали показники зростання обсягу ВВП (крім 2004, 2007, 2010 та 2011 років), що є позитивним явищем, бюджетні витрати забезпечували переважно тільки фінансування витрат державних ВНЗ на стипендії, частково заробітну плату та комунальні платежі. Це пояснюється тим, що нормативний метод визначення обсягів фінансування, який використовувався як спосіб розподілу бюджетних коштів, припускав їх коригування в сторону зменшення у зв'язку з нестачею.

Частка витрат на освіту в зведеному бюджеті складала 20%. Відношення державних витрат зведеного бюджету на освіту до ВВП складало 6-7% (табл. 3).

Таблиця 2 – Динаміка ВВП на освіту [3]

Показник	2006р	2007р	2008р	2009р	2010р	2011р	2012р	2013р	2014р
Номинальний ВВП, млн. грн.	544153	720731	942056	913345	1082569	1316600	1408889	1454931	1566728

Таблиця 3 – Динаміка зведеного бюджету на освіту

Показники	2010р	2011р	2012р	2013р
Загальні видатки зведеного бюджету на освіту всього, млн. грн.	77323,0	79000,0	92100,0	75951,5
Загальні видатки зведеного бюджету на освіту в % до ВВП	7,1	6,1	6,5	5,2

Щодо останніх років – аналіз державного бюджету України у 2014 році показав падіння видатків на освіту і науку. Загалом Бюджет Міністерства освіти і науки у 2014 р. складав 24,3 млрд. грн, при чому його загальний фонд зріс на 3,7%. У 2015 році на освіту виділено 107,2 млрд. грн, тобто 6,4% ВВП. Згідно із Законом про освіту, на цю галузь держава повинна була виділяти 10% НД, тобто 160 млрд. грн. На науку виділено 0,27% ВВП замість законних 1,7%. Для того, щоб хоча б просто виживати, галузі необхідно як мінімум 0,9% ВВП. Експерти відзначають: ще ніколи за роки

незалежності України фінансування науки не було таким мізерним.

Зупинимось на дослідженні комплексу показників фінансування освіти. Обсяг фінансування освіти в різних країнах встановлюють у відсотках від ВВП, що означає їх пряму залежність від рівня розвитку економіки. У тому числі спостерігаються наступні тенденції: чим вище є рівень розвитку економіки (величина ВВП), тим більший обсяг фінансових ресурсів має вища освіта. Основні показники, які характеризують розвиток вищої освіти та її фінансового забезпечення в різних країнах світу представлено в табл. 4.

Таблиця 4 – Основні показники рівня фінансування освіти в різних країнах (на 2014 р.)

Показники	Україна	Росія	США	Німеччина	Франція	Японія	Півд. Корея	Китай	Індія	Польща
ВВП на душу населення, дол. США	3 870	19 833	46 588	37 430	34 256	33 785	28 797	7 519	3 339	19 908
Загальні витрати на освіту, % ВВП	5,3	4,1	5,4	4,6	5,9	3,8	5	4	3,2	5,1
Державні витрати на вищу освіту, % ВВП	2,3	1,2	1,0	1,1	1,3	0,5	0,7	-	1,3	1,1
Кількість ВНЗ в країні, од.	854	689	3301	250	586	721	394	1135	579	286
Чисельність населення, осіб	46,6 млн.	142 млн.	316 млн.	80 млн.	65 млн.	127 млн.	49 млн.	1,3 млрд.	1,2 млрд.	38 млн.

Іншим важливим індикатором розвитку освітньої системи та забезпечення її конкурентоспроможності є динаміка показника інвестицій в освітню сферу, особливо зважаючи на те, що Україна обрала модель

розвитку економіки, заснованої на знаннях. В табл. 5 наведено дані про динаміку показників інвестицій в освіту за абсолютною величиною та їх часток в загальному обсязі інвестицій в Україні.

Таблиця 5 – Динаміка інвестицій в освіту в Україні [3]

Показник	2007р	2008р	2009р	2010р	2011р	2012р	2013р
Освоєно інвестицій в освіту, млн. грн. у фактичних цінах	1163,4	1651,4	2321,7	1484,3	1872,5	2485,2	3134,6
Коефіцієнти зростання (ланцюгові)	-	1,4	1,4	0,6	1,3	1,3	1,3
Частка інвестицій в освіту, % до загального обсягу інвестицій		1,0	0,9	1,0	1,1	1,0	1,0

Як свідчать дані табл. 5 частка інвестицій в освіту стабільно трималася на рівні 1% від загального їх обсягу, що, враховуючи загальний стан освітньої сфери в Україні, не можна вважати достатнім показником.

Вища освіта завжди поєднувалась із науковими дослідженнями. Світові рейтинги університетів значною мірою визначаються обсягами і результатами наукових досліджень.

В Україні широка мережа наукових установ з її координуючим центром - Національною академією наук України. Всі науково-дослідні організації загальнонаукового профілю перебувають у віданні Національної академії наук України й здійснюють розробку теоретичних проблем, що мають як

загальнодержавне значення, так і формують основні напрями зовнішньої і внутрішньої політики країни.

На жаль, країна має значні проблеми із проведенням ефективної наукової, науково-технічної та інноваційної політики. Стан наукової, науково-технічної сфери за останні роки різко погіршився: скорочено обсяг замовлень на наукову та науково-технічну продукцію, скоротилася кадрова та матеріальна база проведення досліджень та розробок, різко зменшилася результативність самої науки. Дослідники у значній мірі пов'язують це зі зміною фінансової підтримки науки (табл. 6). У 2013 році питома вага загального обсягу витрат у ВВП становила 0,77 %, у т.ч. за рахунок коштів державного бюджету - 0,33 %.

Таблиця 6 – Джерела фінансування наукових та науково-технічних робіт науки України (млн. грн.)

Показники	1995р	2000р	2005р	2009р	2010р	2012р	2013р
Усього	652,0	2046,3	5160,4	7822,2	8995,9	10558,5	11161,1
кошти бюджету	244,9	641,0	1741,8	3429,2	3751,0	4774,6	4826,8
у т. ч. держбюджету	244,9	614,5	1711,2	3398,6	3704,3	4709,1	4762,1
кошти фондів спеціального призначення	53,9	18,6	24,9	40,8	48,3	22,7	20,6
власні кошти	14,6	61,3	338,5	629,4	872,0	1121,2	1466,6
кошти замовників підприємств, організацій України	233,4	785,8	1680,1	1870,8	1961,2	2458,4	2306,6
іноземних держав	101,9	477,1	1258,0	1743,4	2315,9	2045,0	2411,5
кошти інших джерел	3,3	89,1	121,2	108,6	47,6	136,6	128,9

Кількість організацій, які виконували наукові та науково-технічні роботи у секторі вищої освіти у порівнянні з 2005 року (172 організацій) дещо збільшилась та складала 180 закладів вищої освіти. При закладах вищої освіти (далі – ЗВО) у 2013 році працювало 48 % (249) аспірантур та 62 % (172) докторантур. У ЗВО в 2013 році навчалися 26903 аспірантів (2005 році – 24897), при цьому було прийнято до аспірантури за рік 7343 аспірантів (2005 році – 8134), випущено з аспірантури – 7040 (2005 році – 5252), у тому числі з захистом дисертації – 2035 (2005 році – 1064).

Сектор вищої освіти у 2013 році отримав 688057,6 тис. грн. фінансування витрат на виконання наукових та науково-технічних робіт (6,1 % всіх витрат на науку), переважна частина яких надійшла з держбюджету – 438476,5 тис. грн.

Взагалі Міністерство освіти і науки виступало найбільшим адміністратором центрального бюджету і контролювало 75,5 % центрального фінансування (23,1 % всіх витрат державного сектора), тоді як

решта коштів розподілялося Міністерством охорони здоров'я (7,7 %) та іншими центральними урядовими органами (Міністерством аграрної політики та продовольства (7,1 %), Міністерством внутрішніх справ (2,9 %), Міністерством культури (2,4 %), Міністерством доходів та зборів (0,8 %).

Сьогодні, коли прийнят новий закон «про вищу освіту» доцільно відмітити, що українські вузи отримали більшу самостійність у фінансовій, економічній і організаційній сферах діяльності. Так, у ст. 46 прикінцевих та перехідних положень Закону зазначено, що автономія вищого навчального закладу – це його самостійність, незалежність і відповідальність у прийнятті рішень щодо розвитку академічних свобод, організації наукових досліджень, освітнього процесу, внутрішнього управління, економічної та іншої діяльності, самостійного добору і розстановки кадрів в межах, передбачених цим Законом. При цьому права вищого навчального закладу, які визначають зміст його автономії,

визначаються цим Законом і не можуть бути обмежені іншими законами та нормативно-правовими актами.

Відповідно до нового Закону «Про вищу освіту», вузи повинні почати самостійно відкривати рахунки в банках і розпоряджатися своїми коштами. В усьому світі є вимога, якої дотримуються кращі ВНЗ, і поки

що не дотримуються українські, - це фінансова прозорість. Університети ось уже рік як повинні оприлюднити на своїх сайтах всі фінансові документи, і зробили це тільки 10 з 96 вузів зі статусом національного (табл. 7-8) [7].

Таблиця 7 – Фінансова прозорість українських ВНЗ

№	Назва ВНЗ	%
1	Львівська національна музична академія ім. М. В. Лисенка	28
2	Південноукраїнський національний педагогічний університет ім. К. Д. Ушинського	28
3	Тернопільський національний технічний університет ім. І. Пулюя	25,5
4	Харківський національний економічний університет	25,5
5	Криворізький національний університет	24
6	Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»	24
7	Київський національний університет театру, кіно і телебачення ім. І. К. Карпенка-Карого	22,5
8	Ужгородський національний університет	22,5
9	Одеський національний університет ім. І. І. Мечникова	22,5
10	Харківський національний університет ім. В. Н. Каразіна	22

Таблиця 8 – Види інформації українських ВНЗ

Вид інформації	Публікують, %	Не публікують, %
Фінансові документи	10	90
Вартість навчання	97	3
Вартість навчання для іноземців	28	72
Додаткові послуги	7	93
Кількість студентів та викладачів	24	76

Висновки та перспективи подальших досліджень. В сучасних умовах, коли Україна, як і більшість країн світу, визнала пріоритетом формування нового постіндустріального типу суспільства, характерною рисою якого є створення нової моделі економіки – економіки знань, освіта та наука стають факторами економічного зростання та сталого розвитку держави. За даними експертів Світового банку однією з чотирьох основних умов формування економіки знань є освіта та навчання, які характеризують наявність освіченого та професійно підготовленого населення, здатного до продукування, розподілу та використання знань. Для вирішення завдань, які сьогодні ставлять перед системою вищої освіти, потребується суттєве зростання обсягу фінансування освіти та науки як з боку держави, спонсорів, так і самих ВНЗ. Це дозволить забезпечити динамічний розвиток освітньої-наукової галузі, сприятиме посиленню ринкових позицій державних ВНЗ, зростанню їх конкурентоспроможності, зростанню наукових досліджень, оскільки лише за наявності надійних та стабільних джерел фінансування освіта та наука виконуватимуть свою місію щодо розвитку людського потенціалу країни.

Список літератури: 1. Стратегія реформування вищої освіти в Україні до 2020 року (проект) // [Електронний ресурс] / Режим

доступу : <http://www.tnpu.edu.ua/EKTS/strate2014.pdf>. 2. Закон України «Про освіту». 3. Робак О.М. Механізми розподілу бюджетних коштів галузі освіти і науки / III Міжнародна науково – практична конференція «Управління в освіті». – Львів, 2007. – С. 71. 4. В. Г. Воронкова. Управління людськими ресурсами: філософські засади. Навчальний посібник. – К.: ВД «Професіонал», 2006. — 576с. 5. Бюджетний кодекс України. - К., Видавничий дім., 2010. 6. Ю. Ю. Хайнацька, Т. А. Гордєва. Аналіз фінансування видатків на освіту в Україні // Десята Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Сучасний соціокультурний простір 2013» // [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://intkonf.org>. 7. Чому українські ВНЗ – жебраки // [Електронний ресурс] / Режим доступу <http://argumentua.com/stati/pochemu-ukrainskie-vuzy-nishchie>.

Bibliography (transliterated): 1. *Stratehiya reformuvannya vyshchoyi osvity v Ukraini do 2020 roku (proekt)* // [Elektronnyy resurs] / Rezhym dostupu : <http://www.tnpu.edu.ua/EKTS/strate2014.pdf>. 2. *Zakon Ukrainy «Pro osvitu»*. 3. *Robak O.M. Mekhanizmy rozpodilu byudzhetykh koshtiv haluzi osvity i nauky / III Mizhnarodna naukovo – praktychna konferentsiya «Upravlinnya v osviti»*. – L'viv, 2007. – P. 71. 4. *V. H. Voronkova. Upravlinnya lyudskymy resursamy: filosofski zasady. Navchal'nyy posibnyk*. – K.: VD «Profesional», 2006. — 576p. 5. *Byudzhetyy kodeks Ukrainy*. - K., Vydavnychyy dim., 2010. 6. *Yu. Yu. Khaynats'ka, T. A. Hordyeyeva. Analiz finansuvannya vydatkiv na osvitu v Ukraini* // Desyata Mizhnarodna naukovo-praktychna internet-konferentsiya «Suchasnyy sotsiokul'turnyy prostir 2013» // [Elektronnyy resurs] / Rezhym dostupu : <http://intkonf.org>. 7. *Chomu ukraiyins'ki VNZ – zhebraky* // [Elektronnyy resurs] / Rezhym dostupu <http://argumentua.com/stati/pochemu-ukrainskie-vuzy-nishchie>.

Надійшла (received) 26.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Наталія Віталіївна Гуріненко – асистент кафедри Менеджменту ЗЕД та фінансів Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», тел.: 067-953-10-10, e-mail: gurinenko_nv@ukr.net

Natalia Gurinenko – Research Assistant at the Department of Management and Finance FEA National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute», tel: 067-953-10-10, e-mail: gurinenko_nv@ukr.net

Анастасія Миколаївна Герасіменко – студент кафедри Менеджменту ЗЕД та фінансів Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», тел.: 063-995-41-96, e-mail: asya_94@inbox.ru

Anastasia Gerasimenko – student at the Department of Management and Finance FEA National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute», tel: 063-995-41-96, e-mail: asya_94@inbox.ru

Т. В. ДАНЬКО, О. С. ЛАПІЙ

ІНТЕРНАЦІОНАЛІЗАЦІЯ КОМПАНІЙ ШЛЯХОМ ІНТЕГРАЦІЇ У СВІТОВІ ЕКОНОМІЧНІ КЛАСТЕРИ

Розглянуто основні теоретичні положення інтернаціоналізації компаній в умовах сучасної глобальної економіки. Виявлено два основні підходи до процесу інтернаціоналізації – етапний та мережевий. Досліджено роль мережі зв'язків компаній у процесі їх інтернаціоналізації. Розглянуто явище кластерів як прояву мереж зв'язків компаній. Проаналізовано поняття кластерів та їхню роль у процесі інтернаціоналізації фірм. Зроблено висновки про роль стратегії інтернаціоналізації всередині мережі або кластера та роль менеджменту кластера в інтернаціоналізації компаній-членів цього кластера.

Ключові слова: інтернаціоналізація, етапний підхід, мережевий підхід, мережа зв'язків, кластер, стратегія інтернаціоналізації.

Вступ. Закономірним етапом розвитку багатьох компаній є інтернаціоналізація їхньої господарської діяльності та вихід на зовнішні ринки. Одним з факторів, що має великий вплив на процеси інтернаціоналізації підприємств та в умовах сучасної глобальної економіки набуває все більшої важливості, є інтеграція таких підприємств у світові кластери. Цей процес спрямований на зміцнення зв'язків між компаніями, державними інститутами, а також світовим ринком, і, як наслідок, полегшує процеси інтернаціоналізації фірм та дозволяє їм забезпечити власну міжнародну конкурентоспроможність.

Аналіз основних досягнень і літератури. В зарубіжній науковій літературі питання інтернаціоналізації підприємств досліджуються, починаючи з 60-х років минулого століття. Фундаментальні основи вивчення окремих проблем інтернаціоналізації закладені в працях Л. Берековена, С. Хаймера, Р. Вернона, Я. Йохансона, В. Бормана, О. Андерсена, Б. Кумара, Г. Йіпа, К. Коїма, К. Ліуто, Д. Смолбона, Р. Коазе, М. Касона та інших дослідників. У вітчизняній науковій літературі проблема інтернаціоналізації діяльності підприємств ще досі мало досліджена. Окремі її аспекти представлені в публікаціях П. Ільчука, Д. Івановича, О. Ткача, І. Крапивного, О. Савельєва, О. Кузьміна, Ю. Макогона, Ю. Орловської, Г. Дугінця, Р. Алієва, І. Бланка, Б. Буркінського, М. Долішнього.

Мета дослідження. Метою даного дослідження є визначення ролі кластерів в інтернаціоналізації компаній-учасниць цих кластерів.

Постановка проблеми. Недостатня вивченість процесів інтернаціоналізації кластерів і, як наслідок, їх учасників, а також недооцінка важливості цих процесів в умовах сучасної глобальної економіки слугують в якості основної проблеми дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «інтернаціоналізація» став набувати популярності, починаючи з 1920-х років, коли інтернаціоналізація почала витіснити імперіалізм як домінуючий організаційний принцип при розгляді транскордонної взаємодії між ринковими економіками. Процес економічної інтернаціоналізації прискорився після Другої світової війни, але по-справжньому динамічно це поняття розвивалося останні три десятиліття [1].

В даний час серед науковців немає єдиної точки зору щодо трактування поняття «інтернаціоналізація».

Йохансоні Вальн, визначали інтернаціоналізацію як процес, в якому фірми поступово збільшували свою міжнародну участь. Вони стверджували, що інтернаціоналізація є продуктом серії зростаючих рішень [2]. Уелч та Люстарінен [3] розглядали інтернаціоналізацію як динамічну концепцію: процес розширення участі компаній в міжнародних операціях, в той час як Райд [4] визначає її як міру відмінностей між іноземними ринками та внутрішнім ринковим простором за економічними, культурними, політичними й стратегічними факторами. Бімш надає інше комплексне визначення: «...процес, за допомогою якого фірми розширюють свою обізнаність про прямий та непрямий вплив міжнародних угод на своє майбутнє та укладають угоди й здійснюють операції з іншими країнами» [5, 6]. Андерсен [7] вважав, що інтернаціоналізація – це процес адаптації операцій фірми до міжнародних ринків. Це визначення включає в себе як стратегію виходу на ринок, так і вибір самого ринку.

Ю.А. Чернецький під інтернаціоналізацією розуміє «...процес збільшення масштабу міжнародних відносин і зростання їхньої ролі в поточному стані економіки та розв'язання проблем розвитку окремих країн, регіонів і світу в цілому» [8]. У цей же час О.Ю. Гохберх стверджував, що «інтернаціоналізація – це тенденція інтенсивного розвитку зовнішніх зв'язків і взаємодій» [9]. Л.К. Безчасному належить таке визначення цього поняття: «Інтернаціоналізація – це процес еволюції міжнародних економічних зв'язків на базі міжнародного поділу праці, що виявляється у розвитку міжнародної торгівлі та формуванні міжнародної власності, як основи переходу до вищого рівня економічної взаємодії держав» [10]. На думку О.В. Ткача та І.В. Крапивного, інтернаціоналізація передбачає «вихід чогось суто внутрішнього за первинні межі або об'єднання дій декількох суб'єктів світової економіки й політики довкола загальних для них завдань, цілей, видів діяльності» [11, 12].

Пропонується таке визначення поняття «інтернаціоналізація»: це процес розширення діяльності фірми за межі внутрішнього ринку та збільшення її міжнародної присутності.

В існуючій літературі пропонується два основні

підходи до інтернаціоналізації компаній – етапний та мережевий.

Етапний підхід вважає інтернаціоналізацію лінійним та послідовним процесом, що складається з окремих етапів [13]. Одним з основних обмежень моделі етапного підходу і ключовим місцем її критики є припущення, що етапи прогресують в контрольованій та передбачуваній манері, тим самим обмежуючи або навіть ліквідуючи необхідність прийняття стратегічних рішень компанією.

Мережева модель дозволяє компаніям отримати доступ до емпіричних знань інших фірм без необхідності отримувати ці знання на власному досвіді. Підприємство дізнається про можливості, потреби та стратегії свого партнера, а також про бізнес-умови та мережі. [14]. Мережі зв'язків є життєво важливими для відкриття можливостей, випробовування ідей та отримання ресурсів для інтернаціоналізації [15]. Мережі часто мають вирішальне значення для забезпечення підприємства інформацією, яка сприяє зниженню ризику та невизначеності, притаманної міжнародним операціям, сприяють набуттю нових знань та розвитку додаткових ресурсів [16, 17].

Компанії вважають доступ до мереж у відповідній цільовій області важливим фактором для успішної інтернаціоналізації [18]. Одним з найпопулярніших типів мережі є економічний кластер, який був визначений Портером, як «географічна концентрація взаємопов'язаних компаній, постачальників, постачальників послуг, фірм у відповідних галузях, і пов'язаних з ними установ (наприклад, університетів, агентств із стандартизації та торгової асоціації) в конкретних областях, які конкурують, але в той же час і взаємодіють» [19].

Існує також багато інших визначень поняття «кластер». Так, Розенфельд [20] визначив кластери як «концентрацію фірм, які зможуть виробляти синергію завдяки їхній географічній близькості та взаємозалежності», у той час як Роланд і ден Гертог [21] характеризували процес кластеризації як мережі сильно взаємозалежних фірм, пов'язаних одна з одною у виробничому ланцюгу доданої вартості. Свон [22] визначав кластери, в географічному і технологічному сенсі, як велику групу компаній в суміжних галузях, розташовану в визначеному місці. Враховуючи всі попередні визначення Фезер [23] сказав, що «економічні кластери – це не тільки галузі, що є пов'язаними між собою та підтримують одна одну, це, швидше, інститути, які тісно пов'язані та співпрацюють один з одним, які є більш конкурентоспроможними всилу своїх відносин».

Інтернаціоналізація компаній часто використовує ефекти кластера, тобто існування подібних гравців. У цьому зв'язку додатковою перевагою кластера є той факт, що окрім взаємодії та співробітництва безпосередньо тих компаній, що входять до складу цього кластера, університети та науково-дослідні інститути також відіграють важливу роль, часто встановлюючи зв'язки з партнерами з нових ринків та

ринків, що розвиваються досить рано й компанії можуть скористатися досвідом та практиками, наявними в рамках кластера.

За останні два десятиліття кластери отримали одне з центральних місць у дослідженнях інноваційних процесів на підприємствах, а також процесів інтернаціоналізації підприємств. Найбільш важливими характеристиками кластерів вважають географічну і галузеву концентрацію, співпрацю та конкуренцію (так звана «coopetition»), спеціалізацію в певних видах господарської діяльності, наявність відносин між учасниками кластера та формальну взаємозалежність [24].

Вплив кластера на поведінку інтернаціоналізації фірм-членів цього кластера пов'язано з тим, що в сучасній економіці, кластерні ініціативи самі укладають відносини із зарубіжними партнерами.

Можна виділити 2 основних напрямки [25], за якими кластери можуть відігравати важливу роль у процесі інтернаціоналізації фірми:

1) вихід на світовий ринок шляхом інтернаціоналізації існуючого кластера, до якого вже належить підприємство;

2) інтернаціоналізація підприємства шляхом безпосереднього його входження до існуючого зарубіжного кластера.

Оскільки в Україні кластери фактично відсутні і вони як явище є досі невивченими, було досліджено основні аспекти європейського досвіду стосовно інтернаціоналізації компаній через кластери та інтернаціоналізацію самих кластерів. Це дослідження ґрунтується на опитуванні, проведеному науковцями берлінського інституту інновацій та технологій у 2010 році [26].

В даному опитуванні взяли участь менеджери 122 мережі та кластери з одинадцяти різних європейських країн. Зі 122 мереж і кластерів, що взяли участь в опитуванні, 110 вказали, що вони мали міжнародну орієнтацію та досвід міжнародного співробітництва. Таким чином, ці 110 мереж та кластерів були досліджені більш детально.

Учасниками опитування були в основному технологічно-орієнтовані регіональні мережі та кластери, що охоплюють виробничі компанії будь-якого розміру, науково-дослідні інститути (включаючи університети), основні та додаткові навчальні заклади та інших постачальників послуг.

В результаті проведеного дослідження було встановлено, що мережі і кластери, де менеджмент вважає себе відповідальним за інтернаціоналізацію, у більшості своїй мають сформульовану стратегію інтернаціоналізації, тоді як у мережах і кластерах, де компанії самостійно несуть відповідальність за інтернаціоналізацію, цей показник втричі менший. Це слід розглядати в контексті того, що менеджмент мереж і кластерів у багатьох випадках намагається визначити спільну стратегію інтернаціоналізації учасників мереж / кластерів, якщо вони взяли на себе відповідальність. Той факт, що саме ті мережі і кластери мають стратегію інтернаціоналізації, де відповідальність, насамперед, лежить на менеджменті

цієї мережі або кластера (більш ніж у 90% усіх випадків існують, принаймні, основні елементи стратегії), пояснюється здебільшого тим, що в основному менеджмент вважає своїм завданням сформулювати відповідну стратегію спільно з відповідними учасниками. Було встановлено, що наявність стратегії інтернаціоналізації є одним з ключових факторів успіху компаній в міжнародному контексті. Результати дослідження показують, що частка мереж і кластерів із стратегією інтернаціоналізації, які почали успішне співробітництво в Європі в тій же технологічній області за останні три роки помітно зросла (близько 80%), ніж частка тих, що не сформулювали та не реалізували стратегію інтернаціоналізації (близько 55%). Крім того, останні рідше були в змозі здійснити нову співпрацю за межами Європи (в тій же технологічній області), ніж ті мережі та кластери, які визначили та реалізували стратегію інтернаціоналізації.

Інше питання було пов'язане з основними заходами щодо виявлення відповідних мережевих і кластерних партнерів за кордоном, незалежно від того, чи існує конкретна стратегія інтернаціоналізації. Необхідно враховувати, що є багато бар'єрів на шляху до інтернаціоналізації. Однак, професійний менеджмент мережі або кластера здатний систематично знижувати частину бар'єрів на шляху до інтернаціоналізації. Дослідження продемонструвало, що відсутність довіри між потенційними партнерами з різних мереж і кластерів, а також той факт, що ці потенційні партнери, швидше за все, будуть розглядатися як конкуренти, були виділені в якості пріоритетних бар'єрів. Також досить часто в якості бар'єра згадується відсутність можливостей фінансування та нестача кадрових ресурсів. У той же час, стало очевидно, що керівники мереж і кластерів, які знали про наявність цих бар'єрів, були в змозі діяти в якості посередників та координаторів, і це, в свою чергу, дозволяло встановлювати успішні зв'язки та налагоджувати співробітництво.

Таким чином, одним з основних факторів, які визначають успіх інтернаціоналізації всього кластера та його учасників є відповідальність за цей процес, а якщо більш точно, то кому належить ця відповідальність. Менеджмент мереж і кластерів все більше бачить себе в якості ефективного інструменту для сталої інтернаціоналізації своїх компаній-учасниць.

Висновки. На основі узагальнення наявних визначень поняття «інтернаціоналізація» це поняття визначено як процес розширення діяльності фірми за межі внутрішнього ринку та збільшення її міжнародної присутності.

Аналіз теоретичного матеріалу показав, що однією з найбільш важливих концепцій інтернаціоналізації є мережевий підхід. Через мережеву інтернаціоналізацію, компанія може отримати доступ до емпіричних знань інших фірм, без необхідності отримувати ці знання на власному досвіді. Проведені теоретичні дослідження

демонструють, що мережі зв'язків є життєво важливими для відкриття можливостей та отримання ресурсів для інтернаціоналізації. Одним з найпопулярніших типів мережі є кластер. За останні два десятиліття кластери отримали одне з центральних місць у дослідженнях процесів інтернаціоналізації підприємств.

Дослідження продемонструвало, що одним з основних факторів, які визначають успіх інтернаціоналізації кластера та його учасників є факт того, хто несе відповідальність за цей процес. Так, у випадках, де менеджмент мереж і кластерів несе відповідальність за інтернаціоналізацію, спостерігається систематичне зниження частини бар'єрів на шляху до інтернаціоналізації, наявність у них стратегії інтернаціоналізації у майже 90% випадків, у 80% випадків повідомлялося про збільшення числа нових успішних зв'язків для співпраці.

В ході дослідження було також встановлено, що існування та реалізація відповідної стратегії інтернаціоналізації всередині мережі або кластера є ключем до успіху в інтернаціоналізації компаній-членів цієї мережі або кластера. Так, результати зусиль, спрямованих на інтернаціоналізацію, є набагато більш значними, якщо мережа або кластер мали стратегію інтернаціоналізації, ніж у випадках, коли вона була відсутня.

Список літератури: 1. *Gjellerup, P.* (2000), "SME support services in the face of globalisation", concerted action seminar, Opening address, Conference Proceedings, Danish Agency for Trade and Industry, Copenhagen, pp. 16-28. 2. *Johanson, J., and Vahlne, J.-E.* (1977). The Internationalization Process of the Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment, *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32. 3. *Welch, L.S. and R.K. Luostarinen* (1988), "Internationalization: Evolution of a Concept." *Journal of General Management*. 14 (2) 36-64. 4. *Reid, Stan.* 1983. Firm internationalization, transaction costs and strategic choice. *International Marketing Review*, 1(2): 44-56. 5. *Beamish, Paul W.* 1990. The Internationalization process for smaller Ontario firms: a research agenda. In A. Rugman, editor, *Research in global business management*, JAI Press, 1:77-92. 6. *Coviello, Nicole E. and Munro, Hugh J.* (1997), "Network Relationships and the Internationalization Process of Small Software Firms", *International Business Review*, 6 (4), 361-386. 7. *Andersen, O.* 1993 "On the internationalization process of firms: A critical analysis", *Journal of International Business Studies*, vol. 24, no. 2, p. 209. 8. *Чернецкий Ю. А.* Интернационализация социосферы и современная глобализация общественной жизни: проблема соотношения понятий и процессов / Ю. А. Чернецкий // *Методология, теория та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства*. – 2008. – № 14. – С. 28-32. 9. *Гохберх О. Ю.* Интернационализация рекламной индустрии Украины: теоретичні основи дослідження, тенденції та проблеми / О. Ю. Гохберх // *Культура народів Причорномор'я. Проблемы материальной культуры – Экономические науки*. – 2011. – № 216. – С. 35-39. 10. *Безчасний Л. К.* Тенденції на світовому ринку капіталів та їх вплив на інвестиційну діяльність в Україні / Л. К. Безчасний, С. В. Онишко // *Економіка України*. – 2001. – № 3. – С. 4-12. 11. *Крапивний І. В.* Глобалізація: сутність, чинники та етапи розвитку / І. В. Крапивний // *Вісник СумДУ. Серія Економіка*. – 2008. – № 1. – С. 129-137. 12. *Ткач О. В.* Методологічний зміст понять інтернаціоналізація, інтеграція й глобалізація в сучасній науці / О. В. Ткач // *Економічний аналіз*. – 2009. – № 4. – С. 65-68. 13. *Johannisson, B.* 1987. Beyond processes and structure: Social exchange networks. *International Studies of Management and Organization XVII* 1:3-23. 14. *Johanson and J.-E. Vahlne*, "The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of origin to liability of outsidership," *Journal of International Business Studies*, vol. 40, pp. 1411-1431, 2009. 15. *Aldrich, H. and Zimmer, C.* 1986.

Entrepreneurship through social networks. In D. L. Sexton and R. W. Smiler, eds., *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger, p.3-23. **16. Nerkar, A., & Paruchuri, S.** (2005). Evolution of R&D capabilities: The role of knowledge network within a firm. *Management Science*, 51(5): 771-786. **17. Selnes, F., & Sallis, S.** (2003). Promoting relationship learning. *Journal of Marketing*, 67(3): 80-89. **18. Meierzu Köcker, Garnatz, Kergel:** Standund Perspektiven für FuE-Kooperationen innovativer Unternehmen mit der Republik Korea, *Innovationsmanager*, p. 94ff, No. 10 / 2010. **19. M. E. Porter,** *On Competition*, Boston: Harvard Business School Press, 1998, pp. 197. **20. Rosenfield, S. A.** (1997), Bringing business clusters into the mainstream of economic development, *European Planning Studies*, Vol. 5:1-3-23. **21. Roelandt, T. and den Hertog, P.** (1999), Cluster analysis and cluster-based policy making in OECD countries: an introduction to the theme, Chapter One in: *OECD Boosting Innovation: the cluster approach*, (1999), Paris: OECD, 9-23. **22. Swann G. M. P., Prevezer, M. and Stout, D. eds.** (1998), *The dynamics of industrial clustering: International comparisons in computing and biotechnology*, Oxford: Oxford University Press. **23. Feser, E.J.** (1998), Old and new theories of industry clusters. *Clusters and regional specialisation: On geography, technology and networks*, London: Pion Press. **24. A. M. Kowalski and A. Marcinkowski,** "Clusters versus cluster initiatives, with focus on the ICT sector in Poland," *European Planning Studies*, 2012. **25. A. M. Kowalski,** "Europejskie inicjatywy narzecz zwiększania innowacyjności i konkurencyjności podarki poprzez internacjonalizację klastrów," *Studia Europejskie*, vol. 57, no. 1, p. 79-100, 2011. **26. Meierzu Köcker, Müller L., Zombori Z.** (2010), *European Clusters Go International. Networks and clusters as instruments for the initiation of international business cooperation.*

Bibliography (transliterated): **1. Gjellerup, P.** (2000), "SME support services in the face of globalisation", concerted action seminar, Opening address, Conference Proceedings, Danish Agency for Trade and Industry, Copenhagen, pp. 16-28. **2. Johanson, J., and Vahlne, J-E.** (1977). The Internationalization Process of the Firm-A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitment, *Journal of International Business Studies*, 8(1), 23-32. **3. Welch, L.S and R.K. Luostarinen** (1988), "Internationalization: Evolution of a Concept." *Journal of General Management*. 14 (2) 36-64. **4. Reid, Stan.** 1983. Firm internationalization, transaction costs and strategic choice. *International Marketing Review*, 1(2): 44-56. **5. Beamish, Paul W.** 1990. The Internationalization process for smaller Ontario firms: a research agenda. In A. Rugman, editor, *Research in global business management*, JAI Press, 1:77-92. **6. Coviello, Nicole E. and Munro, Hugh J.** (1997), "Network Relationships and the Internationalization Process of Small Software Firms", *International Business Review*, 6 (4), 361-386. **7. Andersen, O.** 1993 "On the internationalization process of firms: A critical analysis", *Journal of International Business Studies*, vol. 24, no. 2, p. 209. **8. Chereckij Ju. A.** Internacjonalizacija sociosferyi sovremennaja globalizacija obshhestvennojzhizni: problema sootnosheniya ponjatij i processov / Metodolohiya, teoriya ta praktyka

sotsiolohichnoho analizusu chasnoho suspil'stva. – 2008. – # 14. 28-32. **9. Hokhberkh O. Yu.** Internatsionalizatsiya reklamnoyi industriyi Ukrainy: teoretychni osnovy doslidzhennya, tendentsiyi ta problemy / O. Yu. Hokhberkh // *Kul'tura narodov Prichernomor'ja. Problemy material'noj kul'tury – Jekonomicheskie nauki.* – 2011. – №216. 35-39. **10. Bezchasnyy L. K.** Tendentsiyi na svitovomu rynku kapitaliv ta yikh vplyvnain vestytsi ynudiyal'nist' v Ukraini / L. Bezchasnyy, S. V. Onyshko // *Ekonomika Ukrainy.* – 2001. – # 3. 4-12. **11. Krapyvnyy I. V.** Hlobalizatsiya: sutnist', chynnyky ta etapy rozvytku / I. V. Krapyvnyy // *Visnyk SumDU. Seriya Ekonomika.* – 2008. – # 1.129-137. **12. Tkach O. V.** Metodolohichnyy zmist ponyat' internatsionalizatsiya, intehtatsiya y hlobalizatsiya v suchasny nauki / O. V. Tkach // *Ekonomichnyy analiz.* – 2009. – # 4. 65-68. **13. Johannisson. B.** 1987. Beyond processes and structure: Social change networks. *International Studies of Management and Organization* XVII 1:3-23. **14. J. Johanson and J.-E. Vahlne,** "The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of origin to liability of outsidership," *Journal of International Business Studies*, vol. 40, pp. 1411-1431, 2009. **15. Aldrich, H. and Zimmer, C.** 1986. Entrepreneurship through social networks. In D. L. Sexton and R. W. Smiler, eds., *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger, pp.3-23. **16. Nerkar, A., & Paruchuri, S.** (2005). Evolution of R&D capabilities: The role of knowledge networks within a firm. *Management Science*, 51(5): 771-786. **17. Selnes, F., & Sallis, S.** (2003). Promoting relationship learning. *Journal of Marketing*, 67(3): 80-89. **18. Meierzu Köcker, Garnatz, Kergel:** Standund Perspektiven für FuE-Kooperationen innovativer Unternehmen mit der Republik Korea, *Innovationsmanager*, p. 94ff, No. 10 / 2010. **19. M. E. Porter,** *On Competition*, Boston: Harvard Business School Press, 1998, p. 197. **20. Rosenfield, S. A.** (1997), Bringing business clusters into the mainstream of economic development, *European Planning Studies*, Vol. 5:1-3-23. **21. Roelandt, T. and den Hertog, P.** (1999), Cluster analysis and cluster-based policy making in OECD countries: an introduction to the theme, Chapter One in: *OECD Boosting Innovation: the cluster approach*, (1999), Paris: OECD, p. 9-23. **22. Swann G. M. P., Prevezer, M. and Stout, D. eds.** (1998), *The dynamics of industrial clustering: International comparisons in computing and biotechnology*, Oxford: Oxford University Press. **23. Feser, E.J.** (1998), Old and new theories of industry clusters. *Clusters and regional specialisation: On geography, technology and networks*, London: Pion Press. **24. A. M. Kowalski and A. Marcinkowski,** "Clusters versus cluster initiatives, with focus on the ICT sector in Poland," *European Planning Studies*, 2012. **25. A. M. Kowalski,** "Europejskie inicjatywy narzecz zwiększania innowacyjności i konkurencyjności gospodarki poprzez internacjonalizację klastrów," *Studia Europejskie*, vol. 57, no. 1, pp. 79-100, 2011. **26. Meierzu Köcker, Müller L., Zombori Z.** (2010), *European Clusters Go International. Networks and clusters as instruments for the initiation of international business cooperation.*

Надійшло (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 «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.

Ланій Ольга Сергіївна – магістрант, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», тел.: (067) 318-24-38; e-mail: olyalap93@gmail.com.

Lapii Olha Serhiivna – master student, National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", tel.: (067) 318-24-38; e-mail: olyalap93@gmail.com.

О. С. ДРУГОВА, Ш. АМАНСЕІДОВ

ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ ТЕОРІЇ КОНКУРЕНЦІЇ

У статті проаналізовані основні поняття теорії конкуренції. Систематизовано взаємозв'язок між дифеніціями конкурентний потенціал, конкурентоспроможність, конкурентні переваги. Згруповано основні ознаки поданих понять. Доведено, що конкурентоспроможність підприємства не є постійною властивістю і може виявлятися тільки порівняно з групою підприємств на певному ринковому сегменті.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентний потенціал, конкурентні переваги, конкурентний статус.

Вступ. Підприємство як виробнича система працює у відповідному зовнішньому оточенні, тому слід обов'язково враховувати ступінь негативного і позитивного впливу цього мікро– і макросередовища. Зовнішнє середовище включає всі сили, організації і фактори, з якими підприємство стикається у своїй безпосередній і стратегічній діяльності. Воно є своєрідним фоном, на якому виявляються можливості, тобто потенціал підприємства. Оскільки підприємство є ресурсоспоживчою системою, де ресурси об'єднуються для одержання продукту, то найближче оточення (мікросередовище) складається зі споживачів, постачальників, конкурентів, фінансових інститутів, трудових ресурсів регіону та ін. Щодо зовнішнього макросередовища, то до нього належать сили, які проявляються час від часу і часто не безпосередньо: політичні, економічні, демографічні, правові, екологічні, науково–технічні і соціальні та інші фактори.

Аналіз стану питання. Питання формування й оцінки конкурентного потенціалу висвітлені у працях провідних учених А. Г. Андрєєва, І. Ансоффа, О. В. Глічова, Е. А. Горбашко, У. Деминга, Д. Джурана, М. Г. Долинської, Ю. Б. Іванова, Н. С. Ілляшенко, І. М. Кирчатої, І. В. Константинова, Н. С. Краснокутської, Н. В. Кузьминчук, Д. С. Львова, О. В. Манойленка, В. А. Міщенко, В. В. Окрепилова, П. А. Орлова, І. П. Отенко, А. Ф. Парфенова, П. Г. Перерви, Л. І. Піддубної, М. Портера, Д. В. Райко, І. М. Репіна, М. Робсона, В. Е. Рохчина, Ю. В. Таранухіна, Р. А. Фатхутдінова, Б. П. Усанова, О. С. Федоніної, І. А. Федоренко, С. Ю. Шевченко, Г. І. Шепеленко, А. І. Яковлева, О. Г. Янкового та ін.

Черговість перелічених факторів і вагомість їхнього впливу залежить від сфери діяльності підприємства, галузевої спрямованості, наявності зовнішньоторговельних операцій і договорів між країнами–партнерами по бізнесу, а також від стану ресурсного забезпечення.

Мета дослідження. Узагальнення теоретичних засад, щодо формування та оцінки конкурентного потенціалу підприємств машинобудування.

Аналіз основних досягнень і літератури. Вплив визначених факторів характеризує умови конкуренції в галузі, які для кожного окремого підприємства можуть мати різний прояв залежно від його конкурентного потенціалу, наявності конкурентних переваг і конкурентоспроможності.

Очевидний взаємозв'язок між цими категоріями потребує проведення аналізу щодо тлумачення та визначення механізму їх взаємозв'язку й взаємозалежності.

Вивчення економічної літератури дозволяє стверджувати, що конкурентоспроможність підприємства – поняття доволі складне та неоднозначне. Вважається, що у найбільш загальному вигляді конкурентоспроможність підприємства може бути визначена як його порівняльна перевага стосовно інших підприємств (фірм) цієї галузі усередині країни або за її межами [1], обумовлена станом його внутрішнього середовища, тобто сукупністю його внутрішніх змінних, котрі визначають процеси його діяльності, а саме: ефективністю діючої стратегії, технічними і технологічними ресурсами, організацією управління, етапом організації маркетингової діяльності, діяльністю в галузі НДР і ДКР, фінансовим становищем, іміджем і організаційною культурою (нематеріальними активами) та іншими факторами.

Основним принципом забезпечення конкурентоспроможності як підприємства, так і економіки країни в цілому, є забезпечення високоефективного використання наявних ресурсів і тих, що можуть бути залучені до виробничого процесу за необхідності. Конкурентоспроможність як економічна категорія означає здатність окремого суб'єкта випереджати свого конкурента в досягненні поставлених цілей на конкурентному ринку.

Міжнародна організація «Європейський форум із проблем управління» поняття конкурентоспроможності підприємств визначає як «реальну й потенційну можливість фірм в існуючих умовах проектувати, виготовляти й збувати товари, які за ціновими і неціновими характеристиками більш привабливі для споживачів, ніж товари їхніх конкурентів» [2].

З точки зору можливостей ефективної господарської діяльності і її практичної прибуткової реалізації в умовах конкурентного ринку визначають конкурентоспроможність В. Н. Гавва і, Е. А. Божко [3], і Н. І. Перцовський [4]. Ця реалізація забезпечується всім комплексом наявних у підприємства ресурсів і засобів. Виробництво й реалізація конкурентоспроможних товарів і послуг розглядаються авторами [5; 6; 7; 8; 9] як узагальнюючий показник життєстійкості підприємства, його вміння ефективно

використовувати свій фінансовий, виробничий, науково-технічний і трудовий потенціал. За такого підходу, на нашу думку, втрачається основна властивість конкурентоспроможності – її порівняльний, відносний характер. Ефективна діяльність не обов'язково є конкурентоспроможною, оскільки всі учасники ринкового сегмента теоретично можуть бути ефективними.

Більш чіткої позиції дотримується П. Р. Діксон, який відзначає, що «конкурентоспроможність показує, наскільки продуктивна й ефективна фірма стосовно конкурентів, посередників і в обслуговуванні замовлень. Продуктивність пов'язана з якістю виробів, що випускаються, часткою ринку та прибутковістю; ефективність – зі швидкістю відповідної реакції й економією витрат. І ефективність, і продуктивність в остаточному підсумку залежать від конкурентної раціональності фірми, тобто сили її суперницького духу й уміння приймати рішення» [10].

За думкою А. Градова, В. Єрмолова, Ю. Іванова, А. Воронова, Т. Теплинського, В. Комісаренка, В. Коршунова, І. Отенка, М. Портера, В. Стівенсона, О. Тищенко, Р. Фатхутдінова «конкурентоспроможність виробника (фірми, галузі) можна визначити як відносну характеристику, що відбиває відмінності процесу розвитку цього виробника від виробника-конкурента як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності» [11, с. 33]. У цьому випадку основний зміст поняття «конкурентоспроможність виробника» полягає в тому, що воно характеризує можливості та динаміку пристосування виробника до мінливих умов конкуренції на ринку.

Найбільш поширеним у науковій літературі є розуміння конкурентоспроможності як здатності конкурувати, протистояти на ринку або випускати конкурентоспроможну продукцію. Так, укладачі словника з маркетингу на чолі з Т. Л. Азовим наводять визначення конкурентоспроможності як здатності підприємства конкурувати на ринках з виробниками й продавцями аналогічних товарів за допомогою забезпечення більш високої якості, доступних цін, створення зручності для покупців, споживачів [12]. Г. Я. Кіперман дотримується аналогічної думки і зазначає, що це здатність протистояти на ринку іншим виготовлювачам і постачальникам аналогічної продукції (конкурентам) як за ступенем задоволення своїми товарами або послугами конкретної суспільної потреби, так і за ефективністю виробничої діяльності [13].

Розуміння конкурентоспроможності підприємства через конкурентоспроможність його продукції набуло розвитку в працях Р. А. Фатхутдінова, В. Е. Хруцького і І. В. Корнеєва [14; 15]. З нашої точки зору, такий підхід дещо звужує визначення конкурентоспроможності підприємства. Випускаючи конкурентоспроможну продукцію за відсутності фінансових або збутових компетенцій належної якості, підприємство може функціонувати в

зоні високого фінансового ризику, не використовувати всі можливі канали збуту продукції і тим самим обмежувати власний ринковий потенціал тощо.

У роботі [16] відзначається, що конкурентоспроможність є перевагою фірми стосовно інших фірм цієї галузі усередині країни й за її межами. Але ж якщо конкурентоспроможність за обсягом поняття дорівнює перевазі, то вона завжди може бути високою, адже наявність переваг, безумовно, пов'язана із позитивним станом підприємства. Разом із тим, досвід господарювання свідчить, що конкурентоспроможність є відносною характеристикою і може бути як високою, так і низькою, або взагалі відсутньою.

Отже, слід зазначити, що конкурентоспроможність підприємства не є постійною властивістю і може виявлятися тільки порівняно з групою підприємств на певному ринковому сегменті. Як поняття відносне конкурентоспроможність може мати місце в межах галузевої групи або країни і бути відсутньою у рамках світового ринку або його сегмента [17]. Крім того, конкурентоспроможність може бути оцінена тільки в межах групи тих підприємств, що випускають однакову продукцію.

Враховуючи існуючі підходи до визначення конкурентоспроможності, на нашу думку, її визначальною рисою на рівні підприємства має бути спроможність (властивість, здатність) функціонувати, виживати та вигравати в конкурентній боротьбі. З таких позицій конкурентоспроможність утворює верхню межу прояву конкурентного потенціалу підприємства.

Аналізуючи різні підходи до пояснення природи конкурентоспроможності підприємства, що подані у різних джерелах літератури, можна дійти висновку, що основу її забезпечення становлять конкурентні переваги як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках.

Основні положення теорії порівняльних переваг були сформульовані Д. Рікардо ще у першій половині XIX ст. [18]. В основі його теорії є думка про те, що перевага при обміні одержують ті країни, що виготовляють продукцію з меншими втратами. Завдяки цьому вони виграють на світовому ринку, що врешті-решт і приводить до спеціалізації країн на виробництві тих товарів, які мають відносно більш низькі витрати порівнянно з іншими країнами.

Нові тенденції в розвитку світової торгівлі в другій половині XX ст. спонукали до перегляду таких поглядів. Найбільш значим був внесок М. Портера професора Гарвардської школи бізнесу, який розробив теорію конкурентних переваг. М. Портер [19, 20] докладно проаналізував різні підходи до пояснення причин конкурентоспроможності окремих фірм і національної економіки країни. На основі результатів такого дослідження вчений показав, що конкурентна перевага багато в чому залежить від факторів, які мають місце в країні. Аналізуючи такі фактори, як наявність трудових і природних ресурсів, протекціонізм, організацію управління та ін.,

М. Портер довів, що їх відокремлений розгляд не дозволяє однозначно відповісти на запитання про те, що саме визначає успіх або невдачу фірми щодо конкуренції. Отже, конкурентні переваги є концентрованим проявом переваги над конкурентами в економічній, технічній, організаційній сферах діяльності підприємства, які дозволяють отримати кращі кількісні результати (додатковий прибуток, більш висока рентабельність, ринкова частка, обсяг продаж).

Конкурентні переваги здебільшого у працях сучасних науковців розглядаються з точки зору наявності й ефективності використання ресурсів, що перебувають у розпорядженні підприємства [21, 22]. Але наявність ресурсів визначає, з нашої точки зору, не перевагу, а лише потенціал, який за умов його більш ефективного, порівняно з конкурентами, використання перетвориться на конкурентну перевагу.

На відміну від потенціалу підприємства, який може бути наявний, але не реалізований, конкурентна перевага – це виявлений, ідентифікований факт, що фіксується в цілком реальних і очевидних перевагах для покупців. Саме тому в практиці бізнесу вважається, що конкурентні переваги є основною метою й результатом господарської діяльності [23, 24, 25].

У продовження такого підходу слід зазначити, що конкурентні переваги часто ототожнюються з можливостями фірми більш ефективно розпоряджатися наявними ресурсами, що більшою мірою визначається її конкурентоспроможністю. Така аналогія має вагомий підстави, тому що зміст конкурентоспроможності трактується як здатність випереджати суперників у досягненні поставлених економічних цілей. Разом з тим, між цими поняттями є причинно–наслідкове розходження, як показало дослідження, проведене вище.

Як конкурентоспроможність підприємства іноді ототожнюється із конкурентоспроможністю його продукції, існують визначення, коли поняття конкурентної переваги підприємства розглядається через ті характеристики й властивості товару, які створюють для підприємства певну перевагу над своїми прямими конкурентами [25, 27, 28, 29]. Але ж переваги, отримані за рахунок, наприклад, виробництва більш якісних товарів зовсім не означають, що підприємство не може мати переваги в способах постачання, збуті продукції тощо. Отже, таке визначення є лише частковим випадком існування конкурентної переваги, яке не розкриває її повний зміст.

Безперечним для визначення сутності конкурентних переваг є їх зв'язок із перевагами взагалі, тобто якість, властивостями, що вигідно відрізняють один об'єкт від інших (аналогічних). Крім того, оскільки такі властивості мають відрізнятися від інших, то характерною рисою конкурентних переваг є також їх порівняльний характер. З урахуванням зазначеного, конкурентні переваги в цій роботі будемо розуміти як наявні унікальні властивості підприємства, що відрізняють його від інших

підприємств–конкурентів на обраному ринковому сегменті.

У межах блоку, що включає ознаки конкурентних переваг за формою й характером прояву, першою нами розглянута ознака, що відображає час їхньої реалізації (термін дії). Розглядаючи його, ми дотримувалися точки зору Б. Карлофа [30], який підрозділяє переваги на тактичні і стратегічні.

Тактичні конкурентні переваги є чітко визначеною властивістю, за якою підприємство перевершує або буде перевершувати конкурентів у найближчий період часу. Відповідно, стратегічна конкурентна перевага така ж виявлена унікальна властивість, але відносно стійка протягом тривалого часу. Стратегічні переваги, як правило, викликають широку та постійну увагу з боку зовнішнього оточення підприємства. Крім того, стратегічна перевага повинна бути такою, щоб її можна було використовувати як можна довше.

У зв'язку з постійною зміною кон'юнктури ринку, змінами факторів, що впливають на діяльність підприємства, конкурентні переваги, як і будь–які інші явища, не можуть існувати вічно, кожна з них переживає свій життєвий цикл. Через те що всі зміни не можуть відбуватися одночасно, життєві цикли конкурентних переваг у різних підприємств і в різні моменти часу різні, виходить, всі конкурентні переваги відрізняються за стадіями життєвого циклу, які утворюють другу ознаку класифікації конкуренції переваг.

А. П. Градов [31] пропонує концепцію життєвого циклу конкурентної переваги, що включає стадії зародження, прискорення зростання, уповільнення зростання, зрілості та спаду (занепаду). Відповідно до його концепції, на етапі зародження конкурентних переваг починається формування стратегічного потенціалу підприємства.

На думку М. Портера стабільність конкурентної переваги досягається, коли вона протистоїть виснаженню через поведінку конкурентів, для чого необхідно звертати увагу на організаційні здатності й ресурси, що є в основі конкурентних переваг у певній сфері економічної діяльності, і які повинні протистояти копіюванню іншими підприємствами.

На думку деяких закордонних вчених [32, 33, 34, 35], конкурентна перевага вважається стійкою, якщо конкурентам необхідно витратити значну кількість ресурсів і набути нових компетенцій, щоб її отримати. Стійку конкурентну перевагу вони описують у термінах володіння деякими вхідними бар'єрами (у тому чи іншому вигляді), які перешкоджають появі (входу) інших конкурентів на певний привабливий сегмент ринку. Вхідні бар'єри можуть набувати різних форм, але спільним для них буде те, що вони потребують первісних інвестицій і витрат на підтримку. До того ж вони мають обмежений життєвий цикл. Зворотним випадком утримання конкурентної переваги можуть бути проблеми вихідних бар'єрів, що не дозволяють існуючим конкурентам залишати займані ними

низькоприбуткові, непривабливі ринкові ніші.

Стійкою конкурентною перевагою прийнято називати перевагу високого порядку, що досягається дуже повільно за рахунок значних зусиль і потребує великих витрат на її підтримку [36,37,38,39]. До таких переваг відносять унікальну продукцію, унікальну технологію, команду висококваліфікованих фахівців, високу репутацію підприємства (яку отримати найбільш складно).

Формування стійких конкурентних переваг у сучасному висококонкурентному середовищі пов'язано зі значними труднощами, тому що для цього потрібно вивчити всі фактори, що впливають на створення підприємством його відмінних властивостей з урахуванням усіх можливих змін середовища функціонування.

У зв'язку з тим, що підприємства можуть займатися не одним, а декількома видами діяльності одночасно, їх конкурентні переваги можна класифікувати за сферами прояву. Так, на думку науковців А. А. Томпсона – мол., А. Дж. Стрикленда III, конкурентні переваги можуть проявлятися в технологіях, у виробництві, у збуті, у маркетингу, у професійній підготовці, у якісному менеджменті [62], тобто сфера прояву конкурентних переваг на кожному підприємстві окремо буде залежати від здійснюваного ним виду діяльності.

Поряд із виділеними ознаками, конкурентні переваги можна поділити за ознакою імітації й за рівнем ієрархії. За ознакою імітації конкурентні переваги бувають унікальні й імітовані. Унікальні переваги розуміють як переваги, імітація й відтворення яких неможливі, а імітовані – як ті, що можуть бути скопійовані іншими господарюючими суб'єктами.

За рівнем ієрархії конкурентні переваги поділяються на товарний рівень, організаційний, галузевий (регіональний) і на рівень країни (економіки). Р. А. Фатхутдінов ці групи доповнює робочим місцем і світовим співтовариством, крім товарного рівня [40]. На нашу думку, конкурентна перевага на рівні робочого місця може розглядатися як частина організаційного рівня, а світове співтовариство є складовою рівня економіки, тому виділення цієї ознаки вважаємо дискусійним. Таким чином, пропонуємо розглядати конкурентні переваги підприємства на товарному рівні, на рівні виду діяльності підприємства (якщо воно діє на декількох ринкових сегментах), на рівні порівняння з іншими суб'єктами.

Відповідно до методів одержання конкурентні переваги підприємства можуть бути спадкоємні й придбані [41]. Спадкоємні розуміють як переваги, закладені при створенні підприємства, вони переходять рік у рік і сприяють успіху підприємства в конкурентній боротьбі протягом тривалого періоду часу, а придбані – як ті переваги, що суб'єкт одержує в процесі свого функціонування.

Необхідно виділити й таку класифікаційну ознаку конкурентних переваг, як вид одержуваного кінцевого результату. Така позиція пояснюється тим,

що дія конкурентних переваг спрямована на досягнення певних результатів, найважливішим з яких є завоювання ринкової частки та зміцнення конкурентних позицій підприємства. Ми підтримуємо в цьому питанні точку зору Р. А. Фатхутдінова щодо необхідності визначення чотирьох можливих видів результату – науково-технічного, економічного, соціального та екологічного [40]. Науково-технічний результат визначає освоєння нових технологій і збільшення прогресивних технологічних процесів; економічний – забезпечує приріст обсягів продажів, прибутку, підвищення продуктивності праці, зростання ділової активності; соціальний результат пов'язаний з підвищенням безпеки праці, поліпшенням умов праці та відпочинку, підвищенням рівня освіченості працівників, відповідно екологічний – з поліпшенням екологічності товарів, що випускаються, зменшенням відходів виробництва, зменшенням викидів в атмосферу, ґрунт, воду шкідливих компонентів.

Ураховуючи визначені зв'язки між конкурентоспроможністю, конкурентними перевагами та конкурентним потенціалом, варто звернути увагу на те, що всі ці поняття можуть використовуватись як на рівні окремих підприємств, так і на рівні економіки в цілому. В. А. Павлова зазначає, що при системному вивченні цих понять виділяють ієрархічну структуру, що послідовно включає оцінку товару, підприємства, галузі, економіки з погляду їхньої переваги над аналогічними конкуруючими об'єктами [44].

Таким чином, можна зробити висновок, що поняття конкурентний потенціал, конкурентоспроможність, конкурентні переваги тісно пов'язані між собою і доповнюють одне одного структурними елементами. Проведене дослідження показало, що конкурентоспроможність є результатом, що «фіксує наявність конкурентних переваг» [44]. Їх формування можливе лише за наявності конкурентного потенціалу, який забезпечує підґрунтя для створення відмінних особливостей підприємства, а також забезпечення конкурентоспроможності на їх основі.

Висновки. Отже, конкурентний потенціал є однією з базових категорій, а наведений механізм зв'язку основних категорій теорії конкуренції свідчить про важливість урахування їх взаємовпливу під час оцінки й обґрунтування стратегії підприємства в кожному окремому випадку. Тому важливим подальшого дослідження є виявлення, систематизація та аналіз усіх елементів, що входять до складу конкурентного потенціалу підприємств машинобудування; розробка методики визначення кількісних характеристик, впливу цих елементів один на одного та формування на цій основі методичної бази управління конкурентним потенціалом.

Список літератури: 1. Экономическая стратегия фирмы : учеб. пособ./под ред. А.П. Градова. – 3-е изд., испр. - СПб. : Спец-Лит, 2000. – 589с. 2. Філіпенко А. С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність / А.С. Філіпенко. – К. : Вид-во «Знання», 2007. –С. 670 3. Гавва В. Н. Потенціал підприємства: формування та оцінювання : навч. посіб. / В.Н. Гавва, Е.А. Бонско. – К.: Центр навч. літ-ри, 2004. –224с. 4. Перцовский Н. И.

Международный маркетинг / Н.И. Перцовский, И.А. Спиридонов, С.В. Барсукова – М. : Высшая школа, 2001. – 239с. **5.** Конкурентоспособность: проблемы науки и практики / П.Ю. Бельный, В.С. Пономаренко, О.С. Кузьмин та ін. – Х. : Вид-во ХДЕУ, 2006. – С. 247. **6.** Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: монография / Л. В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецк : ДонГУЭТ, 2004. – 147 с. **7.** Иванов Ю.Б. Конкурентоспособность предприятия в условиях формирования рыночных отношений / Ю.Б. Иванов. – Х. : РИО ХГЭУ, 1997.–С. 248. **8.** Ухачевич Я. П. Управління конкурентоспроможністю продукції промислових підприємств / Я.П. Ухачевич // Вісник ДУ «Львівська політехніка». – Л., 1998. – № 353. – С.122–127. **9.** Саразанова В. А. Конкурентоспособность продукции как фактор конкурентоспособности производственного предприятия / В.А. Саразанова // Эксперт. – 2003. – №2. **10.** Диксон Питер Р. Управление маркетингом / Питер Р. Диксон Пер. с англ. – М.: ЗАО «ИЗ-во БИНОМ», 1998. – 560 с.: ил. **11.** Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / Ю.Б. Иванов, М.О. Кизим, О.М. Тищенко та ін. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2010. – С. 320. **12.** Маркетинг: словарь / Т.Л. Азоев, П.С. Завьялов, Л.Ш. Лозовский и др. – М.: ОАО «НПО «Экономика», 2005. –С. 362. **13.** Рыночная экономика : словарь / Под общ. ред. Г.Я. Кипермана –М. : Республики, 1993. –С. 524. **14.** Фатхутдинов Р. А. Стратегический менеджмент : учебник, Р.А. Фатхутдинов – 4-е изд. перераб. и доп. – М.: Дело, 2001. – С. 448. **15.** Хруцкий В.Е. Современный маркетинг: настольная книга по исследованию рынка В.Е. Хруцкий, И.В. Корнеева – М., «Финансы и статистика», 1999. –С. 528. **16.** Рикардо Э. Начало политической экономики и налогового облажения : антология экономической классики: в 2т. Т.1./ Д. Рикардо. – М. :МП «Эконов», 1993. – С. 397–473. **17.** Портер М. Конкуренция/ М. Портер; пер. с англ. – М. : Изд. дом. «Вильямс», 2003. – С. 496. **18.** Портер М. Э. Конкуренция / М.Э. Портер. – М. : Изд. дом «Вильямс», 2000. – С. 790. **19.** Балабанова Л. В. Управление конкурентоспособностью предприятий на основе маркетинга: монография / Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецк: ДонГУЭТ, 2004. – С. 147. **20.** Томпсон-мл. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа / Томпсон-мл., А. Артур, А., Дж. Стрикленд-III ; пер. с англ. – 12-е изд. - М. : Изд. дом «Вильямс», 2006. – С. 928. **21.** Branzel, O., "From ordinary resources to extraordinary performance: environmental moderators of competitive advantage". O. Branzel, S. Thornhill, Strategic Organization. – 2006 – № 4 (1). pp.11-41. **22.** Fiol, C. Marlene (2001). Revisiting an identity-based view of sustainable competitive advantage. /C. Marlene Fiol // Journal of Management. – 2001. – № 27. – pp., 691–699. **23.** Романова В. В. Взаємозв'язок конкурентоспроможності і конкурентоспроможного потенціалу / В.В. Романова // Проблеми економіки. – 2007. – № 1. – С. 283–285. **24.** Войчак А.В. Конкурентні переваги підприємства: сутність і класифікація / А.В. Войчак, Р.В. Камишников // Маркетинг в Україні. – 2005. – № 2. – С. 50–53. **25.** Hafeez, K., Core Competence for Sustainable Competitive Advantage: A Structured Methodology for Identifying Core Competence". K. Hafeez, Y. Zhang, N. Malak Transactions of engineering management. –2002. – № 49 (1). – pp. 28–35. **26.** Kak, Anjana Sustainable Competitive Advantage with Core Competence /Anjana Kak // A Review, Global Journal of Flexible Systems Management – 2002–pp. **27.** Карлоф Б. Деловая стратегия / Б. Карлоф ; пер. с англ., / науч. ред. В.А. Приписанов. – М.: Экономика, 1991. – С. 239. **28.** Mooney, Anmn, Core Competence, Distinctive Competence, and Competitive Advantage: What Is the Difference?./ Anmn Mooney// Journal of Education Business. – 2007, Nov/Dec 83(2). – pp. 110–115. **29.** Clulow, V. The resource-based view and sustainable competitive advantage: the case of a financial services firm. V. Clulow, J. Gerstman, C. Barry// Journal of European Industrial Training. – 2003. – Vol. 27. – No.5: –pp 220–232. **30.** Damodaran A. Value Creation and Enhancement: Back to the Future / A. Damodaran – Los Angeles, Stern School of Business, 1999. pp. **31.** Gordon V. Smith. Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets / V. Smith Gordon, L Parr Russell. – John Wiley&Sons, 1994. pp. **32.** Liu J., Ohlson J.A. Model: Empirical Implications Anderson School of Management J. Liu, J.A. Ohlson. – U. C. L. A. – Los Angeles, Stern School of Business, N.Y.U., New York, 1999. – pp. **33.** Ragzaitis R. C. Early – Stage Technologies : Valuation and Pricing Intellectual Property – general, Law, Accounting & Finance, Management, Licensing, special Topics, 1999. – 320 p. **34.** Hafeez, Khalid Core competence for sustainable competitive advantage: a structured methodology for identifying core competence, Khalid Hafeez, Y. Zhang, N. Malak// IEEE Transactions on Engineering Management. – 2002. – Vol. 49. – No. 1 – pp. 28–35. **35.** Bani-Hani, J. S. The Impact of Core Competences on

Competitive Advantage: Strategic Challenge./ J. S. Bani-Hani, AL-Hawary/International Bulletin of Business Administration. – 2009. – № 6. – С. 93–104. **36.** Ray, G. Capabilities, business processes and competitive advantage: choosing the dependent variable in empirical tests of the resource-based view / G. Ray, J. Barney, W.A. Muhanna// Strategic Management Journal. – 2004. – № 25(1). – pp. 23–37. **37.** Шпотов Б. О. Современные теории конкурентных преимуществ / Б.О. Шпотов // Международный журнал: Проблемы теории и практики управления. – 2001. – № 3. – С. 50–55. **38.** Лена Н.Н. Управление конкурентными преимуществами предприятия / Н.Н. Лена // – Донецк : ООО «Юго-Восток, Лтд», 2003. – 296 с. **39.** Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учебник / Р.А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. –С. 640. **40.** Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г.Л. Азоев, А.П. Челенков. – М. : ОАО «Типография «НОВОСТИ», 2000. – С. 256. **41.** Павлова В.А. Конкурентоспособность підприємства: оцінка та стратегія забезпечення : монографія / В.А. Павлова. – Д. : Изд-во ДУЕП, 2006. – С. 276. **42.** Cheng, Yung-Hsiang, and Yeh, Chian-Yu (2007). Core competencies and sustainable competitive advantage in air-cargo forwarding: evidence from Taiwan / Yung-Hsiang Cheng, Chian-Yu Yeh //Transportation Journal, – 2007. **43.** Марушков П. В. Оценка использования экономического потенциала (на примере предприятий печатной отрасли) : автор. дисс. На соискание уч. степени канд. экон. наук / Р.В. Марушков. – М., 2000. **44.** Брянцева И.В. Экономическая устойчивость предприятия: сущность, оценка, управление / И. В. Брянцева. – Х. : ХГУ, 2003. –С. 230.

Bibliography (transliterated): 1. Ekonomicheskaya strategiya firmy : ucheb. posob./pod red. A.P. Gradova. – 3-e izd., ispr. - Spb. : Spec-Lit, 2000. –589 p. **2.** Filipenko A. S. Global'ni formi ekonomichnogo rozvitku: istoriya i suchasnist' / A.C. Filipenko.– K. : Vid-vo «Znannya», 2007. –P. 670. **3.** Gavva V. N. Potencial pidpriemstva: formuvannya ta ocinyuvannya : navch. posib. / V.N. Gavva, E.A. Bonsko. – K.: Centr navch. lit-ri, 2004. –224 p. **4.** Percovskij N. I. Mezhdunarodnyj marketing / N.I. Percovskij, I.A. Spiridonov, S.V. Barsukova – М. : Vysshaya shkola, 2001. – 239 p. **5.** Konkurentospromozhnist': problemi nauki i praktiki / P. YU. Belen'kij, V.S. Ponomarenko, O.C. Kuz'min ta in. – H. : Vid-vo HDEU, 2006. – P. 247. **6.** Balabanova L. V. Upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatij na osnove marketinga: monografiya / L. V. Balabanova, A.V. Krivenko. –Doneck : DonGUEHT, 2004. – 147 p. **7.** Ivanov YU. B. Konkurentosposobnost' predpriyatiya v usloviyah formirovaniya rynochnyh otnoshenij / YU.B. Ivanov. – H. : RIO HGEHU, 1997.–S. 248. **8.** Uhachevich YA. P. Upravlinnya konkurentospromozhnisty produkcii promisl'ovih pidpriemstv / YA.P. Uhachevich // Visnik DU «L'viv's'ka politehnika». – L., 1998. – № 353. – P. 122–127. **9.** Sarazhanova V. A. Konkurentosposobnost' produkci kak faktor konkurentosposobnosti proizvodstvennogo predpriyatiya / V.A. Sarazhanova // EHKspert. – 2003. – №2. **10.** Dikson Piter R. Upravlenie marketingom / Piter R. Dikson Per. s angl. – М.: ЗАО «ИЗ-во БИНОМ», 1998. – 560 p.: il. **11.** Upravlinnya konkurentospromozhnisty pidpriemstva : navch. posib. / YU.B. Ivanov, M.O. Kizim, O.M. Tishchenko ta in. – H. : VD «ІNЗHEK», 2010. – P. 320. **12.** Marketing: slovar' / T.L. Azoev, P.S. Zav'yalov, L.SH. Lozovskij i dr. – М.: ОАО «НПО «EHkonomiki», 2005. –P. 362. **13.** Rynoch'naya ehkonomika : slovar' / Pod obshch. red. G.Y.A. Kipermana –М. : Respubliki, 1993. – P. 524. **14.** Fathutdinov R. A. Strategicheskij menedzhment : uchebnik, R.A. Fathutdinov – 4-e izd. pererab. i dop. – М.: Delo, 2001. – P. 448. **15.** Hruckij V. E. Sovremennyy marketing: nastol'naya kniga po issledovaniyu rynka V.E. Hruckij, I.V. Korneeva – М., «Finansy i statistika», 1999. – P. 528. **16.** Rikardo D. Nachalo politicheskoy ehkonomiki i nalogovogo oblazeniya : ehntomologiya ehkonomicheskoy klassiki: v 2t. T.1./ D. Rikardo. – М. :MP «EHkonov», 1993. – S. 397–473. **17.** Porter M. Konkurenciya/ M. Porter; per. s angl. – М. : Izd. dom. «Vil'yams», 2003. – P. 496. **18.** Porter M. EH. Konkurenciya / M.EH. Porter. – М. : Izd. dom «Vil'yams», 2000. – P. 790. **19.** Balabanova L. V. Upravlenie konkurentosposobnost'yu predpriyatij na osnove marketinga: monografiya / L.V. Balabanova, A.V. Krivenko. – Doneck: DonGUEHT, 2004. – P. 147. **20.** Tompson-ml. Strategicheskij menedzhment: koncepcii i situacii dlya analiza / Tompson-ml., A. Artur, A., Dzh. Striklend-III ; per. s angl. – 12-e izd. - М. : Izd. dom «Vil'yams», 2006.–P.928. **21.** Branzel, O., "From ordinary resources to extraordinary performance: environmental moderators of competitive advantage". O. Branzel, S. Thornhill, Strategic Organization. – 2006 –№ 4(1). pp.11-41. **22.** Fiol, C. Marlene (2001). Revisiting an identity-based view of sustainable competitive advantage. /C. Marlene

Fiol // Journal of Management. – 2001. – № 27. – P. 691–699. **23. Romanova V. V.** Vzmozov'yazok konkurentospromozhnosti i konkurentospromozhnogo potencialu / V.V. Romanova // Problemi ekonomiki. – 2007. – № 1. – P. 283–285. **24. Vojchak A.V.** Konkurentni perevagi pidpriemstva: sutnist' i klasifikaciya / A.V. Vojchak, R.V. Kamishnikov // Marketing v Ukraini. – 2005. – № 2. – P. 50–53. **25. Hafeez, K.**, Core Competence for Sustainable Competitive Advantage: A Structured Methodology for Identifying Core Competence". K. Hafeez, Y. Zhang, N. Malak Transactions of engineering management. –2002. – № 49(1). – pp. 28–35. **26. Kak, Anjana** Sustainable Competitive Advantage with Core Competence /Anjana Kak // A Review, Global Journal of Flexible Systems Management – 2002y. **27. Karlof B.** Delovaya strategiya / B. Karlof ; per. sangl., / nauch. red. V.A. Pripisanov. –M.: EHkonomika, 1991. –P. 239. **28. Mooney, Anmn**, Core Competence, Distinctive Competence, and Competitive Advantage: What Is the Difference?./ Anmn Mooney// Journal of Education Business. –2007, Nov/Dec 83(2). – pp. 110–115. **29. Clulow, V.** The resource-based view and sustainable competitive advantage: the case of a financial services firm. V. Clulow, J. Gerstman, C. Barry// Journal of European Industrial Training. – 2003. – Vol. 27. – No.5: – P. 220–232. **30. Damodaran A.** Value Creation and Enhancement: Back to the Future / A. Damodaran – Los Angeles, Stern School of Business, 1999. **31. Gordon V. Smith.** Valuation of Intellectual Property and Intangible Assets / V. Smith Gordon, L Parr Russell. – John Willey&Sons, 1994. **32. Liu J., Ohlson J.A.** Model: Empirical Implications Anderson School of Management J. Liu, J.A. Ohlson. – U. C. L. A. – Los Angeles, Stern School of Business, N.Y.U., New York, 1999. **33. Razgaitis R. C.** Early – Stage Technologies : Valuation and Pricing Intellectual Property – general, Law, Accounting & Finance, Management, Licensing, special Topics, 1999. – 320 p. **34. Hafeez, Khalid** Core competence for sustainable competitive

advantage: a structured methodology for identifying core competence, Khalid Hafeez, Y. Zhang, N. Malak// IEEE Transactions on Engineering Management. –2002. – Vol. 49. – No. 1 – P. 28–35. **35. Bani-Hani, J. S.** The Impact of Core Competences on Competitive Advantage: Strategic Challenge./ J. S. Bani-Hani, AL-Hawary//International Bulletin of Business Administration. – 2009. – № 6. –P. 93–104. **36. Ray, G.** Capabilities, business processes and competitive advantage: choosing the dependent variable in empirical tests of the resource-based view / G. Ray, J. Barney, W.A. Muhanna// Strategic Management Journal. – 2004. – № 25(1). – pp. 23–37. **37. SHpotov B. O.** Sovremennye teorii konkurentnyh preimushchestv / B.O. SHpotov // Mezhdunarodnyj zhurnal: Problemy teorii i praktiki upravleniya. – 2001. – № 3. – P. 50–55. **38. Lepa N.N.** Upravlenie konkurentnymi preimushchestvami predpriyatiya / N.N. Lepa // – Doneck : OOO «YUgo-Vostok, Ltd», 2003. – 296 p. **39. Fathudinov R. A.** Strategicheskij marketing : uchebnik / R.A. Fathudinov. – M. : ZAO «Biznes-shkola «Intel-Sintez», 2000. – P. 640. **40. Azoev G. L.** Konkurentnye preimushchestva firmy / G.L. Azoev, A.P. CHelenkov. – M. : OAO «Tipografiya «NOVOSTI», 2000. – P. 256. **41. Pavlova V.A.** Konkurentospromozhnist' pidpriemstva: ocinkatastrategiyazabezpechennya : monografiya / V.A. Pavlova. – D. : Izd-vo DUEP, 2006. – P. 276. **42. Cheng, Yung-Hsiang, and Yeh, Chian-Yu** (2007). Corecompetenciesandsustainablecompetitiveadvantageinair-cargoforwarding: evidencefromTaiwan / Yung-HsiangCheng, Chian-YuYeh //TransportationJournal, – 2007. **43. Marushkov R. V.** Ocenka ispol'zovaniya ehkonomicheskogo potenciala (na primere predpriyatij pechatnoj otrasli) : avtor. disc. Na soiskanie uch. stepeni kand. ehkon. nauk / R.V. Marushkov. – M., 2000. **44. Bryanceva I.V.** Ekonomicheskaya ustojchivost' predpriyatiya: sushchnost', oценка, upravlenie / I. V. Bryanceva. – H. : HGU, 2003. –P. 230.

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.: 0976291548, e-mail: Lena_HS @ mail.ru

Drugova Elena – PhD, Department Management and Finance FEA NTU "KPI", m. Kharkiv, tel.: 0976291548, e mail: Lena_HS @ mail.ru

Амансеїдов Шамухаммет – студент кафедри Менеджменту ЗЕД та фінансів НТУ «ХПІ», м. Харків, тел.: 0930417147, e-mail: Lena_HS @ mail.ru

Amanseidov Shamuhammet – student of the Department of Management and Finance FEA NTU "KPI", m. Kharkiv, tel.: 0930417147, e mail: Lena_HS @ mail.ru

С. В. КЛЕПІКОВА, М. М. ШЕВЧЕНКО

ЗОВНІШНІЙ БОРГ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ СТРУКТУРИ, ДИНАМІКИ ТА ЗАКОНОДАВЧЕ РЕГУЛЮВАННЯ

У статті розглядається і аналізується державний борг України, його особливості та джерела формування. Найбільш детально представлені структура державного боргу в 2014-2015 р.р., та нормативні документи.

Ключові слова: державний борг України, зовнішній борг, динаміка зовнішнього боргу, ВВП, реструктуризація боргу, законодавче регулювання, міжнародний рейтинг.

Вступ. Державний борг на сьогодні є об'єктивно обумовленим явищем для країн з ринковою економікою. У період трансформації економіки питання державного боргу є актуальними і для України. Кожна держава, бажаючи найефективніше використати свої фінансові ресурси, активізувати підприємницьку діяльність, намагається залучити додатковий капітал, що є передумовою виникнення державного боргу. Невміння держави жити на власні кошти є основною причиною виникнення, а не вміння використовувати залучені фінансові ресурси – зростання державного боргу. Поточна економічна ситуація в Україні характеризується загрозливим зростанням боргового навантаження, що виступає одним з базових факторів гальмування розвитку економіки країни.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

Серед останніх наукових досліджень присвячених проблемам пов'язаних з ефективністю механізму управління та обслуговування державного боргу України є такі українські дослідники як О. І. Барановський, В. А. Андрущенко, Б. Г. Болдирьов, Т. П. Вахненко, Н. В. Зражевська, Я. В. Онишук, О. В. Плотнікова, О. С. Поважний, В. М. Радіонова, Вербицька Г., Кучер Г., Лісовенко В., Кіндрат І., Філоненко К. та інші [1, 2, 3]. Однак, багато питань в цій сфері залишаються не вирішеними та, насамперед пошук нових шляхів побудови ефективної системи управління зовнішнім державним боргом, перетворення зовнішніх державних запозичень на інструмент економічного зростання. Існуючі методи управління слабо відображають як комплексний характер цієї проблеми, так і потребують критичної оцінки з урахуванням особливостей економіки України.

Мета. Метою статті є аналіз розміру, динаміки та структури державного боргу України з 2009 – 2015 р.р.

Виклад основного матеріалу. Проблема державного боргу поряд з проблемою бюджетного дефіциту актуальна для більшості держав на сучасному етапі. У 2014 році загальний борг всіх країн склав понад 59,7 трильйона доларів (рис. 1).

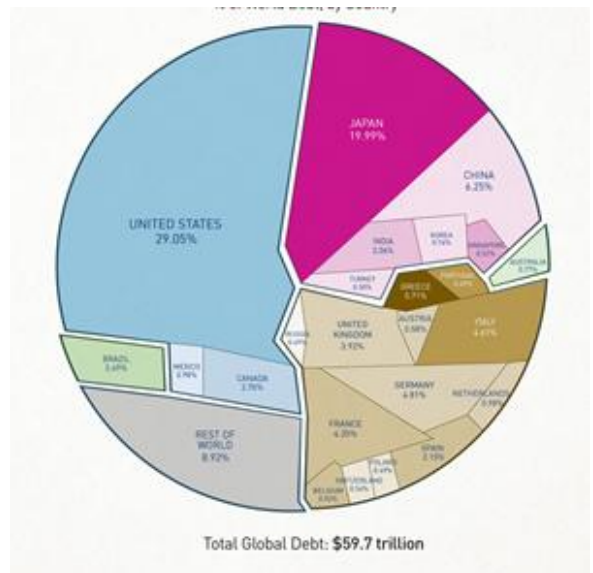


Рис. 1 – Частки країн в загальносвітовому боргу

Як видно з малюнка, практично третина всього світового боргу припадає на США. Для того, щоб аналізувати ці цифри, потрібно порівнювати їх з ВВП. Американський борг дорівнює 71% ВВП, тобто країна виробляє більше, ніж заборгувала. Цікаво подивитися і на структуру боргу. Лише третина - це борг перед іноземними урядами і організаціями. Більшу частину суми США повинні самі собі - своїм громадянам, компаніям та урядовим організаціям.

А найвищий кредитний рейтинг дозволяє Штатам платити маленькі відсотки – тобто обслуговування боргу обходиться дешево. Крім того, держборг США номінований в доларах, що, теоретично, дає їм можливість провести додаткову емісію. На другому місці знаходиться Японія-20%. Японія – яскравий приклад невідповідності того, скільки країна заборгувала і скільки виробляє. Співвідношення боргу до ВВП – 227%. З Китаєм ситуація навпаки. Внесок Китаю в світове виробництво – 14%, а в борг - 6%.

Український борг настільки малий, що на цьому графіку його немає, державний борг України в 2015 році – 67,7 мільярда доларів – 0,1% від світового боргу. Але це не означає, що потрібно радіти - співвідношення боргу до ВВП – 72%. Це куди вище безпечного рівня, тобто такого, при якому країна здатна виконати зобов'язання – повернути гроші - без допомоги ззовні, тобто без нових кредитів.

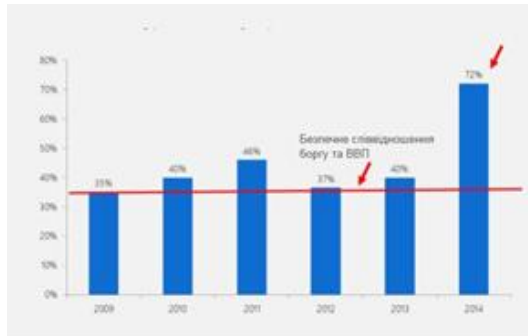


Рис. 2 – Співвідношення державного боргу і ВВП України 2009-2014 р.

Якщо розглянути структуру державного боргу України, побачимо, що значна доля доводиться на зовнішній борг (рис.3).

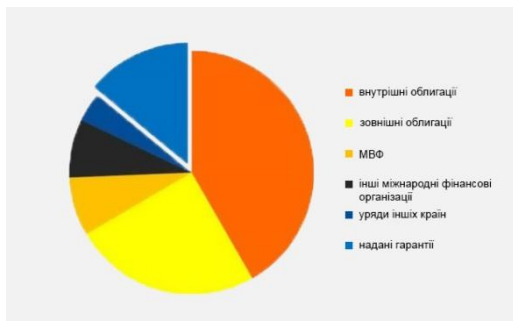


Рис. 3 – Структура державного боргу України 2015 р.

В таблиці 1 наведено деталізовані дані щодо структури державного боргу України за останні 5 років. Аналізуючи її ми бачимо, що загальний обсяг державного боргу України зберігає тенденцію до зростання протягом досліджуваного періоду.

Таблиця 1 - Структура сукупного державного боргу 01.01.2011 – 01.06.2015 рр

	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.06.2013	01.01.2014	01.06.2014	01.01.2015	01.06.2015
Державний прямий та гарантований борг України	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
UAH, млрд.	432,30	473,12	515,51	548,15	584,37	825,41	1 100,83	1 424,13
USD, млрд.	54,29	59,22	64,50	68,58	73,11	70,10	69,81	67,66
Державний прямий та гарантований зовнішній борг	64%	63%	60%	55%	51%	59%	56%	64%
UAH, млрд.	276,75	299,41	309,00	301,18	300,28	487,82	611,97	915,99
USD, млрд.	34,76	37,47	38,66	37,68	37,57	41,43	38,81	43,52
Державний прямий та гарантований внутрішній борг	36%	37%	40%	45%	49%	41%	44%	36%
UAH, млрд.	155,49	173,71	206,51	246,98	284,09	337,59	488,87	508,14
USD, млрд.	19,53	21,74	25,84	30,90	35,54	28,67	31,00	24,14
Державний прямий борг України	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
UAH, млрд.	323,48	357,27	399,22	442,41	480,22	675,86	947,03	1 194,19
USD, млрд.	40,63	44,72	49,95	55,35	60,08	57,40	60,06	56,74
Державний прямий зовнішній борг	56%	55%	52%	49%	46%	55%	51%	60%
UAH, млрд.	181,81	195,81	208,92	214,83	223,26	369,95	486,03	712,89
USD, млрд.	22,84	24,51	26,14	26,86	27,93	31,42	30,82	33,87
Державний прямий внутрішній борг	44%	45%	48%	51%	54%	45%	49%	40%
UAH, млрд.	141,66	161,47	190,30	227,58	256,96	305,91	461,00	481,33
USD, млрд.	17,79	20,21	23,81	28,47	32,15	25,98	29,24	22,87
Гарантований борг України	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
UAH, млрд.	108,76	115,85	116,29	105,74	104,51	149,55	153,80	229,94
USD, млрд.	13,66	14,50	14,55	13,23	13,03	12,70	9,75	10,92
Гарантований зовнішній борг	87,29%	89,43%	86,06%	81,66%	73,95%	78,82%	81,92%	88,38%
UAH, млн.	94 932,46	103 607,49	100 080,91	86 350,73	77 021,88	117 869,08	125 938,97	203 130,65
USD, млн.	11 923,64	12 967,47	12 521,07	10 803,29	9 636,17	10 010,12	7 986,72	9 650,72
Гарантований внутрішній борг	12,71%	10,57%	13,94%	18,34%	26,05%	21,18%	18,08%	11,62%
UAH, млн.	13 827,75	12 240,69	16 211,42	19 392,06	27 129,15	31 683,92	27 863,28	26 804,87
USD, млн.	1 736,78	1 532,04	2 028,20	2 426,13	3 394,11	2 690,78	1 767,02	1 273,50

Протягом останніх 5 років сукупний обсяг державного боргу зріс більш ніж втричі до 1 424,13 млрд. грн. (67,66 млрд. дол. США в еквіваленті). В структурі загального державного прямого та гарантованого боргу традиційно переважає зовнішній борг, – 64% сукупного обсягу, 60% прямого та 88,4% гарантованого державою боргу станом на 01.06.2015р.

Так, з початку 2014 року загальний обсяг державного та гарантованого державою боргу збільшився з 825,41 млрд. грн. до 1 424,13 млрд. грн. станом на 01.06.2015 року. В той же час в доларовому еквіваленті цей показник показав зменшення, – з 73,11 млрд. дол. США до 67,66 млрд. дол. США за аналогічний період.

Протягом перших місяців 2015 року відбувалась потужна девальвація національної валюти, та перерахунок показників за новим офіційним курсом (21,048 грн. /дол. США станом 01.06.2015 року) показав відповідне зменшення загального обсягу внутрішнього державного боргу, приведеного в еквіваленті іноземної валюти, – до 24,14 млрд. дол. США (-6,86 млрд. дол. США). Разом з тим, обсяг внутрішнього боргу, номінований у національній валюті, за цей період тільки збільшувався – до 508,15 млрд. грн. (+19,27 млрд. грн.).

В структурі державного та гарантованого державою боргу за групами кредиторів (рис. 4.) найбільша частка належить власникам державних цінних паперів на внутрішньому ринку (35,1%).

Наразі в обігу на внутрішньому ринку перебувають казначейські зобов'язання з різними строками, а також облигації державних підприємств (НАК «Нафтогаз України», Укравтодор тощо). Сукупний обсяг заборгованості за випущеними цінними паперами на внутрішньому ринку відповідає 499,72 млрд. грн. (23,74 млрд. дол. США в еквіваленті).

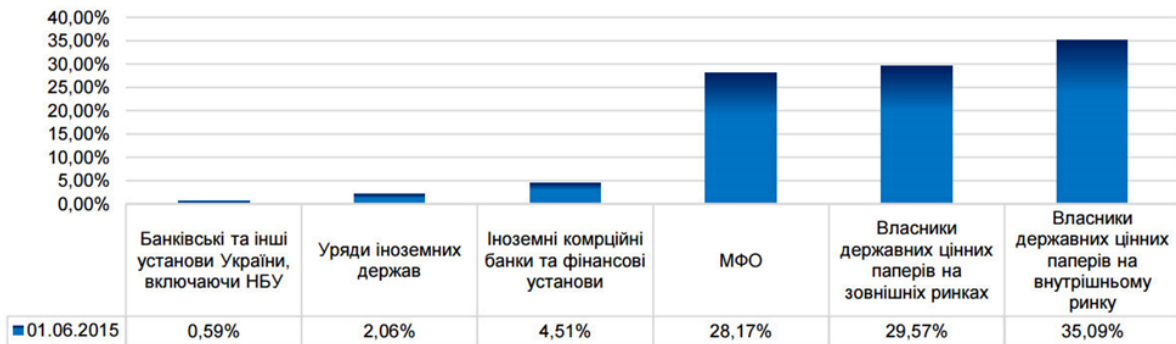


Рис.4 - Структура державного та гарантованого державою боргу України за групами кредиторів

Частка власників державних цінних паперів на зовнішньому ринку в загальній структурі держборгу відповідає 29,6% та відображає заборгованість за ОЗДП 2005–2015 рр. на загальну суму 383,16 млрд. грн. (18,28 млрд. дол. США в еквіваленті).

Основними кредиторами України є міжнародні фінансові організації (МФО) такі як:

- Міжнародний Валютний Фонд (122,48 млрд. грн. / 5,82 млрд. дол. США.);
- Міжнародний банк реконструкції та розвитку (89,17 млрд. грн. / 4,24 млрд. дол. США);
- Європейський банк реконструкції та розвитку (11,37 млрд. грн. / 0,54 млрд. дол. США).

Сукупна частка МФО в загальному обсязі держборгу відповідає 28,2% та складає 269,03 млрд. грн. (12,78 млрд. дол. США в еквіваленті).

Серед найбільших кредиторів – іноземних комерційних банків (або інших фінансових установ) можна назвати ВАТ «Газпромбанк» (Росія), Державний банк розвитку КНР, Експортно-імпорتنний банк Китаю, Експортно-імпорتنний банк Кореї, Сбербанк Росії, Credit Suisse International тощо. Їх частка в загальній структурі відповідає 4,5% або 64,19 млрд. грн. (3,05 млрд. дол. США в еквіваленті).

В переліку країн, від урядів яких Україна отримувала позики, присутні Канада, Німеччина, Росія, США та Японія. Загальний обсяг таких позик складає 24,73 млрд. грн. (1,17 млрд. дол. США в еквіваленті).

В якості кредиторів країни виступають також деякі українські фінансові установи, зокрема НБУ, Укресімбанк, Ощадбанк та Укргазбанк.

За останніми актуальними даними Мінфіну, у другому півріччі 2015 року Україна повинна виплатити 103,52 млрд. грн. платежів з обслуговування і погашення зовнішнього державного боргу. За комерційними кредитами у другому півріччі 2015 року поточного року Україна повинна буде виплатити 91,52 млрд. грн., за заборгованістю перед МФО – 10,8 млрд. грн.

У середньостроковій стратегії управління державним боргом на 2013 – 2015 роки, затвердженій Постановою Кабінету Міністрів України від 29 квітня 2013 р. №320, визначалися наступні планові індикатори на кінець 2013, 2014 і 2015 років відповідно:

- відношення обсягу державного боргу до внутрішнього валового продукту – на рівні не більш як 30,6 відсотка, 30,9 відсотка і 31 відсотка;

- частка державного внутрішнього боргу – не менш як 50 відсотків;

- середньозважений строк до погашення державного боргу – не менш як 5,1, 5,3 і 5,4 року, тощо.

Для довідки, за результатами 2014 року названі індикатори набули наступних значень:

- відношення обсягу державного боргу до внутрішнього валового продукту – 96%;
- частка державного внутрішнього боргу – 44%;
- середньозважений строк до погашення державного боргу – 4,8 року.

Різка зміна умов розвитку економіки країни та посилення необхідності у нових запозиченнях зумовили прийняття нових заходів з регулювання державного боргу.

Найголовнішими нормативними документами в сфері управління державним боргом, запровадженими протягом 2014–I пів. 2015 рр. стали наступні:

- Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про Державний бюджет України на 2015 рік» №217-VIII від 02.03.2015 р.;

- Закон України «Про особливості здійснення правочинів з державним, гарантованим державою боргом та місцевим боргом» від 19.05.2015 р. № 436-VIII.

04 квітня 2015 року за пропозицією Міністерства фінансів на засіданні Уряду України було затверджено перелік зовнішніх боргових зобов'язань, щодо яких планується здійснення правочинів стосовно зміни умов запозичень, та надано настанови для вжиття заходів учасниками процесу реструктуризації.

Правочини стосовно зміни умов запозичень мають забезпечити виконання Україною трьох кількісних зобов'язань України перед МВФ щодо досягнення конкретних показників боргу, а саме:

- заощадження на зовнішніх платежах по боргових зобов'язаннях держави, гарантованих державою та суб'єктів господарювання державного сектору економіки на суму приблизно 15 млрд. дол. США за період реалізації програми МВФ;

- забезпечення до 2020 р. співвідношення державний борг/ ВВП на рівні, не вище, ніж 71 % від ВВП;

- підтримання загальних потреб у фінансуванні бюджету за борговими операціями в середньому на рівні 10 % від ВВП (максимум 12 % від ВВП на рік) в 2019–2025 рр.

За результатом перемовин Мінфіну з комітетом зовнішніх приватних кредиторів на чолі з Franklin Templeton 27 серпня 2015 року були узгоджені умови реструктуризації частини зовнішнього боргу України.

Серед положень вищезазначеної угоди з реструктуризації містяться наступні:

– зниження основної суми боргу (на 20% або 3,8 млрд. дол. США); – деяке підвищення відсоткової ставки за борговими зобов'язаннями (з 7,22% до 7,75%);

– зміна термінів погашення боргу (терміни перенесені з 2015–2023 рр. на 2019–2027 рр.);

– емісія Україною нових боргових цінних паперів, ставка доходності по яких прив'язана до темпів зростання ВВП, про що зазначалося раніше.

За оцінкою міжнародного рейтингового агентства Moody's, в довгостроковій перспективі збитки зовнішніх приватних кредиторів України, що погодились на реструктуризацію, у півтора рази перевищать розмір списання, закріпленого угодою, та складуть не 20% від номіналу євробондів, як вказується в угоді про реструктуризацію, а 30-35%.

Міжнародні рейтингові агентства відреагували на укладання угоди з реструктуризації частини зовнішнього боргу України черговим зниженням рівня рейтингів.

Висновки. Сьогодні не у кого не виникає сумнівів в тому, що державний борг є органічною складовою фінансових систем переважної більшості країн світу, дієвим інструментом у механізмі макроекономічного регулювання та інструментом реалізації економічної стратегії держави. Аналіз поточної економічної ситуації виявив основні причини зростання обсягу державного боргу України в 2014 році та на початку 2015 року :

– безпрецедентна політична криза та тривалий військовий конфлікт на сході країни;

– глибока економічна рецесія, викликана перегрупуванням економічних зв'язків з міжнародними партнерами та руйнуванням інфраструктури та промислових об'єктів на частині території країни;

– фінансування за рахунок державних запозичень дефіциту державного бюджету, зростання якого обумовлене в значній мірі збільшенням видатків на оборону та обслуговування державного боргу;

– необхідність потужної державної підтримки державних підприємств та банків.

Невисокий рівень фінансової стійкості держави, потужні кризові явища в економіці та вжиття заходів щодо реструктуризації частини державного боргу відповідним чином відзначаються на динаміці суверенного кредитного рейтингу України. Однак, для рішення проблеми росту зовнішнього боргу необхідно вдосконалювати організаційні засади управління зовнішнім державним боргом та відповідну законодавчо-нормативну базу, а також посилювати вимоги щодо відповідальності позичальників, які отримують кошти під державні гарантії

Список літератури: 1. *Вербицька Г.* Проблеми міжнародної заборгованості на глобальних фінансових ринках // Вісник ТНЕУ. – 2008. - № 3. – С.77-84. 2. *Кучер Г.В.* Управління державним боргом: Підручник. / Г.В. Кучер — К.: КНТЕУ, 2009. — 342 с. 3. *Лісовенко В.В.* Реструктуризація зовнішнього боргу України. Досвід подолання проблеми ліквідності 2000-2001 років // Вісник НБУ. – 2000. - № 5. – С. 2-3. 4. Офіційні дані НБУ Режим доступу: <http://bank.gov.ua> 5. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.minfin.gov.ua> 6. Офіційне інтернет-представництво Національного банку України. Платіжний баланс. Архів [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=3626721>. 7. МВФ и Украина: полная история кредитных отношений. [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://delo.ua/wiki/mvf-i-ukraina-istorija-kreditn-110921/>. 8. Закон України «Про державний бюджет України на 2015 рік» [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=835-17>. 9. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.rusnauka.com/13_NMN_2011/Economics/2_86512.doc.html

Bibliography (transliterated): 1. *Verbytskyi G.*, the problem of mizhnarodnoi zaborgovanosti on the global finansovih Rink / T. Verbytskyi // News TNEU. - 2008. - № 3. - S.77-84. 2. *Kucher G.V.*, Upravlinnya Reigning Borg: Pidruchnik. / GV Coachman - K.: KNTEU, 2009. -342 p. 3. *V.V. Lisovenko* Restrukturizatsiya zovnishnogo Borg Ukraine. Dosvid podolannya problemi likvidnosti 2000-2001 rokiv // News of the NBU. - 2000. - № 5. - S. 2-3. 4. Ofitsiyniy NBU given access mode: <http://bank.gov.ua> 5. [Electron resource] Mode Access: <http://www.minfin.gov.ua> 6. Ofitsiyniy internet predstavnistvo Natsionalnogo-bank Ukraine. Platizhny balance. . Archive of [Electron resource] Mode Access: <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=3626721>. 7. IMF and Ukraine: a complete history of the credit relationship. [Electron resource] mode is available: <http://delo.ua/wiki/mvf-i-ukraina-istorija-kreditn-110921/>. 8. Law of Ukraine "About Ukraine Reigning budget for 2015 Year" [Electron resource] .Rezhimodstup: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=835-17?> 9. [Electron resource] Mode Access: http://www.rusnauka.com/13_NMN_2011/Economics/2_86512.doc.html

Надійшла (received) 15.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Клепикова Світлана Володимирівна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», ст. викладач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів, тел.:(057)704-25-10; e-mail: klepikovasv@yandex.ru

Klepikova Svetlana – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Lecturer Department International Management and Finance, tel.: (057)704-25-10; e-mail: klepikovasv@yandex.ru

Шевченко Марина Миколаївна – кандидат економічних наук, 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.

М. О. КОРЖЕНКО, І. А. ЧЕКМАСОВА

ПІДВИЩЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ГАЛУЗІ НА ОСНОВІ БЕНЧМАРКІНГУ

Висвітлено теоретичні положення методів бенчмаркінгу, виявлено найбільш ефективний метод для стратегічного порівняння, визначено закономірність у пошуку партнера по бенчмаркінгу або «еталонного» підприємства.

Ключові слова: бенчмаркінг, конкурентоспроможність, «еталонне» підприємство, методи бенчмаркінгу, модель тренду, коефіцієнт достовірності апроксимації.

Різні дослідники – маркетологи по-різному визначають бенчмаркінг, але всі вони так або інакше сходяться на визначенні, в якому мета бенчмаркінгу зводиться до спроб виявити досвід кращих практик аналогічних організацій, що стали причиною появи у цих організацій ключових факторів успіху, і впровадити цей досвід в діяльність своєї компанії. При цьому головною завданням стає пошук «еталона».

У даний момент вітчизняна економіка знаходиться у кризі, але в той же час криза дає нам можливість на основі аналізу зарубіжних методів менеджменту якості і вдосконалення бізнес – процесів підвищити якість відтворювальних процесів вітчизняних підприємств. Основною метою підвищення якості бізнес – процесів є збільшення споживчої цінності продукції для максимального задоволення споживачів, а також підвищення ефективності процесів закупівлі, виробництва і збуту за умов забезпечення зниження собівартості кінцевого продукту, що в умовах кризи стає головним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємств [1].

На практиці найбільш часто застосовуються різні види бенчмаркінгу, які можна класифікувати залежно від того, з ким проводиться порівняння і що порівнюється.

Об'єктами бенчмаркінгу можуть бути методи, процеси, технології, якісні параметри продукції, показники фінансово-господарської діяльності підприємств (структурних підрозділів).

Внутрішній бенчмаркінг здійснюється усередині підприємства, в результаті якого може аналізуватися та порівнюватися діяльність відділів або структурних підрозділів одного й того самого підприємства.

Зовнішній бенчмаркінг, зорієнтований на конкурентів, — сконцентрований на порівняльному аналізі товарів (робіт, послуг), продуктивності виробничих процесів та інших параметрів досліджуваного підприємства з аналогічними характеристиками підприємств-конкурентів.

Найкращий аналог для порівняння є “ринковий лідер”. Ідентифікація факторів, які призводять до відставання досліджуваного підприємства від лідера, дає змогу розробити рекомендації щодо скорочення відставання.

Партнерський бенчмаркінг можна вважати одним з елементів нової ситуації, коли відбувається відмова

від суперництва на користь співробітництва. Саме такий вид зовнішнього бенчмаркінгу розглядає Є.Демінг, саме так працюють багато японських фірм [2]. Бенчмаркінг є діяльністю, заснованою на взаємовідносинах, узгодженні й обміні даними, що забезпечують "виграшну" ситуацію для обох сторін. Але взаємність не буває наосліп. Спочатку необхідно погодити межі діапазону інформації, порядок обміну даними, логіку проведення дослідження. У бенчмаркінговому альянсі будь-який партнер повинний мати гарантії щодо поведінки інших і, тільки повага правил гри всіма учасниками, гарантує усім гарний результат. Усе має бути заздалегідь встановлене і погоджено.

Партнерський бенчмаркінг проводиться кількома підприємствами, які укладають договір про проведення спільних порівняльних досліджень політики кожного з учасників з метою надання допомоги один одному для подальшого успішного розвитку. Проведення такого бенчмаркінгу вважається одним зі способів пом'якшення конкуренції.

Конкурентний бенчмаркінг використовується для порівняння своєї компанії з прямими конкурентами і зіставлення відповідних позицій на ринку. При цьому мета полягає в зіставленні компаній, що працюють на одних і тих же ринках і пропонують конкуруючі продукти, послуги або робочі процеси. На легкість отримання інформації тут можна розраховувати тільки за певних умов. Конкуренти можуть займатися конкурентної контррозвідкою, тим самим ускладнюючи пошук даних про свою діяльність. Конкурентна розвідка припускає використання цілого набору методів для отримання необхідної інформації.

Значно більші труднощі зазнають ті підприємства, які застосовують індивідуальний конкурентний бенчмаркінг. Особливі труднощі проведення такого бенчмаркінгу пов'язані з тим, що при розробленні плану дій необхідно прорахувати перспективу розвитку стратегічної політики підприємства, взятого за еталон, і в ході реалізації програми періодично порівнювати його діяльність зі своєю. В умовах закритості інформації це далеко не прості задачі, тому й виявляється кращим партнерський бенчмаркінг.

Функціональний бенчмаркінг, за якого аналізуються окремі процеси, функції, методи й технології порівняно з іншими підприємствами, які не є конкурентами розглядуваного. Фірми, що

застосовують схожі методи, прийоми чи технології і не є конкурентами, охоче йдуть на взаємний обмін первинною інформацією та зацікавлені в реалізації спільних проектів, спрямованих на вдосконалення тих чи інших операцій, що порівнюються.

Загальний бенчмаркінг націлений на вивчення найбільш ефективних процесів будь-якої компанії. Хоча даний тип бенчмаркінгу можна використовувати для зіставлення несхожих один на одного організацій, під час його проведення необхідно виявляти процедури і функції, які можна порівнювати. Іноді цей метод буває важко реалізувати, оскільки загальний бенчмаркінг вимагає широкого концептуального аналізу всього процесу еталонного зіставлення і ретельного розуміння процедур в інших секторах економіки [3].

Порівнюючи різні види бенчмаркінгу та рівні, на яких він проводиться, узагальнюємо результати теоретичного дослідження у наступній таблиці. Різні комбінації видів та рівнів розбиті на ті, що мають низьку ефективність результатів порівняння («низька»), середню ефективність («середня») та високу ефективність («висока»), що автоматично рекомендуються для подальшого дослідження (табл.1).

Виходячи із емпіричного аналізу ефективності різних видів бенчмаркінгу (табл. 1) виділяємо три найбільш ефективних методи аналізу: стратегічний конкурентний аналіз, функціональний та загальний бенчмаркінг процесів. Далі у статті особливу увагу приділяється стратегічному конкурентному бенчмаркінгу, в рамках якого розкривається стратегічне позиціонування підприємств на ринку, представлене у диференціації асортименту товарів.

Таблиця 1- Ефективність комбінацій типів бенчмаркінгу.

	Внутрішній бенчмаркінг	Конкурентний бенчмаркінг	Функціональний бенчмаркінг	Загальний бенчмаркінг
Бенчмаркінг показників	середня	висока	середня	низька
Бенчмаркінг процесів	середня	низька	висока	висока
Стратегічний бенчмаркінг	низька	висока	низька	низька

Темою дослідження є підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняного підприємства. Область дослідження – діяльність та позиціонування міжнародних кондитерських підприємств та вибір такого підприємства як «еталонного» для порівняння з вітчизняним підприємством. Далі йде вибір типу бенчмаркінгу. Підтверджуючи у дослідженні вибране стратегічне конкурентне порівняння, як один з найефективніших методів. Якщо б застосовувався внутрішній бенчмаркінг, де порівнюються між собою внутрішні процеси компанії, такі як результати роботи відділів, філій та інше, наступним кроком був би збір інформації про свою компанію, за яким слідував би аналіз отриманих результатів та підготовка рекомендацій щодо змін.

Оскільки в нас порівняння здійснюється між кількома компаніями, то наступним етапом є пошук і вибір партнерів по бенчмаркінгу для порівняння з кондитерською компанією «АВК». Це перша стадія етапу аналізу показників.

У рамках проведення досліджень було виявлено основних лідерів у кондитерській діяльності на міжнародному ринку. Так як на ринку України «АВК» - один з лідерів категорії шоколадних виробів, то дослідження будуть сфокусовані саме на шоколадній продукції [4]. Сьогодні нам доступна величезна кількість марок шоколадних виробів, що завдяки старанням тисяч майстрів постійно набувають нових форм і смаків. При цьому є компанії, а також окремі бренди, що займають лідируючі позиції в шоколадному виробництві, це такі компанії, як «Нестле» («Nestlé»), «Монделез Інтернешенал» («Mondelez International») (частка якого є компанією «Крафт Фудз» («Kraft Foods»), що займається саме виготовленням кондитерської продукції, «Марс» («Mars»), «Фереро» («Ferrero»), «Херши» («Hershey»), «Барі Колебаут» («Barry Callebaut»), «Штольверк» («Stollwerck»), «Маестрані» («Maestrani»), «Ліндт & Шпрюнглі» («Lindt & Sprüngli»), «Валрона» («Valrhona»), «Валор» («Valor»), «Делафе» («DeLafée»), «Годіва» («Godiva Chocolatier Inc.»). Майже всі ці компанії мають більше ніж півстолітню історію, багатий досвід, стабільну репутацію та своїх клієнтів, відомі бренди шоколаду, які користуються популярністю не тільки у країні свого народження або виготовлення, а і по всьому світу. Багато з цих брендів набули міжнародного характеру та упізнаються по всьому світу. Різні бренди позиціонують себе по-різному, але компанії приклали титанічні зусилля для створення таких брендів, для того, щоб зайняти більшу частку споживання у світовому конкурентному списку найбільших виробників шоколаду. Ці компанії представлені та розподілені за даними щодо об'єму продажів за рік на світовому ринку за 2012 рік та за країною походження (табл.2).

Країна походження має велике значення не тільки у кондитерській, а скільки у сфері виготовлення та збуту шоколаду. Найбільш цінується швейцарський, французький та бельгійський шоколад за свій чудовий смак та високу якість продукції Тому і лідерство з продажу з майже третьою частиною всього збуту (25,27%) належить компанії «Нестле», що походить зі Швейцарії (рис.1).

Таблиця 2 – Ранжування компаній за країною походження та об'ємом продажів на світовому ринку (2012 рік)

Компанія	Країна походження	Об'єм продажів на світовому ринку (млн. доларів)	Частка у світовому об'ємі продажів
«Нестле» («Nestlé»)	Швейцарія	21900,000	25,27%
«Крафт Фудз» («Kraft Foods») «Mondelez International»	США	17300,000	19,97%
«Марс» («Mars»)	США	16800,000	19,39%
«Ferrero» («Фереро»)	Італія	7700,000	8,89%
«Hershey» («Херши»)	США	7146,000	8,25%
«Барі Колебаут» («Barry Callebaut»)	Швейцарія	5900,000	6,81%
«Штольверк» («Stollwerck»)	Німеччина	2737,900	3,16%
«Маестрані» («Maestrani»)	Італія	2561,600	2,96%
«Линдт & Шпрюнглі» (Lindt & Sprüngli)	США	1863,970	2,15%
«Валрона» («Valrhona»)	Франція	920,870	1,06%
«Валор» («Valor»)	Іспанія	709,550	0,82%
«Делафе» («DeLafée»)	Швейцарія	604,560	0,70%
«Godiva Chocolatier Inc.»)	Бельгія	504,210	0,58%

Друге місце (19,97%) займає компанія «Крафт фудз», що належить до групи «Монделез Інтернешенал», третє місце (19,39%) займає всесвітньовідома компанія Марс, що не сильно відстає від другого місця. Інші тридцять відсотків ринку

розділили між собою такі компанії, як «Фереро», «Херши», «Барі Колебаут» та інші.

Хотілося б відзначити, що значна доля ринку належить міжнародним корпораціям, збут товарів яких виготовляється майже у кожній країні світу. Такі корпорації мають свої представництва майже по всьому світу, іноді навіть спеціалізують різні види шоколаду для різних країн, різних культур, різних свят, різних типів та розпорядків життя.

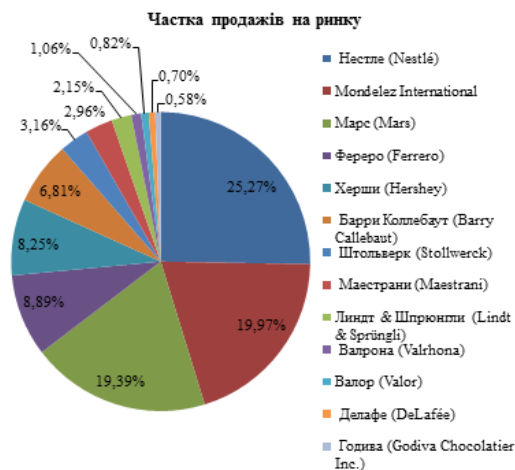


Рисунок 1 – Частка ринку збуту міжнародних кондитерських компаній за 2012 рік

Тобто шоколад стає не ексклюзивним продуктом, виробленим вручну, а уніфікованим та стандартизованим за смаком, формою та іншими характеристиками, благом, яке користується більшим попитом, ніж шоколад ексклюзивних брендів марок. Тому найбільшу увагу слід приділяти саме таким корпораціям, що ведуть не залишкову, а попереджувальну стратегію просування товарів на ринку.

Вважається, що прибуток компанії залежить лише від кількості позицій на ринку, тобто чим більше асортименту представлено, тим більше прибуток буде мати компанія. Дослідження були сконцентровані саме на шоколадній продукції, тому і позиції пов'язані з різними характеристиками шоколаду, такими як чорний шоколад, молочний шоколад, білий шоколад, пористий шоколад, цукерки, драже та інше. Інформацію щодо асортименту було взято з офіційних сайтів компаній, офіційних дистриб'юторських сайтів компаній - виробників чи спеціалізованих сайтів продажу шоколадних виробів. Різні компанії мають різні товарні позиції, хоч майже всі вони працюють у одній галузі виробництва. Кожна компанія унікальна і спеціалізується на своїх особливих асортиментних позиціях. Немає навіть двох компаній, що мають однаковий набір позицій. І також немає жодної компанії, що випускає всі 23 види продукції, тобто кожна з них вибрала для себе свій набір позицій та фокусується саме на них.

Таблиця 3 – Зіставлення частки компаній у світовому об'ємі продажу на 2012 рік з кількістю позицій на ринку

Компанія	Частка у світовому об'ємі продажів	Кількість позицій на ринку
Нестле (Nestlé)	36,45%	15
Монделез (Mondelez International)	27,08%	14
Марс (Mars)	19,18%	16
Фереро (Ferrero)	4,34%	13
Херши (Hershey)	4,03%	13
Барри Коллебаут (Barry Callebaut)	3,33%	6
Штольверк (Stollwerck)	1,54%	14
Маестрани (Maestрани)	1,45%	8
Линдт & Шпрюнглі (Lindt & Sprüngli)	1,05%	10
Валрона (Valrhona)	0,52%	10
Валор (Valor)	0,40%	13
Делафе (DeLafée)	0,34%	3
Годива (Godiva Chocolatier Inc.)	0,28%	11

Далі буде доцільним порівняти частку компанії у світовому об'ємі продажу товарів з кількістю позицій, представлених на ринку (табл. 3). Максимальна кількість позицій -23, мінімальна-1. Але жодна з компаній не має позицій більше ніж 16.

Різні компанії з різними частками ринку мають різну кількість представлених позицій. Тобто так, компанії, що мають велику частку ринку, а це компанії «Монделез», «Нестле» та «Марс», мають і найбільшу кількість позицій (16-14), але компанії з доволі меншою часткою продажів на ринку, наприклад, компанія «Штольверк», мають таку ж кількість позицій також (14). Наприклад, компанія «Фереро» має 4,34% ринку та 13 позицій, а компанія Валор при аналогічній кількості має лише 0,40% ринку. Компанії «Линдт & Шпрюнглі» та «Валрона» мають однакову кількість (10) позицій, але в компанії «Линдт & Шпрюнглі» ринкова доля, хоч трохи, але більше. Виробник шоколаду «Барри Коллебаут» має всього лише 6 позицій, але займає 3,33% ринку, опережаючи 7 інших виробників. Тобто, закономірність між кількістю позицій та часткою

ринку звичайно є, але це стосується лише великих корпорацій, у яких сконцентровано 70% усього ринку, так, вони дійсно реально диверсифіковані.

Проаналізуємо дані за допомогою математичного аналізу тренда, що допоможе виявити точну закономірність між двома параметрами: об'ємом продажів та часткою ринку (рис 2). Незалежний показник - кількість позицій на ринку, залежний показник - частка у світовому обсязі продажів товарів. Тенденція є, але дуже неявна, бо коефіцієнт достовірності апроксимації (R²) показує ступінь відповідності трендової моделі вихідним даним. Його значення може лежати в діапазоні від 0 до 1. Чим ближче R² до 1, тим точніше модель описує наявні дані. У нашому випадку, цей коефіцієнт дорівнює 0,301, це навіть менше 0,5, він більш до 0, ніж до 1. Все це виражає неточність опису моделі залежності кількості позицій на ринку та об'єму продажу. Рівняння моделі має наступний вигляд (формула 1):

$$y=0,013x-0,073 \quad (1),$$

де 0,013 – коефіцієнт незалежної змінної;
0,073 – коригуючий коефіцієнт моделі.

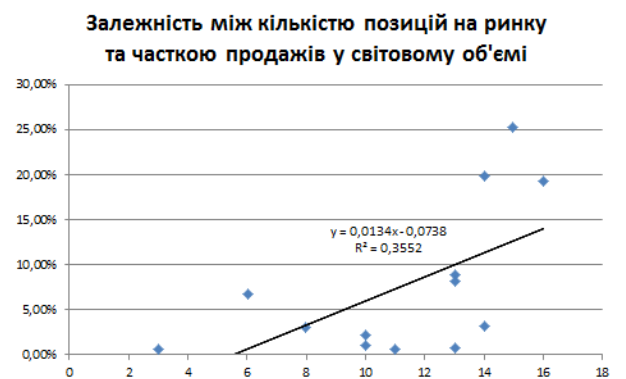


Рисунок 2 – Залежність між кількістю позицій на ринку часткою продажів у світовому об'ємі

Цей коефіцієнт (0,013) вказує на недоцільність збільшення товарних позицій для збільшення обсягу ринку. Тобто, збільшуючи на 1 будь-яку товарну позицію частка ринку збільшиться всього на 0,013%, що є не ефективним. Але й ця модель буде давати такий результат лише після шостої позиції та в незмінних умовах, таких як зовнішні та внутрішні фактори ринку, кількість ключових компаній та обсягу продажів їх продукції, незмінній кількості позицій.

Таким чином, проаналізувавши математичним та емпіричним методом отримані дані щодо обсягу збуту продукції констатуємо, що при виборі партнера для бенчмаркінгу не обов'язково вибирати найбільш диверсифікованого партнера та кількість позицій не є визначальною для успіху на ринку, вираженому у такому показнику, як обсяг продажів.

Список літератури: 1. Коваленко, О.В. Сутність та особливості бенчмаркінгу в антикризовому управлінні підприємством [Текст] / О.В. Коваленко // Механізм регулювання економіки. - 2009. - №3, Т.1. - С. 140-145. 2. Стратегічний бенчмаркінг: Як оцінює роботу вашої компанії проти кращих в світі. - Нью-Йорк: Wiley, 1993 3. Christopher A. Voss, Pär Åhlström, Kate Blackmon, (1997)

"Бенчмаркінг та експлуатаційні характеристики: деякі емпіричні результати", бенчмаркінг менеджменту якості і технологій, Vol. 4 Iss: 4, pp.273 – 285. 4. Інтернет-ресурс: офіційний сайт компанії «АВК» // <http://www.avk.ua/ua/>, 20.11.2015

Bibliography (transliterated): 1. *Kovalenko, O.V.* Essence and features of benchmarking in crisis management now [Text] / EV Kovalenko // mechanism of economic regulation. - 2009. - №3, Vol.1. - P. 140-145. 2. *Watson G.H.* Strategic benchmarking: How to rate your company's

performance against the world's best. - New York: Wiley, 1993. 3. *Christopher A. Voss, Pär Åhlström, Kate Blackmon,* (1997) "Benchmarking and operational performance: some empirical results", Benchmarking for Quality Management & Technology, Vol. 4 Iss: 4, pp.273 - 285. 4. Internet Resource: official site of the company "AVK" // <http://www.avk.ua/ua/>, 20.11.2015.

Надійшла (received) 19.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Корженко Марія Олександрівна – магістрант кафедри Менеджменту ЗЕД та фінансів, НТУ «ХПІ», Харків, Україна; тел: (063)1890340; e-mail makorzhenko@gmail.com

Korzhenko Mariya Oleksandrivna – Master's Degree student of FEA Management and Finance Department, NTU "KPI", Kharkiv, Ukraine; Phone number: (063)1890340; e-mail: makorzhenko@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

А. В. КОТЛЯРОВА, Т. І. КОЧЕТОВА

ФІНАНСОВА СТІЙКІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА ТА ФАКТОРИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА НЕЇ

В статті розглядається сутність і значення фінансової стійкості підприємства. Пропонується розробити ефективний інструментарій прогнозування первинних ознак фінансової нестійкості, враховуючи внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на фінансову стійкість підприємства. Зроблено висновки щодо використання комплексного показника оцінки фінансової стійкості підприємства.

Ключові слова: фінансова стійкість, фактори впливу на фінансову стійкість підприємства, фінансові ресурси, тип фінансової стійкості, показники оцінки фінансової стійкості.

Вступ. Умовою життєздатності будь-якого підприємства та основою його розвитку є забезпечення фінансової стійкості. Запорукою виживання підприємств в сучасних умовах господарювання є збереження та підтримка на достатньому рівні фінансової стійкості, яка є однією з найважливіших характеристик фінансового стану підприємства. Фінансово стійке підприємство здатне забезпечувати безперерйну виробничу діяльність, зберігати інвестиційну привабливість і здатність фінансувати подальший розвиток підприємства.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Теоретичні та методичні аспекти управління фінансовою стійкістю підприємства розглядаються в наукових працях провідних науковців України та зарубіжних фахівців: І. О. Бланка, О. І. Барановського, В. В. Вітлінського, І. В. Дем'яненко, Г. В. Савицької, Н. М. Ушакової, В. К. Савчука, В. В. Ковальова, О. С. Стоянової, А. Д. Шеремета, Дж. Ван Хорна, Д. Нортон, С. Бріггема та інших. В їхніх дослідженнях надано визначення категорії «фінансова стійкість підприємства» та розроблено рекомендації щодо її оцінки та збереження. Проте аналізу конкретного і точного переліку факторів, що можуть вплинути на діяльність організації, приділено недостатньо уваги. Тому важливим є саме розгляд чинників впливу на функціонування суб'єктів господарської діяльності.

Мета статті. Метою є дослідження понятійного апарату категорії «фінансова стійкість» та вивчення впливу факторів на діяльність підприємства і на рівень фінансової стійкості.

Постановка проблеми. Діяльність будь-якого підприємства в умовах ринкової економіки постійно піддається впливу різноманітних факторів та невизначених чинників, зумовлених зростанням конкуренції на ринку або нестабільністю політичної ситуації в країні. Це може призвести як до позитивних, так і до негативних змін в організації. Збереження фінансової стійкості підприємства і мінімізація впливу фінансових ризиків на сьогоднішній день є необхідною умовою існування підприємства. Саме тому дослідження факторів і аналіз причин, що спричиняють появу негативних тенденцій і явищ у розвитку підприємств України набувають особливої актуальності.

Матеріали та результати досліджень. Дослідження різних точок зору стосовно змісту

поняття «фінансова стійкість» показує, що по досліджуваній проблемі немає єдиного погляду різних авторів. Більшість із них представляють фінансову стійкість більш вузько, ніж варто було б, виражаючи фінансову стійкість одним або двома показниками. Однак очевидно, що фінансова стійкість – багатомірне економічне явище, яке виражається системою показників. Фінансова стійкість є комплексною, багатофакторною економічною категорією.

Тобто поняття фінансової стійкості підприємства можна визначити як здатність здійснювати основні та інші види діяльності в умовах підприємницького ризику та змін середовища бізнесу з метою максимізації економічної вигоди власників, зміцнення конкурентних переваг підприємства з урахуванням інтересів суспільства та держави.

Фінансовий стан підприємства, його стійкість та стабільність залежать від виробничої, комерційної і фінансової діяльності. Якщо виробничі та фінансові плани успішно виконуються, то це має позитивний вплив на фінансове становище підприємства. І навпаки, в результаті спаду виробництва та продаж відбувається підвищення її собівартості, зменшується виручка та сума прибутку, і як наслідок, погіршується фінансове становище підприємства та його платоспроможність.

Умовами, що визначають рівень фінансової стійкості підприємства є її фактори, як зовнішні так і внутрішні. Зовнішні фактори не залежать від підприємства, внаслідок чого воно не здатне впливати на них і повинне до них пристосовуватися. До зовнішніх факторів належать: загальний фінансовий стан держави; рівень політичної стабільності в країні; державна економічна, кредитно-фінансова, податкова, облікова, інвестиційна політика в країні; рівень інфляції в країні; рівень безробіття; зовнішньоекономічна політика держави; розвиток фінансового і страхового ринку; рівень конкурентної боротьби.

Внутрішні фактори вважають залежними, тому підприємство завдяки впливу на них, має спроможність корегувати свою фінансову стійкість. До внутрішніх факторів впливу на фінансову стійкість підприємства відносяться: галузева належність; структура продукції (послуги), її частка в загальному платоспроможному попиті; конкурентно-здатність продукції; рівень технічної оснащеності виробництва та застосування новітніх технологій; стан майна і

фінансових ресурсів; структура та динаміка витрат; розмір статутного капіталу.

На сьогоднішній день найбільше впливають на фінансову стійкість підприємства нестабільність політичної і економічної ситуації в країні та високий зріст інфляції. Як економічні, так і фінансові чинники можуть зумовити виникнення кризових явищ, банкрутство і ліквідацію підприємства.

Безумовно, значний вплив на фінансову стійкість підприємства справляють зовнішні фактори, але підприємство безпосередньо може управляти лише внутрішніми чинниками, такими, як якість управління прибутком та структурою власних і позикових коштів підприємства. Вкрай необхідно формувати на підприємстві ефективну систему управління фінансовою стійкістю на основі застосування методів прогнозування, планування, аналізу та контролю фінансовою стійкістю. Найретельніше необхідно аналізувати вплив тих чи інших факторів на фінансову стійкість. Тому саме дії менеджменту, які направлені на формування ефективної системи управління, своєчасну оцінку ризиків дозволять запобігти кризових явищ.

В таких умовах необхідно розробити ефективний інструментарій прогнозування первинних ознак фінансової нестійкості.

Перш за все, фінансова стійкість залежить від фінансового потенціалу підприємства. Фінансовий потенціал визначається обсягом власних та залучених фінансових ресурсів підприємства. Ефективність управління фінансовою стійкістю підприємства залежить від раціональної структури управління його капіталом.

Ступінь залежності від зовнішніх джерел фінансування впливає на тип фінансової стійкості підприємства. Слід виділити такі типи фінансової стійкості:

- 1) абсолютна стійкість фінансового стану;
- 2) нормальна стійкість фінансового стану;
- 3) нестійке фінансове становище,
- 4) кризовий фінансовий стан.

По типу та змінам фінансової стійкості є можливість судити про надійність підприємства з точки зору платоспроможності. Дуже висока фінансова залежність може призвести до втрати платоспроможності підприємства, тому оцінка фінансової стійкості є важливою складовою фінансового аналізу.

Одним із інструментів, який характеризує структуру капіталу, є фінансовий леверидж, за допомогою якого визначається оптимальне відношення між ризиком та очікуваною доходністю. Чим вище показник фінансового левериджу, тим вище ризик, що приведе до падіння платоспроможності та потенційному банкрутству підприємства.

Для повної оцінки фінансової стійкості підприємства необхідний детальний аналіз, який передбачає:

- визначення загальної фінансової стійкості;
- визначення забезпеченості власними оборотними коштами;

- оцінку фінансової стійкості у відношенні формування запасів та витрат, а також всіх оборотних активів;

- визначення типу фінансової стійкості.

Також доцільним, на наш погляд, є формування комплексного показника, який надасть змогу проаналізувати фінансову стійкість як у короткостроковому так і в довгостроковому плануванні, враховуючи всі аспекти діяльності підприємства.

До системи показників оцінки фінансової стійкості слід віднести:

- прибутковість,
- показники ліквідності та платоспроможності;
- показники ділової активності;
- коефіцієнт автономії;
- коефіцієнт концентрації залученого капіталу;
- коефіцієнт маневреності власних коштів;
- коефіцієнт фінансової стійкості;
- коефіцієнт забезпеченості оборотних активів;
- коефіцієнт фінансового левериджу;
- показники ймовірності банкрутства.

Для забезпечення фінансової стійкості підприємства потрібен у достатніх розмірах прибуток, щоб його вистачало для погашення своїх забор'язань перед усіма контрагентами, тобто в основі фінансової стійкості лежить його платоспроможність. Однак, для успішного розвитку підприємства необхідно щоб і після всіх розрахунків і виконання всіх забор'язань у нього залишався прибуток. Своєю чергою, для досягнення і підтримання фінансової стійкості важливий не тільки обсяг прибутку, але і його рівень щодо вкладеного капіталу або витрат, тобто рентабельність діяльності підприємства.

Фінансово стійким можна вважати тільки таке підприємство, яке має достатньо власного капіталу для свого розвитку. Для досягнення фінансової стійкості у підприємства має бути гнучка структура фінансових ресурсів, щоб у разі необхідності мати змогу до залучення коштів, тобто бути кредитоспроможним.

Висновки. Отже, фінансова стійкість є важливим показником для підприємства і постійно повинна бути під контролем фінансових менеджерів. Процес забезпечення фінансової стійкості має бути націлений на мінімізацію негативного впливу зовнішнього та внутрішнього середовища на діяльність підприємства. Головними принципами підтримання фінансової стійкості є: активне реагування на зміни внутрішніх та зовнішніх факторів; системність управління; використання комплексного показника оцінки фінансової стійкості та проведення постійного моніторингу за його показниками. Тому, ми вважаємо, що даний підхід допоможе запобігти банкрутству підприємства, унеможливить кризові ситуації та мінімізує вплив факторів у наступному періоді.

Список літератури: 1. Білик, М. Д. Фінансовий аналіз [Текст] : навч. Посібн. / М. Д. Білик. – К. : Изд-во КНЕУ, 2005. – 588 с. –

ISBN 912-361-291-4. **2.** Подольська, В. О. Комплексна оцінка фінансової стійкості підприємства / В. О. Подольська, О. О. Оржинська // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації : зб. Наук. Праць. – 2009. – № 4(35). – С. 136-142. **3.** Лактіонова, Л. А. Фінансовий аналіз суб'єктів господарювання [Текст] : навчальний посібник / Л. А. Лактіонова. – К. : КНЕУ, 2006. – 388 с. – ISBN 966-574-221-3. **4.** Савицька, Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства [Текст] : навчальний посібник / Г. В. Савицька. – 3-тє вид. виправл. I доп. – К. : Знання, 2007. – 943с. – ISBN 966-346-291-4.

912-361-291-4. **2.** Podolska, V. O. Complexna otsinka finansovoї stiykosti pidpriemstv / V. O. Podolska, O. O. Orzhinska // Naukovyj visnyk Poltavskogho universytetu spozhyvchoji kooperaciji : zb. Nauk. Pracj. – 2009. – # 4(35). – P. 136-142. **3.** Lakhtionova, L. A. Finansovyj analiz sub'ektiv ghospodarjuvannja [Tekst] : navchaljnij posibnyk / L. A. Lakhtionova. – K. : KNEU, 2006. – 388 p. – ISBN 966-574-221-3. **4.** Savycjka, G. V. Ekonomichnyj analiz dijalnosti pidpryjemstva [Tekst] : navchaljnij posibnyk / G. V. Savycjka. – 3-tje vyd. vypravl. I dop. – K. : Znannja, 2007. – 943p. – ISBN 966-346-291-4.

Надійшла (received) 06.04.2015

Bibliography (transliterated): 1. Bilik, M. D. Finansovy analiz [Tekst] : navch. Posibn. / M. D. Bilik. – K. : Izd-vo KNEU, 2005. – 588 p. – ISBN

Відомості про авторів / About the Authors

Котлярова Ангеліна Вікторівна – доцент кафедри Менеджменту ЗЕД та фінансів НТУ «ХПІ», Харків, Україна, e-mail: osma4ko@mail.ru

Kotliarova Anhelina – Associate Professor of FEA Management and Finance Department, Kharkiv, Ukraine; e-mail: osma4ko@mail.ru

Кочетова Тетяна Іванівна – доцент кафедри Менеджменту ЗЕД та фінансів НТУ «ХПІ», Харків, Україна.

Kochetova Tetiana – Associate Professor of FEA Management and Finance Department, Kharkiv, Ukraine.

Н. В. КУЗЬМИНЧУК**ДЕРЖАВНИЙ БОРГ ЯК ОБ'ЄКТ МАКРОФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ**

Розглянуто основні підходи до визначення державного боргу. Визначено сутність і суспільне призначення державного боргу як об'єкта макрофінансового аналізу. Проаналізовано динаміку державного (внутрішнього і зовнішнього) та гарантованого державою боргу України за період 2004–2014 рр. Визначено специфічні особливості сучасного етапу формування боргових зобов'язань. Обґрунтовано важливість прийняття концептуальних засад на загальнодержавному рівні щодо формування боргової стратегії України, спрямованої на стабільне економічне зростання за рахунок забезпечення і збереження приросту ВВП шляхом використання кредитних ресурсів на інвестиційні цілі, а не споживчі.

Ключові слова: державний борг, гарантований державою борг, внутрішній борг, зовнішній борг

Вступ. Залучення державою боргових ресурсів є способом покриття дефіциту державного бюджету і, відповідно, одним з інструментів грошово-кредитної політики та політики регулювання платіжного балансу країни. За останні роки Україною залучено великий обсяг боргових ресурсів, що обумовило відповідне зростання витрат на обслуговування державного боргу, і, як наслідок, стало основним тягарем для державного бюджету та головним фактором економічної і фінансової нестабільності в державі.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Основу дослідження теоретико-методичних та практичних аспектів державного боргу становлять праці провідних вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких О. В. Бабінська [12], Л. Я. Бенч [5], О. І. Бец [5], Т. П. Вахненко [1-2], В. М. Глібчук [3], І. С. Дулин [6], Г. Я. Ільницька-Гикавчук [6], Г. Р. Кісь [3], Н. О. Кухарська [4], В. М. Козменко [12], В. В. Лісовенко [5], О. П. Макар [6], О. Г. Осауленко [8], С. К. Харічкова [4], І. М. Школа [12] та ін. Проте різноманітність аспектів впливу державного боргу на економічний розвиток України обумовлює необхідність та актуальність досліджуваної проблематики.

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з характерних особливостей сучасної світової економіки є існування глобальної заборгованості. Сьогодні у світі неможливо знайти державу, яка спроможна була б обходитися без боргів: внутрішніх чи зовнішніх. До перших, як правило, вдаються індустріально розвинуті країни, до других - країни, що розвиваються [3, с. 24].

Погоджуємось із думкою, що суспільне призначення державного боргу як об'єкта макрофінансового регулювання полягає в розширенні фінансових можливостей фіска за рахунок використання специфічного кредитного інструментарію для забезпечення ресурсами,

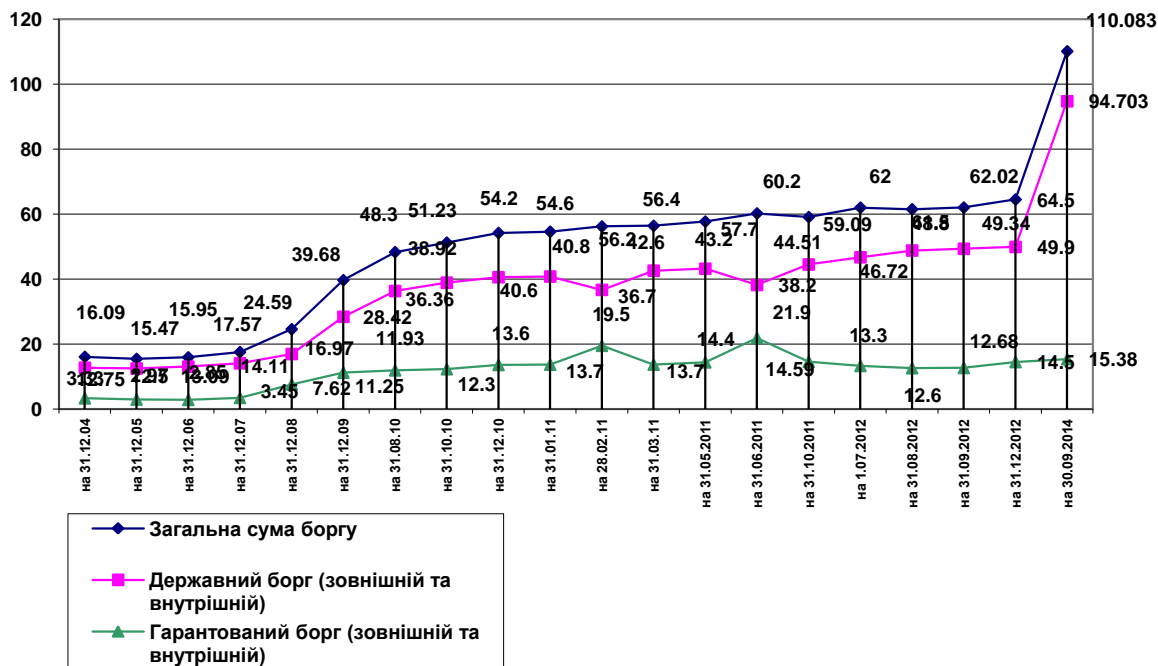
необхідними для виконання економічних, соціальних і політичних функцій [5, с. 9].

На рис. 1 наведено динаміку державного та гарантованого державою боргу України за 2004-2010 рр.

Сума державного та гарантованого боргу на кінець 2011 року становила 473,12 млрд. грн., тобто відбулося зростання порівняно з кінцем 2010 року на 40,82 млрд. грн. або на 9,44%. Дане збільшення стосується практично всіх статей державної заборгованості.

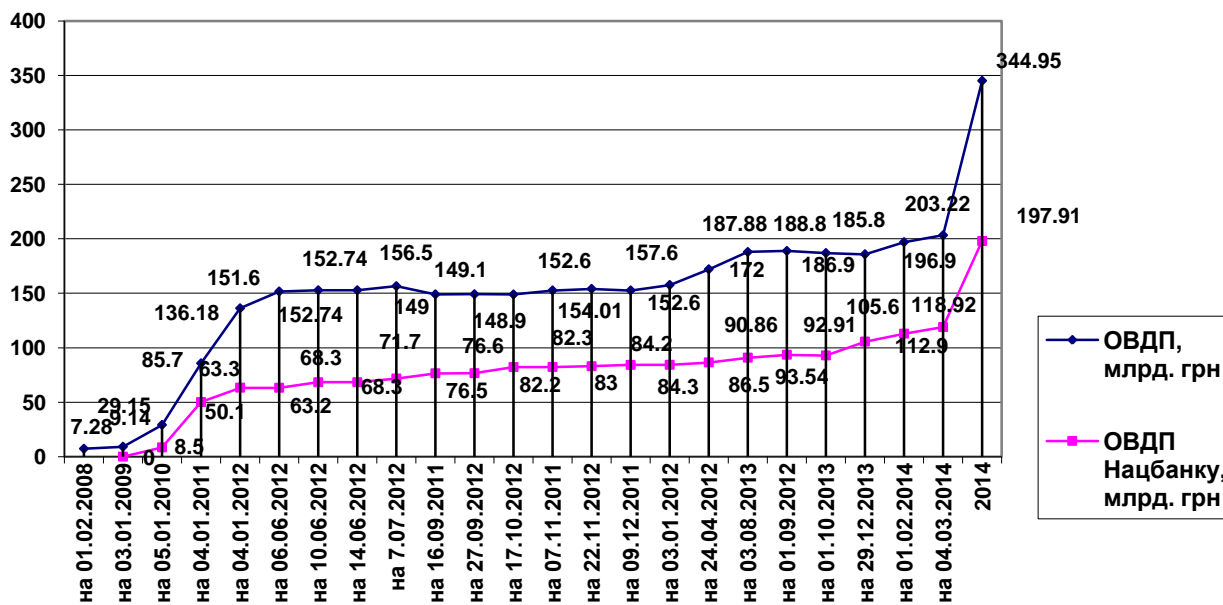
В свою чергу у 2012 р. величина державних зобов'язань збільшилась на 42,39 млрд. грн. чи 8,96%, внаслідок чого становила на кінець 2012 р. 515,51 млрд. грн. Така динаміка обумовлена зростанням внутрішнього державного боргу на 28,83 млрд. грн. (17,85%) та внутрішнього гарантованого боргу – на 3,97 млрд. грн. (32,43%). За підсумками 2013 р. розмір державного та гарантованого державою боргу становив 584,37 млрд. грн. Таким чином, порівняно з попереднім роком, відбулося зростання державного та гарантованого державою боргу України на 68,86 млрд. грн., тобто на 13,36%. Найбільш стрімкими темпами зростав державний внутрішній борг – на 66,66 млрд. грн., або 35,03%. У 2014 р. загальна сума боргу зросла на 88,4%, а з урахуванням того, що сума гарантованого внутрішнього боргу зменшилась на 3,53 млрд. грн., що становить 3,41% порівняно з попереднім роком, то загальне збільшення обумовлене значним зростанням зовнішнього боргу України.

Загальний державний і корпоративний борг України збільшилися з 103,3 млрд. дол., станом на кінець 2009 р., до 134,37 млрд. дол. станом на кінець першого півріччя 2013 р. (на 30%). У 2014 р. загальний державний борг склав 110,08 млрд. грн., що свідчить про значне його зростання.



Джерело: складено автором за [7].

Рис. 1 – Динаміка державного (внутрішній і зовнішній) та гарантованого державою боргу України, млрд. дол.



Джерело: складено автором за [7].

Рис. 2 – Динаміка ОВДП України, млрд. грн.

Сума облігацій внутрішньої державної позики, які знаходяться в обігу, характеризується значним зростанням з березня 2014 р. до кінця року, коли загальний обсяг ОВДП в обігу становив 344,95 млрд. грн. порівняно із 185,8 млрд. грн. на кінець 2013 р. (рис. 2).

Пріоритетні напрямки удосконалення основних організаційно-економічних механізмів залучення зовнішніх грошових ресурсів для ефективного розвитку національної економіки і запобігання необґрунтованому зростанню зовнішньої

заборгованості полягають у розробленні і реалізації методів та інструментів політико-правової, економіко-соціальної та іншої дії для забезпечення ефективного використання залучених коштів на державному рівні, оптимізації боргової політики в процесі раціонального використання наявного економічного потенціалу.

Світовий досвід підтверджує, що, незалежно від організаційної структури, ефективна система управління боргом має ґрунтуватися на таких принципах, як [6]: установлення конкретних цілей боргової політики; чітке розмежування сфер

відповідальності та підзвітності між монетарною і борговою політикою; визначення стратегічних меж боргової політики; налагодження системи оцінки та моніторингу результатів управління портфелем державних зобов'язань та інформаційне забезпечення прийняття управлінських рішень для ефективного управління державними зобов'язаннями тощо.

Висновки. За результатами проведеного дослідження можна зробити висновки, що стан державного боргу в Україні характеризується тенденціями стійкого зростання як розміру самого боргу, так і витрат на його обслуговування. У 2008-2014 рр. розмір державного та гарантованого державою боргу України мав тенденцію постійного зростання. При цьому істотне збільшення величини внутрішнього державного боргу у 2009-2013 рр. обумовлене переорієнтацією уряду на внутрішні джерела фінансування та тимчасовим призупиненням співробітництва між Україною та Міжнародним валютним фондом. Натомість у 2014 р. відбулося різке переорієнтування державної боргової політики в бік збільшення зовнішніх запозичень за рахунок відновлення співробітництва з МВФ, кредити якого спричинили зростання у 2014 р. державного боргу України більше, ніж на 80%. З урахуванням зменшення суми внутрішнього боргу, зростання відбулося саме за рахунок зовнішнього державного боргу. **Перспективами подальших досліджень** є формулювання концептуальних засад боргової стратегії України, спрямованої на стабільне економічне зростання за рахунок забезпечення і збереження приросту ВВП шляхом використання кредитних ресурсів на інвестиційні цілі, а не споживчі. Така стратегія потребує використання і застосування системного підходу до управління державним боргом на загальнодержавному рівні.

Список літератури: 1. Вахненко Т. Зовнішні корпоративні запозичення та ризики для фінансової стабільності / Т. Вахненко // Дзеркало тижня. – 2014. – № 6. – 16 лютого. – С. 9. 2. Вахненко Т. Концептуальні засади управління зовнішнім національним боргом України / Т. Вахненко // Економіка України. – 2007. – № 1. – С. 14-24. 3. Глібчук В. М. Сутність державного боргу та його вплив на економіку України / В.М. Глібчук, Г.Р. Кісь // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону. – 2012. – Вип. 8(2). – С. 24-28. 4. Кухарська Н. О. Міжнародна економічна діяльність України / Н. О. Кухарська, С. К. Харічкова. – Х. : Одісей, 2013. – 456 с. 5. Лісовенко В. В. Державний борг: концептуальні засади та макроекономічні аспекти / В.В. Лісовенко, Л.Я. Бенч, О. І. Беца // Фінанси України. – 2014. – № 12. – С. 7-31. 6. Макар О. П. Світовий досвід управління державним боргом та перспективи його застосування в Україні / О. П. Макар, Г. Я. Ільницька-Гикавчук, І.

С. Дулін [Електронний ресурс] // Ефективна економіка. – 2013. – №10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2435> 7. Матеріали сайту Міністерства фінансів України [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=224493. Цитовано за версією сайту 13.04.2014 р. 8. Осауленко О. Г. Проблема неплатежів в державному управлінні та шляхи її вирішення / О. Г. Осауленко. – К.: КНЕУ, 2011. – 48 с. 9. Пасічник Ю.В. Бюджетний потенціал економічного зростання в Україні: монографія / Ю.В. Пасічник. – Донецьк: Юго-Восток ЛТД, 2010. – 642 с. 10. Федосов В. М. Государственные финансы / Федосов В. М., Огородник С. Я., Сутормина В. М. – К.: Лыбидь, 1991. – 342 с. 11. Чугунов І. Я. Бюджетний механізм регулювання економічного розвитку: монографія / І. Я. Чугунов, Ю.О. Лупенко, Н.І. Костіна, І.О. Луніна. – К.: НІОС, 2009. – 485 с. 12. Школа І. М. Міжнародні економічні відносини / І. М. Школа, В. М. Козменко, О. В. Бабінська. – Чернівці: Книги-XXI, 2014. – 544 с. 13. Юдина І. Н. Денежно-кредитна політика як фактор дестабілізації фінансової системи країни (на прикладі країн з формуючимися ринками) / І. Н. Юдина // Проблеми сучасної економіки. – 2011. – № 2 (26). – С. 49-53.

Bibliography (transliterated): 1. Vakhnenko T. Zovnishni korporativni zapozychennia ta ryzyky dlia finansovoi stabilnosti / T. Vakhnenko // Dzerkalotyzhnia. – 2014. – № 6. – 16 liutoho. – P. 9. 2. Vakhnenko T. Kontseptualni zasady upravlinnia zovnishnim natsionalnym borhom Ukrainy / T. Vakhnenko // Ekonomika Ukrainy. – 2007. – № 1. – P. 14-24. 3. Hlibchuk V.M. Sutnist' derzhavnoho borhu ta joho vplyv na ekonomiku Ukrainy / V.M. Hlibchuk, H.R. Kis' // Aktualni problemy rozvytku ekonomiky rehionu. – 2012. – Vyp. 8(2). – P. 24-28. 4. Kukhars'ka N. O. Mizhnarodna ekonomichna diialnist' Ukrainy / N. O. Kukhars'ka, S. K. Kharichkova. – Kh. : Odissej, 2013. – 456 p. 5. Lisovenko V.V. Derzhavnyj borh: kontseptualni zasady ta makroekonomichni aspekty / V.V. Lisovenko, L.Ya. Bench, O. I. Bets // Finansy Ukrainy. – 2014. – № 12. – P. 7-31. 6. Makar O. P. Svitovij dosvid upravlinnia derzhavnym borhom ta perspektivy joho zastosuvannia v Ukraini / O.P. Makar, H. Ya. Pnyts'ka-Hykvachuk, I. S. Dulyn [Elektronnyj resurs] // Efektyvna ekonomika. – 2013. – № 10. – Rezhym dostupu: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=2435> 7. Materialy sajtu Ministerstva finansiv Ukrainy [Elektronnyj resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.minfin.gov.ua/control/uk/publish/archive/main?cat_id=224493. Tsytovano za versieiu sajtu 13.04.2014 y. 8. Osauleiko O. H. Problema neplatezhiv v derzhavnomu upravlinni ta shliakhy ii vyreshennia / O. H. Osauleiko. – K.: KNEU, 2011. – 48 p. 9. Pasichnyk Yu. V. Biudzhetyj potentsial ekonomichnoho zrostantia v Ukraini: monohrafiia / Yu.V. Pasichnyk. – Donetsk: Yugo-Vostok LTD, 2010. – 642 p. 10. Fedosov V. M. Hosudarstvennye fyansy / Fedosov V. M., Ohorodnyk S. Ya., Sutormyna V. M. – K.: Lybyd', 1991. – 342 p. 11. Chuhunov I. Ya. Biudzhetyj mekhanizm rehuliuвання ekonomichnoho rozvytku: monohrafiia / I. Ya. Chuhunov, Yu. O. Lupenko, N. I. Kostina, I. O. Lunina. – K.: NIOS, 2009. – 485 p. 12. Shkola I. M. Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny / I. M. Shkola, V. M. Kozmenko, O. V. Babins'ka - Chernivtsi : Knyhy-KhKhI, 2014. – 544 p. 13. Yudyna Y. N. Denezhno-kredytnaia polityka kak faktor destablyzatsyy finansovoy systemy strany (na prymerе stran s formyruischiymysia rynkamy) / Y. N. Yudyna // Problemy sovremennoj ekonomyy. – 2011. – № 2 (26). – P. 49-53.

Надійшла (received) 23.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Кузьминчук Наталія Валеріївна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», тел. 050-918-59-77, email: nkuzminchuk@ukr.net

Kuzmynchuk Nataliia – PhD, Department of economic cybernetics and marketing management, National technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», tel. 050-918-59-77, email: nkuzminchuk@ukr.net

В. О. МЯСНИКОВ

АДАПТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ МАШИНОБУДУВАННЯ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЇХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Запропоновано теоретичні основи адаптивного управління як напрям забезпечення та активізації інноваційного розвитку підприємств машинобудування. Узагальнено та систематизовано погляди вчених на розуміння економічної сутності понять «управління», «адаптивне управління», «розвиток», «інноваційний розвиток». Розглянуто особливості адаптивного управління підприємствами машинобудування. Визначено фактори, які стримують підвищення інноваційного розвитку та конкурентоспроможності підприємств машинобудування. Обґрунтовано, що адаптивне управління є основою розробки стратегії адаптації підприємства машинобудування на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях; взаємозв'язаний комплекс управлінських дій суб'єктів функціонування, які націлені на збереження та зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку в умовах мінливості середовища його функціонування за допомогою реалізації механізму управління інноваційними процесами на основі спостереження (діагностування) стану системи управління.

Ключові слова: управління, адаптивне управління, підприємства машинобудування, розвиток, інноваційний розвиток.

Вступ. В умовах глобалізації інноваційний розвиток підприємств машинобудування можливий за умови активізації економічних процесів в Україні. Зростання інформаційних потоків на підприємствах машинобудування, недостатній рівень конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку зумовили потребу в запровадженні дієвої та сучасної теорії управління, зокрема адаптивного управління, яка дозволить керівництву визначити стратегічно-орієнтований напрям його діяльності та забезпечить стійкі позиції на конкурентному ринку у довгостроковій перспективі. Така система управління повинна відрізнятися динамічністю, гнучкістю, здатністю не лише швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, а й обумовлювати їх. У цьому зв'язку в останні роки зросла кількість наукових публікацій, присвячених дослідженню проблем формування системи адаптивного управління підприємствами, яка повинна визначати пріоритети при формуванні інструментів впливу на суб'єкти інноваційного розвитку, здатна задавати необхідні пропорції розвитку з метою досягнення скоординованості їх параметрів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. З огляду на специфіку тематики дослідження серед наукових доробок щодо вивчення проблем адаптації підприємств машинобудування до мінливості зовнішнього та внутрішнього середовища, спрямованих на забезпечення ефективного їх інноваційного розвитку слід відзначити роботи С. Б. Алексєєва [1], Н. В. Білошкурської [2], Т. Г. Васильців та О. Р. Бойкевич [3], Кудлаєнко [8], ін. Питання інноваційного розвитку підприємств, оцінки його ефективності ґрунтовно досліджені в працях вітчизняних (С. Ілляшенка [5], Н. Кузьминчук [9], В. Гейця [12], П. Перерви [14], А. Яковлева [19]) та зарубіжних (Б. Мільнера [4], М. Портера [13], Й. Шумпетера [18]) вчених.

Проте, окрім питання формування ефективної системи адаптивного управління підприємством з позиції теорії залишаються не досить дослідженими і потребують більш ґрунтовного вивчення, що актуалізується в розрізі вирішення комплексних економічних проблем для забезпечення стійкого

функціонування підприємств машинобудування.

Метою статті є удосконалення теоретичного підґрунтя дослідження шляхом узагальнення та систематизації поглядів вчених на розуміння економічної сутності понять «управління», «адаптивне управління», «розвиток», «інноваційний розвиток» як основи забезпечення інноваційного розвитку підприємств машинобудування.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аналіз інноваційних процесів у вітчизняному промисловому секторі показав, що для підприємств цієї галузі інноваційна діяльність досі не стала пріоритетною, що є наслідком дії цілої низки стримуючих факторів. На рівні підприємств до головних проблем віднесено високу ризикованість при впровадженні інновацій. Тому ведеться Пошук ефективних методів управління інноваційними процесами на підприємствах, до яких, зокрема, можна віднести адаптивне управління як певний інструментарій задля інформаційно-аналітичного забезпечення процесу прийняття ефективних управлінських рішень; дослідження (моніторинг) внутрішніх і зовнішніх чинників, що викликають певні зміни та коливання; визначення та прогнозування життєвого циклу інновацій, його тривалості в цілому та за окремими етапами; підвищення кваліфікації менеджерів задля забезпечення ефективності управління. Низький рівень конкурентоспроможності вітчизняних підприємств машинобудування потребує негайного вирішення, що можливе лише за умови постійного оновлення технологій, товарів і послуг, формування ринків збуту, підвищення кваліфікації персоналу, ефективного використання наявного інноваційного потенціалу та стимулювання його розвитку, що серед іншого потребує застосування сучасних ефективних систем менеджменту. Обґрунтування теоретичних аспектів адаптивного управління як напрям забезпечення та активізації інноваційного розвитку підприємств потребує визначення та уточнення ключових понять, зокрема: «розвиток», «інноваційний розвиток», «управління», «адаптивне управління».

Розвиток властивий будь-яким об'єктам, зокрема, таким складним і системним, як підприємство.

Поняття «розвиток» може розглядатися як якісні зміни, що ведуть до появи нової якості, зміцнюють життєстійкість системи, слугують умовою надійного забезпечення високих темпів економічного зростання. В сучасних умовах господарювання досягти гармонійного та стійкого розвитку підприємств машинобудування неможливо без інноваційної складової. Саме інноваційний розвиток забезпечує конкурентні переваги підприємств, сприяє вирішенню проблем та досягненню цілей, зокрема, визначених у Програмі економічних реформ на 2010-2014 роки, де наголошується про необхідність активізації інноваційних процесів у вітчизняній економіці, розвитку високотехнологічних та наукоємних виробництв [15]. На основі узагальнення наукових праць вчених [4, 9, 12, 18, 19] під інноваційним розвитком підприємства розуміємо складний безупинний процес зміни його якісного стану через впровадження інновацій у всіх сферах його життєдіяльності з метою підвищення конкурентоспроможності, ділової активності, забезпечення фінансової стійкості, ліквідності й платоспроможності.

Ефективність розвитку підприємства залежить від якості управління таким об'єктом. У сучасній науковій літературі представлено велике розмаїття підходів до визначення сутності поняття «управління». Авторське тлумачення управління може бути представлено наступним чином: процес організації впливу на систему в умовах збереження стійкості її стану, зміни або надання їй нових властивостей і якостей з метою реалізації цілей.

Управлінська діяльність має низку притаманних їй особливостей, а саме: самостійне цілепокладання (суб'єкт управлінської діяльності, як правило, формує не тільки мету своєї діяльності, а й мету діяльності керованої системи); опосередкованість результату управлінської діяльності (результатом такої діяльності є керуючий вплив, який чиниться на керовану систему); творчий характер; необхідність моделювання (передбачення, прогнозування поведінки керованої системи залежно від керуючих впливів); відповідальність суб'єкта управління за процес і результати своєї діяльності; розвиток і адаптація (особливістю управлінської діяльності є необхідність розвитку як суб'єкта управління, так і керованої системи, а також їх адаптації до мінливих зовнішніх і внутрішніх умов) та ін.

Одним з основних засобів забезпечення інноваційного розвитку підприємств машинобудування є адаптація. Для виживання і розвитку своєї діяльності за допомогою утримання конкурентних переваг підприємству необхідно здійснювати адекватні стратегічні і тактичні зміни у своїй діяльності, що також забезпечуються реалізацією адаптаційних заходів. Взагалі поняття «адаптація» (лат. *adapto* - пристосування) в якості інструмента впливу на керований об'єкт генеалогічно набуло свого поширення з області біології та соціології в область кібернетики, математичних і технічних наук через розвиток теорії управління

об'єктами при значній апріорній невизначеності умов їх функціонування і факторів впливу на них. Сьогодні вже термін «адаптація», закріпившись в інженерній сфері управління, зокрема в рамках теорії автоматизації об'єктів управління, потребує більш детального визначення з точки зору роз'яснення його прояву в економіці [17, с. 299].

Так, С. В. Кудлаєнко під адаптацією розуміє організація цілеспрямованого впливу на об'єкт, який спрямований на досягнення раніше поставлених цілей; з врахуванням особливостей складних систем: адаптація – це процес цілеспрямованої зміни параметрів та структури системи, яка полягає у визначенні критеріїв її функціонування та виконання цих критеріїв [8, с. 173]. Б. Алексєєв [1] визначає адаптацію як процес розробки і здійснення заходів, спрямованих на змінення внутрішнього середовища підприємства відповідно до вимог зовнішнього середовища. Светуцьков С. Г. у роботі [16] визначає адаптацію підприємств як процес пристосування їх параметрів до невизначених умов зовнішнього середовища, який забезпечує підвищення ефективності їх функціонування на протязі усього життєвого циклу. Н. В. Білошкурська зауважує, що адаптація підприємств є процесом пристосування та діяльності до зовнішнього середовища, а також ефективного використання його виробничого потенціалу [2, с. 102].

Отже, адаптація стає для багатьох підприємств машинобудування є не лише способом виходу з кризового фінансового стану, а й метою забезпечення інноваційного розвитку за допомогою підвищення ефективності використання ресурсів, забезпечення гармонії інтересів із суб'єктами зовнішнього середовища, збереження ринкових позицій. Згідно з системним підходом, в загальному випадку поняття «адаптація» може розглядатися у трьох аспектах:

1) адаптація як властивість системи пристосовуватися до можливих змін функціонування (варто вживати термін «адаптивність», говорячи про відповідну властивість систем управління);

2) адаптація як сам процес пристосування адаптивної системи;

3) адаптація як метод, заснований на накопиченні й обробці інформації та пристосований для досягнення деякого критерію оптимізації (варто наголосити про методи адаптації, про адаптивні алгоритми, які використовують метод адаптації, а побудовані в такий спосіб моделі варто називати адаптованими) [16]. Об'єднання цих трьох аспектів вираження адаптації дозволяє досліджувати поняття «адаптація» (як процес), «адаптивне управління» (як функція, що поєднує процес та механізми адаптації), «система адаптивного управління» (як синергічне об'єднання принципів, законів адаптації в системі управління з реалізацією методів, алгоритмів й моделі адаптивного управління).

У дійсності поняття адаптації підприємства до впливу зовнішнього середовища є більш широким і універсальним, таким, що передбачає внесення змін у його діяльність з метою забезпечення інноваційного

розвитку та узгодження інтересів підприємства з інтересами зовнішнього середовища.

Адаптація підприємства до нововведень є найбільш складним і трудомістким видом, оскільки заходи, які розробляються з метою забезпечення відповідності технічного рівня підприємства досягненням науки й техніки відрізняються широким масштабом, стосуються діяльності практично всіх підрозділів, вимагають залучення кваліфікованих фахівців, значної інвестиційної підтримки й повинні бути проведені в стислі проміжки часу [3, с. 33].

Практика свідчить, адаптація підприємства до нововведень або інноваційний процес розглядається як взаємопов'язаний та послідовний комплекс робіт, який полягає у переході інновації від ідеї до продукту, технології, послуги, що поширюються та використовуються у господарській діяльності. Важливим аспектом інноваційного процесу є те, що він не переривається, навіть, після впровадження, адже нововведення (інновація) щораз удосконалюється, стає більш ефективною, набуває нових споживчих властивостей і характеристик. Саме це створює для нього нові сфери застосування, нові ринки, нових споживачів. Інноваційний процес можна розглядати як комплекс послідовних дій, в результаті яких новація розвивається від ідеї до конкретного продукту і поширюється під час практичного використання.

У більшості випадків інноваційний процес відбувається за допомогою наступних стадій:

- виникнення ідеї нововведення;
- дослідження можливості розробки ідеї нововведення;
- сертифікація (патентування) ідеї нововведення;
- формування концепцій впровадження ідеї нововведення;
- наукове й техніко-економічне обґрунтування нового продукту або технології;
- експериментальне освоєння зразків нового продукту або технології;
- аналіз потенційних ринків можливої реалізації нового продукту або технології;
- пробний маркетинг нового продукту або технології;
- доведення до промислового виробництва;
- одержання нового продукту у необхідному обсязі для його комерціалізації.

Економічна ж доцільність освоєння нововведень визначається на основі досліджень ринку. Якщо йдеться про освоєння нового виду продукції, робіт або послуг, то тоді проводиться вивчення купівельного попиту. При освоєнні нової технології розглядаються питання витрат на її освоєння.

На наступному етапі адаптації підприємства до нововведень здійснюється перевірка його можливостей з їх реалізації. З цією метою проводиться аналіз потенціалу підприємства, кваліфікації його персоналу, інфраструктури підприємства й т.д. Якщо результати аналізу показують, що реалізація нововведення доцільна, то можна приступати до визначення тих змін, які повинні

бути внесені в стратегію або тактику діяльності підприємства й у функціонування його внутрішніх систем. Зміни стратегічних і поточних пріоритетів діяльності підприємства повинні бути чітко локалізовані просторово й у часі. Крім того, адаптивна реакція підприємства обумовлює певний порядок протікання процесу адаптації, тобто ми вважаємо, що всі зміни в діяльності внутрішніх підрозділів підприємства повинні здійснюватися в певній послідовності та взаємозв'язку [3, с. 33].

Адаптація підприємства до нововведень вимагає витрат як одноразового, так і поточного характеру. У зв'язку з цим на завершальному її етапі необхідно визначити характер витрат, їх величину, строки й джерела покриття. Ми пропонуємо для покриття витрат на адаптацію підприємства до нововведень зосередитись на таких джерелах:

- 1) пошук можливостей державної підтримки в різних формах з метою пошуку джерела дешевих коштів;
- 2) активізація власних зусиль зі зміцнення фінансового стану через максимальне використання всіх ресурсів та створення цілеспрямованої стратегії поведінки, що дає можливість стабілізувати доходи й зменшити витрати;
- 3) пошук іноземних інвесторів.

Необхідність проведення адаптаційних заходів, як правило, викликана важким фінансовим становищем, наявністю реальної загрози процедури банкрутства або втрати частини майна й іміджу підприємства, низькою рентабельністю основного виробництва, відсутністю умов для залучення інвестицій.

Управління адаптацією являє собою процес, спрямований на глибоку зміну в діяльності підприємства, управління, забезпечення його економічної безпеки управління процесами адаптації підприємства не може проводитися раптово, без попередньої роботи фахівців різного профілю на основі заздалегідь розроблених програм. Адаптація охоплює підготовку, збір інформації, визначення напрямків роботи та їхніх наслідків, організаційно-технічне й соціальне проектування, практичну реалізацію підготовлених змін [2, с. 105].

Основними методами адаптації підприємства у сучасних умовах є модель управління «за слабкими сигналами», модернізація, реструктуризація, реінжиніринг, управління на основі імпульсів, кожен з яких має свої особливості застосування, переваги та недоліки.

Необхідно зазначити, що в економічній літературі не склалося однозначного тлумачення предмету адаптивного управління. На думку більшості авторів, воно розглядається як сукупність дій і методів, що характеризуються здатністю управляючої системи реагувати на зміну зовнішнього середовища. Проте, на думку автора, воно є окремим видом управління, а саме, гнучким, інноваційним управлінням промисловими підприємствами, здатними пристосуватися до нових умов в зовнішньому та внутрішньому середовищі за

допомогою нових інструментів і методів управління. Отже, метою адаптивного управління є пошук найефективніших варіантів ухвалення і виконання рішень, направлено на функціонування і розвиток промислових підприємств в конкурентному середовищі [7, с. 179]. Основну роль в реалізації адаптивного управління відіграє управлінське рішення. Механізм адаптивного управління промисловим підприємством в конкурентному середовищі є сукупністю принципів, інструментів і технологій ухвалення і виконання управлінських рішень. Їх прийняття визначається інформаційною системою підприємства, що визначається як єдиний комплекс програмно-технічних і організаційних рішень, здатний накопичувати інформацію про стан справ на промисловому підприємстві, охоплюючи виробничі, технологічні, фінансові, логістичні, маркетингові, кадрові та інші процеси, об'єднуючи всі підрозділи промислового підприємства в єдиний інформаційний простір. Інформаційна система дозволяє створити інформаційні потоки і об'єднати їх в єдиний інформаційний простір, на базі якого власники підприємства, менеджери всіх рівнів та інші користувачі можуть будувати сценарії ситуацій [7, с. 179].

Н. Янченко у роботі [20] визначає адаптивне управління як механізм адаптації заснований на постійному відстежуванні відповідності фактичного рівня адаптації нормативному, вносить своєчасні зміни в стратегічні, поточні та оперативні плани з метою забезпечення виживання підприємства, досягнення і постійного підтримання бажаного рівня конкурентоспроможності. Як гнучку систему управління підприємством, спрямовану на реалізацію механізму адаптації допомогою формування методології управління та організаційно-економічного механізму адаптації для пристосування до мінливих умов зовнішнього і внутрішнього середовища розглядає Харитонова А. [6] стосовно поняття «адаптивне управління». Науковець зауважує, що система адаптивного управління підприємством у конкурентному середовищі являє собою сукупність принципів, інструментів і технологій прийняття і виконання збалансованих управлінських рішень, які реалізуються за допомогою механізму адаптації і виконання збалансованого рішення на основі управлінських показників. Миронова Н. [11] пропонує наступне визначення адаптивного управління: процес позитивних змін економічних параметрів на основі використання механізму управління господарською діяльністю, що забезпечує гармонійну взаємодію структурних елементів підприємства з ринковим середовищем. Маслодудов Ю. [10] зауважує, що адаптивне управління – це така система управління, що ефективно і адекватно реагує на зміни в інституційної, внутрішньої виробничої і зовнішньої ринкової середовищі і забезпечує прийняття ефективних управлінських рішень.

Отже, адаптивне управління є процесом взаємовпливу, що викликає взаємоприспособлення поведінки підприємства на діалогічній основі, яка

забезпечується спільним визначенням мети з наступним поєднанням зусиль і самоспрямуванням дій на її досягнення. Причому, адаптивне управління підприємством на основі виявлення і використання внутрішніх резервів вимагає класифікації резервів. Як класифікаційну ознаку доцільно розглядати джерела виникнення резервів за кожним процесом науково-технічної підготовки виробництва - маркетингових досліджень, наукової підготовки виробництва, конструкторської підготовки, технологічної підготовки, організаційної підготовки тощо. Сутність адаптивного управління підприємством полягає в тому, щоб сконцентрувати зусилля менеджерів і фахівців на освоєння і використання досягнень науково-технічного прогресу і впровадження цих інновацій на підприємстві машинобудування. Іншим, не менш важливим завданням адаптивного управління підприємством машинобудування, є завдання підвищення ефективності використання ресурсів підприємства на основі виявлення і використання внутрішніх резервів. Виходячи з вищевказаного, поняття «адаптивне управління підприємством» розглядається автором як сукупність принципів, інструментів і технологій прийняття і реалізації управлінських рішень з метою забезпечення високого рівня фінансової привабливості та конкурентоспроможності. Виходячи з вищевказаного, поняття «адаптивне управління підприємством» розглядається автором як сукупність принципів, інструментів і технологій прийняття і реалізації управлінських рішень з метою забезпечення високого рівня фінансової привабливості та конкурентоспроможності. Тобто, адаптивне управління є основою розробки стратегії адаптації підприємства машинобудування на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях; взаємозв'язаний комплекс управлінських дій суб'єктів функціонування, які націлені на збереження та зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку в умовах мінливості середовища його функціонування за допомогою реалізації механізму управління інноваційними процесами на основі спостереження (діагностування) стану системи управління.

Висновки. В результаті проведеного дослідження доведено, що в умовах трансформаційних перетворень значно зросла потреба у високоефективних підприємствах та засобах здійснення неперервного управління їх інноваційним розвитком. Автором обґрунтовано, що вирішення цього завдання можливо за умови використання сучасних форм та методів управління – адаптивного управління, тобто уведення в дію адаптивних чинників, які сприяють підвищенню ефективності використання інновацій підприємствами машинобудування. З метою удосконалення теоретичного підґрунтя дослідження у статті уточнено економічну сутність понять «управління», «адаптивне управління», «розвиток» та «інноваційний розвиток» на основі узагальнення та систематизації поглядів вчених. **Перспективами подальших досліджень** є

розробка методичного інструментарію нейтралізації ризиків інноваційного розвитку підприємств машинобудування в адаптивному управлінні з використанням сучасних методів, зокрема хеджування, страхування, лімітація концентрації ризику тощо, з метою продукування та реалізації управлінських рішень щодо уникнення ризиків та обрання підприємством оптимального сценарію інноваційного розвитку.

Список літератури: 1. Алексеев С. Б. Формування адаптивного управління підприємствами вугільного машинобудування : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка, організація і управління підприємствами» / С. Б. Алексеев. – Донецьк, 2003. – 20 с. 2. Білошкурська Н. В. Моделі адаптивної поведінки та їх роль у формуванні економічної безпеки підприємства / Н. В. Білошкурська // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 12 (114). – С. 101-105. 3. Васильців Т. Г. Організація планування адаптації торговельного підприємства як засіб зміцнення його економічної безпеки / Т. Г. Васильців, О. Р. Бойкевич // Торгівля, комерція, підприємництво. – 2009. – № 10. – С. 31-35. 4. Инновационное развитие: экономика, интеллектуальные ресурсы, управление знаниями / Под ред. Б. З. Мильнера. – М.: ИНФРА-М, 2010. – 624 с. 5. Лляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: Навчальний посібник / С. М. Лляшенко / 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми: ВТД «Університетська книга», 2005. – 324 с. 6. Elektronnyi resurs – Rezhim dostupu: <http://www.uecs.ru/uecs-33-332011/item/651-2011-09-28-08-29-586>. 7. Калініченко Л. Л. Адаптивне управління підприємством в конкурентному середовищі / Л. Л. Калініченко // Вісник економіки транспорту і промисловості – 2011. – № 33. – С. 177 – 180. 8. Кудласенко С. В. Теоретичні основи поняття «адаптація підприємств» / С. В. Кудласенко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 5 – Т. 2. – С. 172 – 174. 9. Кузьминчук Н. В. Теоретичні основи формування сутності поняття «інноваційний розвиток» в контексті інтенсифікації інноваційних процесів / Н. В. Кузьминчук, Т. М. Куценко // Механізм регулювання економіки. – 2009. – Т. 2, №4. – С. 167-176. 10. Маслодудов Ю. А. Особенности адаптивного управления на машиностроительных предприятиях / Ю. А. Маслодудов // Вопросы экономических наук. – 2009. – №6 (39). – С. 76-78. 11. Миронова Н. А. Организационно-экономические аспекты гармонизации хозяйственного механизма предприятий мукомольной промышленности как основа их адаптивного развития.: моногр. / Н. А. Миронова, М. Д. Магомедов - М.: Издательский комплекс МГУПП, 2010. – 110 с. 12. Новий курс: реформи в Україні. 2010-2015. Національна доповідь / за заг. ред. В. М. Гейця [та ін.]. – К.: НВЦ НБУВ, 2010. – 232 с. 13. Портер М. Конкуренція / М. Портер. – М.: Вільямс, 2010. – 592 с. 14. Організація та управління інноваційною діяльністю: Підручник / За ред. проф. Перерви П. Г., проф. Меховича С. А., проф. Погорелова М. І. – Харків: НТУ «ХП», 2008. – 1025 с. 15. Програма економічних реформ на 2010-2014 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://search.ligazakon.ua/> – Назва з титулу екрану. 16. Светушков С. Г. Количественные методы прогнозирования эволюционных составляющих экономической динамики / С. Г. Светушков. – Ульяновск: Изд-во Ульяновский государственный университет. 1999. – 177 с. 17. Суховерха Ю. В. Адаптація як інструмент впливу на підприємства: теоретичний аспект / Суховерха Ю. В. // Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. Серія: Економічні науки. – 2013. – № 6. – Т. 2. – С. 298 – 302. 18. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры): пер.с англ. / Й. Шумпетер. — М.: Прогресс, 1982. — 455 с. 19. Яковлев А. И. Экономико-

организационные аспекты промышленных инноваций / А.И. Яковлев, Н.А. Макаренко. – Х.: Бизнес-информ, 2003. – 168 с. 20. Янченко Н. В. Організаційно-економічний механізм адаптивного управління на підприємствах залізничного транспорту / Н. В. Янченко // Вісник економіки транспорту і промисловості - 2011 - № 34 – С. 354-357.

Bibliography (transliterated): 1. Alyeksyeyev S. B. Formuvannya adaptivnoho upravlinnya pidpryyemstvamy vuhil'noho mashynobuduvannya : avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk : spets. 08.06.01 «Ekonomika, orhanizatsiya i upravlinnya pidpryyemstvamy» / S. B. Alyeksyeyev. – Donets'k, 2003. – 20 p. 2. Biloshkurs'ka N.V. Modeli adaptivnoi povedinky ta yikh rol' u formuvanni ekonomichnoi bezpeky pidpryyemstva / N.V. Biloshkurs'ka // Aktual'ni problemy ekonomiky. – 2010. – # 12 (114). – P. 101-105. 3. Vasyt'siv T. H. Orhanizatsiya planuvannya adaptatsiyi torhovel'noho pidpryyemstva yak zasib zmitsnennya yoho ekonomichnoi bezpeky / T. H. Vasyt'siv, O. R. Boykevych // Torhivlya, komertsiya, pidpryyemnytstvo. – 2009. – # 10. – P. 31-35. 4. Innovacionnoe razvitiye: jekonomika, intellektual'nye resursy, upravlenie znaniyami / Pod red. B. Z. Mil'nera. – M.: INFRA-M, 2010. – 624 p. 5. Ilyashenko S.M. Upravlinnya innovatsiyom rozvytkom: Navchal'nyy posibnyk / S.M. Ilyashenko / 2-he vyd., pererob. i dop. – Sumy: VTD «Universytet's'ka knyha», 2005. – 324 p. 6. Elektronnyy resurs – Rezhym dostupu: <http://www.uecs.ru/uecs-33-332011/item/651-2011-09-28-08-29-586>. 7. Kalinichenko L. L. Adaptivne upravlinnya pidpryyemstvom v konkurentnomu seredovyschi / L. L. Kalinichenko // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti – 2011. – # 33. – P. 177 – 180. 8. Kudlayenko S. V. Teoretychni osnovy ponyattya «adaptatsiya pidpryyemstv» / S. V. Kudlayenko // Visnyk Khmel'nyts'koho natsional'noho universytetu. – 2009. – # 5 – T. 2. – P. 172 – 174. 9. Kuz'mynchuk N. V. Teoretychni osnovy formuvannya sutnosti ponyattya «innovatsiyinyy rozvytok» v konteksti intensyfikatsiyi innovatsiyinykh protsesiv / N.V. Kuz'mynchuk, T.M. Kutsenko // Mekhanizm regulyvannya ekonomiky. – 2009. – T. 2, #4. – P. 167-176. 10. Maslodudov Ju.A. Osobennosti adaptivnoho upravleniya na mashinostroitel'nykh predpriyat'jah / Ju.A. Maslodudov // Voprosy jekonomicheskikh nauk. – 2009. – №6 (39). – P. 76-78. 11. Mironova N.A. Organizacionno-jekonomicheskie aspekty harmonizatsiyi hozhajstvennogo mehanizma predpriyatij mukomol'noj promyshlennosti kak osnova ih adaptivnogo razvitiya.: monogr. / N. A. Mironova, M. D. Magomedov - M.: Izdatel'skij kompleks MGUPP, 2010. – 110 p. 12. Novyy kurs: reformy v Ukrainy. 2010-2015. Natsional'na dopovid' / za zah. red. V.M. Heytsya [ta in.]. – K.: NVTs NBUV, 2010. – 232 p. 13. Porter M. Konkurencija / M. Porter. – M.: Vil'jams, 2010. – 592 p. 14. Orhanizatsiya ta upravlinnya innovatsiyoiu diyal'nisty: Pidruchnyk / Za red. prof. Perervy P.H., prof. Mekhovycha S.A., prof. Pohoryelova M.I. – Kharkiv: NTU «KhPl», 2008. – 1025 p. 15. Prohrama ekonomichnykh reform na 2010-2014 roky [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://search.ligazakon.ua/> – Nazva z tytulu ekranu. 16. Svetun'kov S. G. Kolichestvennye metody prognozirovaniya jevoljucionnyh sostavljajushchih jekonomicheskoy dinamiki / S. G. Svetun'kov. – Ul'janovsk: Izd-vo Ul'janovskij gosudarstvennij universitet. 1999. – 177 p. 17. Sukhoverkha Yu. V. Adaptatsiya yak instrument vplyvu na pidpryyemstva: teoretychnyy aspekt / Sukhoverkha Yu. V. // Naukovi pratsi Poltav's'koyi derzhavnoi ahrarnoyi akademiyi. Seriya: Ekonomichni nauky. – 2013. – # 6. – T. 2. – P. 298 – 302. 18. Shumpeter J. Teoria ekonomicheskogo razvitiya (Issledovanie predprinimatel'skoyi prybyli, kapitala, kredita, procenta i tsykla kon'junktury): per.s angl. / J. Shumpeter. — M.: Progreess, 1982. — 455 p. 19. Jakovlev A. I. Jekonomiko-organizacionnye aspekty promyshlennyh innovacij / A.I. Jakovlev, N.A. Makarenko. – H.: Biznes-inform, 2003. – 168 p. 20. Yanchenko N. V. Orhanizatsiyono-ekonomichnyy mekhanizm adaptivnoho upravlinnya na pidpryyemstvakh zaliznychnoho transportu / N. V. Yanchenko // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti - 2011 - # 34 – P. 354-357.

Надійшла (received) 22.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

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

Т. В. ОЛЕКСЮК

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВОЮ БЕЗПЕКОЮ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДУВАННЯ

Сформовано концептуальні основи формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування, які поєднують сучасні принципи, функції і завдання, враховують комплекс інформаційно-аналітичного забезпечення для діагностування та прогнозування просторово-динамічного стану/рівня фінансової безпеки в умовах дії загроз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, дає змогу сформувати матрицю фінансових ситуацій вибору стратегічних альтернатив та є ефективним інструментом комплексного дослідження тенденцій фінансового розвитку підприємств машинобудування. Запропоновано науково-практичний підхід до оцінки ефективності реалізації стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування, що базується на застосування методу багатокритеріального вибору стратегічних альтернатив управлінських рішень на основі нечітких множин, теорії корисності щодо забезпечення фінансової безпеки та розробки імітаційної моделі сценаріїв розвитку фінансової безпеки, де результовим показником є рівень фінансової безпеки, зростання та зниження рівня якого формується під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів.

Ключові слова: стратегія управління фінансовою безпекою, тактичний рівень, оперативний рівень, концепція, стратегічний рівень, підприємства машинобудування, фінансова безпека, імітаційна модель.

Вступ. В умовах швидких трансформаційних процесів в національній економіці, посилення впливу інтеграції та постійної конкуренції на ринку, що характеризується високим ступенем невизначеності, підприємствам машинобудування необхідно постійно забезпечувати конкурентні переваги, їх оновлення та постійне відтворення для захоплення нових ринків, а також формування стратегії управління фінансовою безпекою в довгостроковому періоді. Тому для створення ефективної системи управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування розроблено концептуальний підхід, який поєднує сучасні принципи, функції і завдання, враховують комплекс інформаційно-аналітичного забезпечення для діагностування та прогнозування просторово-динамічного стану/рівня фінансової безпеки в умовах дії загроз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємств.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. З огляду на специфіку тематики дослідження серед наукових доробок слід відзначити роботи О. Барановського [2], І. Бланка [3], К. Горячевой [4], Т. Загорльська [5], С. Ілляшенка [6], М. Єрмошенка [8], Р. Папехина [12], В. Коваленка [9], В. Сергеева [10] та ін. Проте, окремі питання формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємства машинобудування з позиції концептуального підходу залишаються не досить дослідженими і потребують більш ґрунтовного вивчення.

Метою статті є удосконалення науково-методичного підґрунтя дослідження шляхом розробки концептуальних основ формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування в умовах невизначеності та мінливості зовнішнього середовища.

Виклад основного матеріалу дослідження. Термін «концепція» є комплексним та складним, поняттям, відносно якого в науковій літературі сформована значна кількість варіантів його тлумачення. На думку В. Сергеева концепція – це спосіб розуміння, трактування об'єкту дослідження,

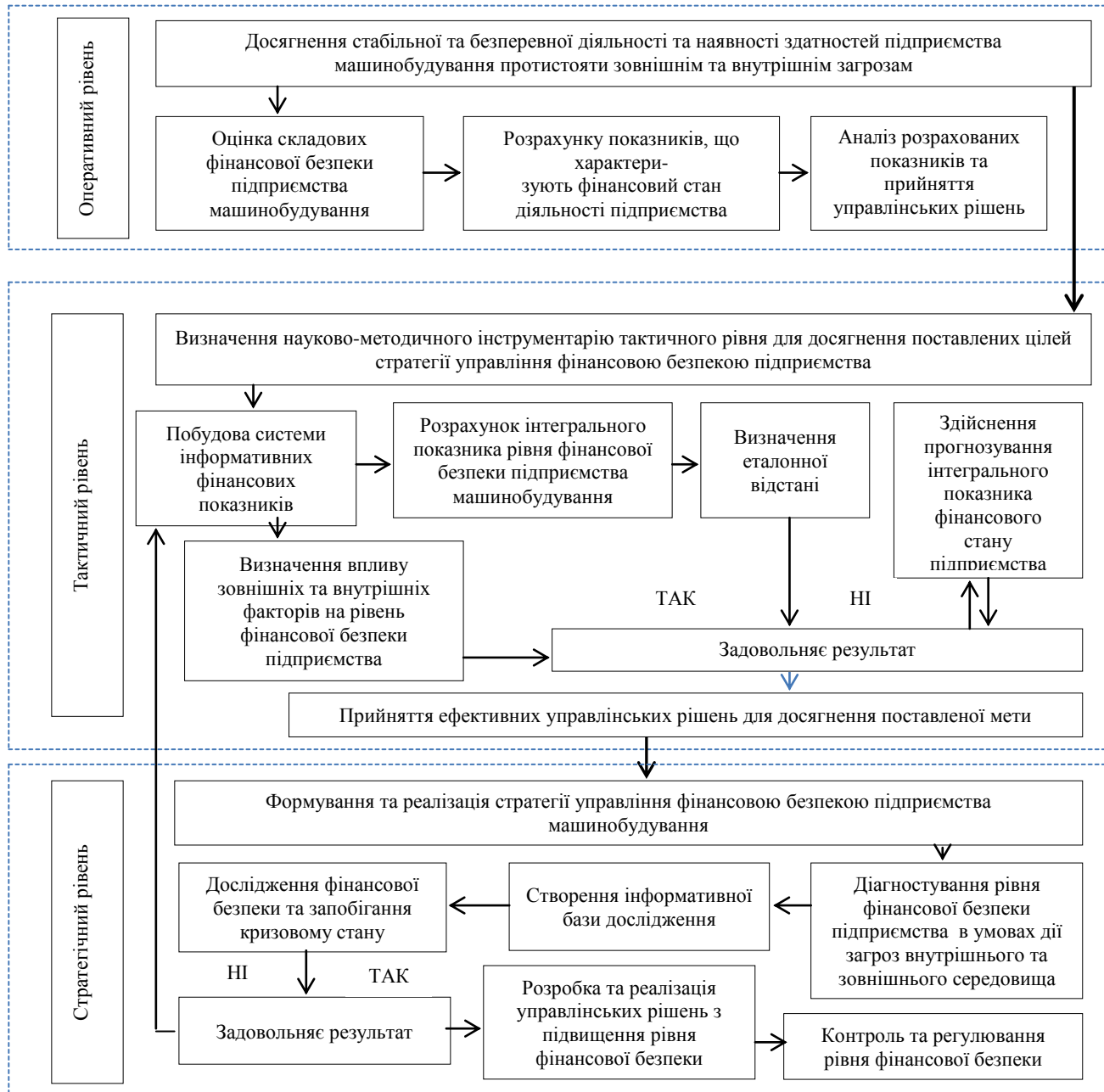
основну точку зору з даного питання, керівну ідею для систематизованого освітлення [10, с. 72-73]. Концепцію розглядають як сукупність найбільш істотних елементів теорій, викладених в конструктивній, прийнятній для практики формі або, як сукупну теорію, яка переведена в алгоритм вирішення конкретної проблеми. В багатьох наукових джерелах поняття «концепція» трактують як: провідний задум, конструктивний принцип різних видів діяльності; систему поглядів на те чи інше явище, процес; спосіб розуміння, тлумачення явищ, подій, провідну ідею теорії [1, 13, с. 128]; систему поглядів, принципів в якій-небудь галузі; загальну думку, провідну ідею праці, твору. В «Новому філософському словнику» визначено поняття «концепція» як систему поглядів, що виражає певний спосіб бачення («точку зору»), розуміння, трактування яких-небудь предметів, явищ, процесів або конструктивний принцип, що реалізують певний задум у тій або іншій теоретичній практиці щодо знань [11, с. 505].

Концепцію стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування необхідно розглядати як багатоаспектний процес, який накладається на організаційну структуру підприємства. Для реалізації стратегічного напрямку безпеки на підприємстві повинна бути розроблена концептуальна модель (алгоритм) управління фінансовою безпекою, яка має як загальні елементи, так і свою специфіку, що впливає з особливостей діяльності підприємства.

На думку автора, концепція стратегії управління фінансовою безпекою підприємства представляє собою поєднання сучасних принципів, функцій і завдань, враховує комплекс інформаційно-аналітичного забезпечення для діагностування та прогнозування просторово-динамічного стану/рівня фінансової безпеки в умовах дії загроз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, дає змогу сформувати матрицю фінансових ситуацій вибору стратегічних альтернатив та є ефективним інструментом комплексного дослідження тенденцій

фінансового розвитку підприємств машинобудування. Концепція формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування включає такі рівні: стратегічний рівень забезпечення фінансової безпеки, який припускає ліквідацію протиріч або їхню локалізацію й ослаблення; тактичний рівень припускає рішення задач, пов'язаних з ліквідацією самих загроз чи запобіганню їхнього

впливу на фінансово-господарську діяльність підприємства, розробляються комплекси превентивних заходів; оперативний рівень, фінансова безпека забезпечується шляхом ліквідації наслідків зовнішніх та внутрішніх загроз. Концептуальні основи формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування подано на рис.1.



Джерело розроблено автором на основі [2-9]

Рис. 1. – Концептуальні основи формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування

Важливим компонентом концепції дослідження є стратегія управління фінансовою безпекою підприємства машинобудування, яка представляє собою систему послідовних управлінських рішень, яка забезпечує динамічний стан захищеності, конкурентостійкості та стабільного розвитку підприємства, через сукупність цілеспрямованих впливів на стан фінансової безпеки підприємства, з метою ефективної реалізації загальної фінансово-господарської стратегії, місії підприємства та досягнення визначених стратегічних цілей.

Задля досягнення поставленої мети, підприємству необхідно постійно самонавчатися, та за допомогою ефективної взаємодії всіх функціональних складових генерувати та підтримувати необхідний рівень фінансової безпеки, що можливо лише за умови формування та впровадження ефективної стратегії управління, що є основою для прийняття ефективних управлінських рішень. Для дослідження рівня фінансової безпеки підприємства машинобудування, з точки зору практичної реалізації, пропонується побудова імітаційної моделі стратегії управління фінансової безпеки (рис. 2).

Імітаційна модель – це абстрактна динамічна модель яка, як правило, будується на ЕОМ та відтворює в рамках встановлених обмежень поведінку об'єкта чи процесу-оригіналу в хронологічному порядку [7]. Імітаційні моделі мають ряд переваг, а саме: можливість опису поведінки компонент на високому рівні деталізації; відсутність обмежень на залежності між параметрами моделі та станом зовнішнього середовища; можливість дослідження динаміки взаємодії компонент системи в часі та просторі [7].

Результуючим показником даної моделі є рівень фінансової безпеки $I_{zag}(t)$, зростання та зниження рівня якого формується під впливом наступних факторів: рівень загроз зовнішнього середовища I_Z_ZSR в поточний та попередній момент, що формуються визначеною множиною факторів зовнішнього впливу; рівень загроз внутрішнього середовища I_Z_VSR в поточний та попередній момент що формуються визначеною множиною факторів внутрішнього впливу; динамікою показника фінансової безпеки в попередні моменти часу $I_{zag}(t-1)$; прийнятого управлінського рішення (Management Decision); сценаріїв розвитку ситуацій (Scenario Situations).

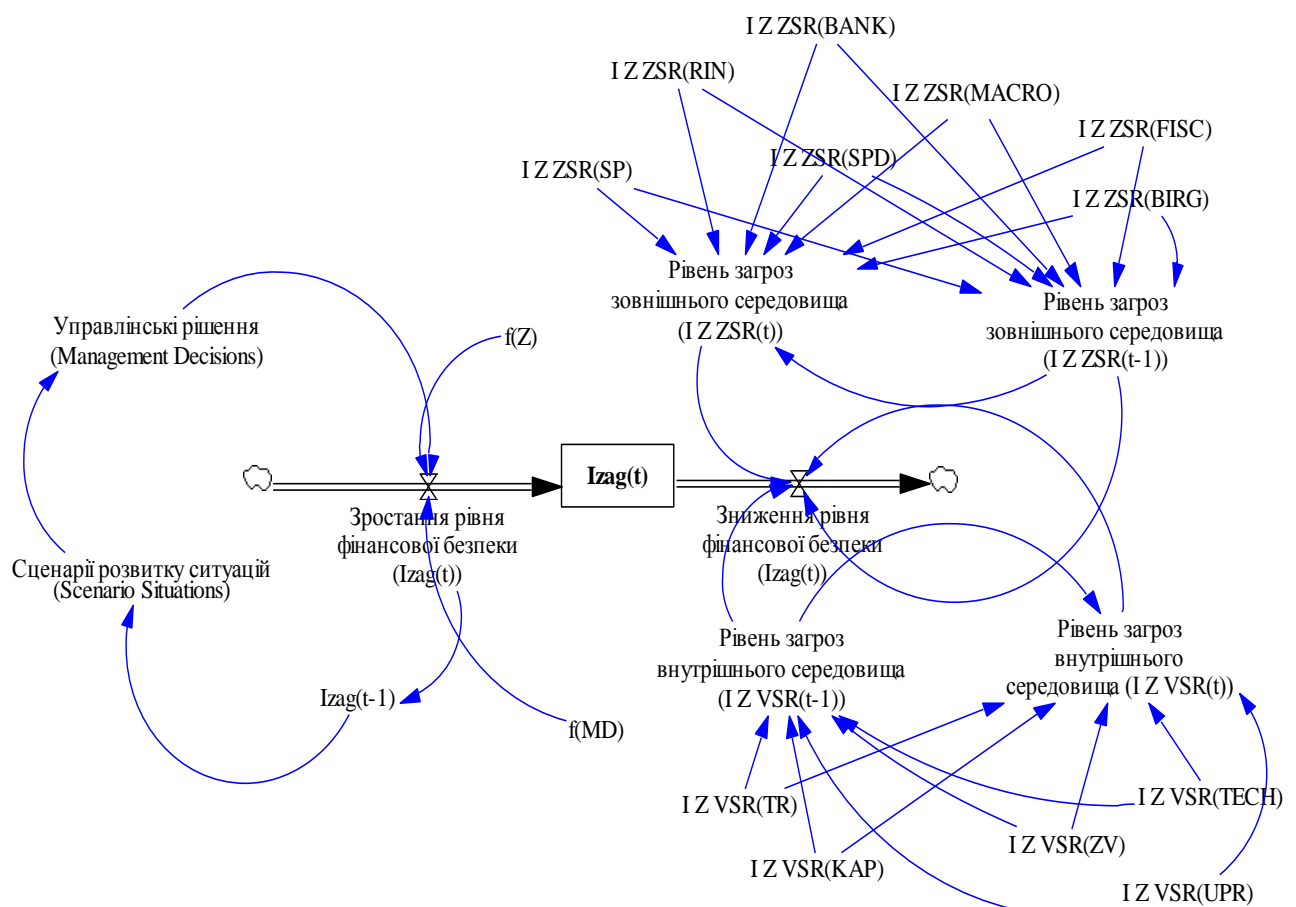


Рис. 2. – Чотирьохкомпонентна імітаційна модель оцінки ефективності впровадження стратегічних заходів

В результаті аналізу розроблених правил сформовано три класи ситуацій: сприятливі; нейтральні; несприятливі. Відповідно до цього змінна «Scenario Situations» приймає значення 1, 2 або 3. Для певного оціненого класу ситуації, що склалася в поточний момент приймається рішення відповідно до рівня фінансової безпеки, впливу загроз внутрішнього та зовнішнього середовища і прогнозного значення рівня безпеки. Змінні $f(MD)$ та $f(Z)$ є допоміжними та дозволяють урахувати різні комбінації факторів в імітаційних експериментах та їх кумулюючий вплив щодо регулювання рівня фінансової безпеки, можуть визначатися ОПР та мати певні вагові коефіцієнти. В дослідженні проведено імітаційні експерименти, які відображають результати управлінських рішень, прийнятих менеджерами підприємства відповідно до класу ситуації, що складається на початковий момент та з урахуванням прогнозного рівня фінансової безпеки для згенерованих шести можливих сценаріїв:

Сценарій (Base) – базовий сценарій зміни інтегрального показника фінансової безпеки з визначеним початковим та кінцевим станом без врахування дії загроз та відсутністю певних управлінських дій (ОПР не приймає ніякого рішення);

Сценарій «Sc_K» – сценарій, що відповідає критичному рівню впливу загроз зовнішнього та внутрішнього середовища в межах визначених інтервалів на рівень загального показника фінансової безпеки та відсутністю певних управлінських дій;

Сценарій «Sc_R» – сценарій, що відповідає регульованому рівню впливу загроз зовнішнього та внутрішнього середовища в межах визначених інтервалів на рівень загального показника фінансової безпеки та відсутністю певних управлінських дій;

Сценарій «Sc_D» – сценарій, що відповідає допустимому рівню впливу загроз зовнішнього та внутрішнього середовища в межах визначених інтервалів на рівень загального показника фінансової безпеки та відсутністю певних управлінських дій;

Сценарій «Dec_K» – сценарій, що відповідає критичному рівню впливу загроз зовнішнього та внутрішнього середовища в межах визначених інтервалів на рівень загального показника фінансової безпеки та реалізацією визначених управлінських дій для даної конкретної ситуації за пріоритетністю;

Сценарій «Dec_D» – сценарій, що відповідає допустимому рівню впливу загроз зовнішнього та внутрішнього середовища в межах визначених інтервалів на рівень загального показника фінансової безпеки та реалізацією визначених управлінських дій, які є найбільш ефективними для даної ситуації;

Сценарій «Dec_R» – сценарій, що відповідає регульованому рівню впливу загроз зовнішнього та внутрішнього середовища в межах визначених інтервалів на рівень загального показника фінансової безпеки та реалізацією визначених управлінських дій, прогресивна реакція (прийняття ефективних ризикованих управлінських рішень, адаптованих до ситуації).

Результати імітаційних експериментів оцінки ефективності управлінських рішень для

досліджуваних репрезентантів груп з низьким, середнім та високим рівнем фінансової безпеки представлено на рис. 3 – 5.

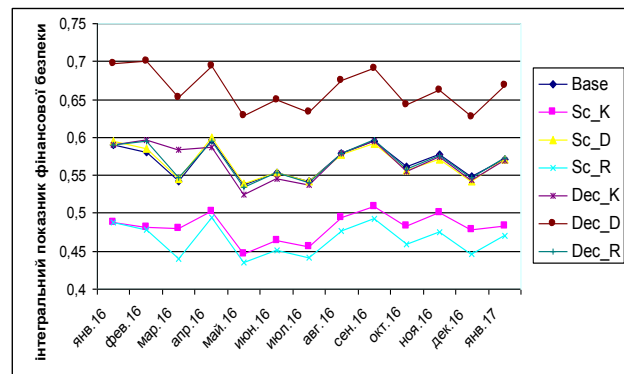


Рис. 3 – Результати імітаційних експериментів оцінки ефективності управлінських рішень для ПАТ «Електроапарат» (низький рівень фінансової безпеки)

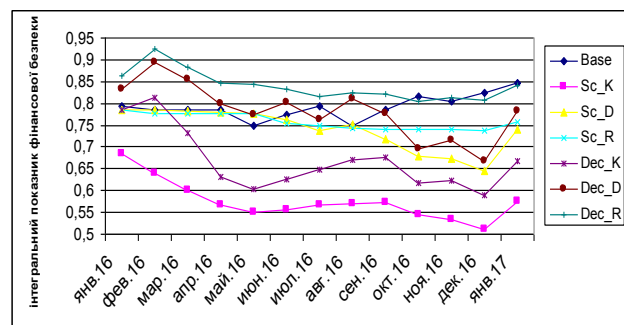


Рис. 4 – Результати імітаційних експериментів оцінки ефективності управлінських рішень для ПАТ «Електромотор» (високий рівень фінансової безпеки)

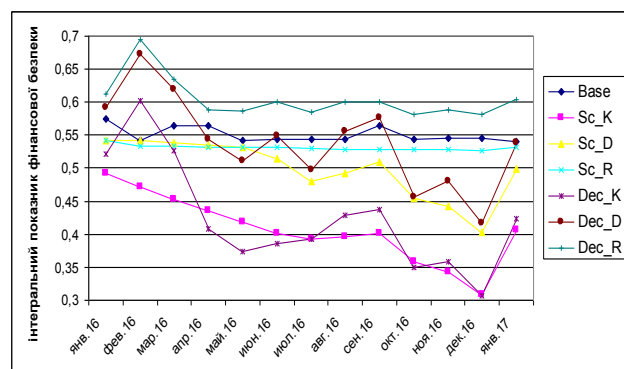


Рис. 5 – Результати імітаційних експериментів оцінки ефективності управлінських рішень для ПАТ «Смілянський електромеханічний» (середній рівень фінансової безпеки)

Так виходячи з рис. 3 – 5, маємо наступну інформацію про найбільш прийнятні стратегії для підприємств-репрезентантів кожного кластеру фінансової безпеки:

для ПАТ «Електроапарат» (низький рівень фінансової безпеки) – сценарій Сценарій «Dec_D»;

для ПАТ «Смілянський електромеханічний» та ПАТ «Електромотор» (середній та високий рівень фінансової безпеки відповідно) – Сценарій «Sc_R».

Висновки. В результаті проведеного дослідження розроблено концептуальні основи формування стратегії управління підприємства машинобудування, що сприяє своєчасному виявленню та усуненню внутрішніх і зовнішніх загроз, а також прийняттю необхідних ефективних управлінських заходів з метою досягнення поставленої мети в довгостроковій перспективі. Оцінку ефективності запровадження управлінських рішень здійснено на основі побудови чотирьохкомпонентної імітаційної моделі, яка передбачає розробку сценаріїв розвитку фінансової безпеки під впливом таких факторів: рівень дії загроз зовнішнього середовища в поточний та попередній момент; рівень дії загроз внутрішнього середовища в поточний та попередній момент; динаміка показника фінансової безпеки в попередні моменти часу; прийнятих управлінських рішень. **Перспективами подальших досліджень** є розробка методичного підходу до багатокритеріального вибору та обґрунтування ефективності стратегічних заходів управління фінансовою безпекою, який базується на виборі альтернатив на основі адитивної згортки та модель вибору й обґрунтування управлінських рішень на основі теорії корисності. Результатом є вибір найбільш доцільного управлінського рішення з урахуванням його корисності для конкретного підприємства.

Список літератури: 1. Алаев, Э. Б. Социально-экономическая география: Понятийно-терминологический словарь / Э. Б. Алаев. — М.: Мысль, 1983. — 350 с. 2. Барановський О. І. Фінансова безпека в Україні (методологія оцінки та механізми забезпечення) : монографія / О. І. Барановський. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2004. — 759 с. 3. Бланк И. А. Управление финансовой безопасностью предприятия / И. А. Бланк. — К.: Эльга, Ника-Центр, 2004. — 784 с. 4. Горячева К. С. Фінансова безпека підприємства. Сутність та місце в системі економічної безпеки / К. С. Горячева // Економіст. — 2003. — №8. — 17с. 5. Загорельская Т. Ю. Финансовая безопасность предприятия как объект управления // Т. Ю. Загорельская. — Наук. праці ДНТУ. Вип. 103- 4.— Донецьк, ДонНТУ, 2006.— С. 215 – 218. 6. Ильяшенко С. Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке / С. Н. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки. — 2003. — № 3. — С. 12–19. 7. Емельянов А. А. Имитационное моделирование

экономических процессов : учеб. пособие / А. А. Емельянов, Е. А. Власова, Р. В. Дума. — М.: Финансы и статистика, 2002. — 368 с. 8. Срмошенко М. М. Фінансова складова економічної безпеки: держава і підприємство: монографія / М. М. Срмошенко, К. С. Горячева — К.: Національна академія управління, 2010. —232 с. 9. Коваленко В. В. Стратегічне управління фінансовою стійкістю банківської системи: методологія і практика [Текст] : монографія / В. В. Коваленко. — Суми : ДВНЗ «УАБС НБУ», 2010. — 228 с. 10. Корпоративная логистика. 300 ответов на вопросы профессионалов. / [Дыбская В.В. Иванов В. В. Зайцев В.И. и др.]; под ред. В.И. Сергеева. - М: ИНФРА-М, 2005. - 976 с. 11. Новый философский словарь. — Изд. 2-ое, [перераб. и доп.]. — Мн.: Кн. Дом «Интерпресер-вис», 2001. — 1280 с. 12. Папехин Р. С. Индикаторы финансовой безопасности предприятий / Р. С. Папехин.— Волгоград: Волгоградское научное изд-во, 2007.— 16 с. 13. Словник з основних термінів і понять з превентивного виховання / укл. Оржеховська В. М. —Тернопіль: Тернограф, 2007. — 200с.

Bibliography (transliterated): 1. Alaev, E. B. Social'no-ekonomicheskaya geografiya: Ponyatijno-terminologicheskij slovar' / E. B. Alaev. — M.: Mysl', 1983. — 350 p. 2. Baranov's'kyu O. I. Finansova bezpeka v Ukrayini (metodolohiya otsinky ta mekhanizmy zabezpechennya) : monohrafiya / O. I. Baranov's'kyu. — K.: Kyviv. nats. torh.-ekon. un-t, 2004. — 759 p. 3. Blank Y. A. Upravlenye fyansovoy bezopasnost'yu predpriyatiya / Y. A. Blank. - K.: El'ha, Nyka-Tsentr, 2004. — 784 p. 4. Horyacheva K. S. Finansova bezpeka pidpryyemstva. Sutnist' ta mistse v systemi ekonomichnoyi bezpeky / K. S. Horyacheva // Ekonomist. — 2003. — #8. — 17 p. 5. Zagorel'skaya T. YU. Finansovaya bezopasnost' predpriyatiya kak ob'ekt upravleniya // T. YU. Zagorel's'ka.— Naук. праці DNTU. Vip. 103- 4.— Donec'k, DonNTU, 2006.— P. 215 – 218. 6. Yl'yashenko S. N. Sostavlyayushchye ekonomicheskoy bezopasnosti pred priyatiya y podkhody k ykh otsenke/ S. N. Yl'yashenko // Aktual'ni problemy ekonomiky. — 2003. — # 3. — P. 12–19. 7. Emel'yanov A. A. Imitacionnoe modelirovanie ehkonomicheskikh processov : ucheb. posobie / A. A. Emel'yanov, E. A. Vlasova, R. V. Duma. — M.: Finansy i statistika, 2002. — 368 p. 8. Yermoshenko M. M. Finansova skladova ekonomichnoyi bezpeky: derzhava i pidpryyemstvo: monohrafiya / M. M. Yermoshenko, K. S. Horyacheva — K.: Natsional'na akademiya upravlinnya, 2010. —232 p. 9. Kovalenko V. V. Stratehichne upravlinnya finansovoyu stiykisty bankiv's'koyi systemy: metodolohiya i praktyka [Tekst] : monohrafiya / V. V. Kovalenko. — Sumy : DVNZ «UABS NBU», 2010. — 228 p. 10. Korporativnaya logistika. 300 otvetov na voprosy professionalov. / [Dybskaya V.V. Ivanov V. V. Zajcev V.I. i dr.]; pod red. V.I. Sergeeva. - M: INFRA-M, 2005. - 976 p. 11. Novyj filosofskij slovar'. — Izd. 2-oe, [pererab. i dop.]. — Mн.: Кн. Дом «Интерпресер-вис», 2001. — 1280 p. 12. Papexhin R. S. Indikatory finansovoy bezopasno-sti predpriyatij / R. S. Papekhin.— Volgograd: Volgogradskoe nauchnoe izd-vo, 2007.— 16 p. 13. Slovyk z osnovnykh terminiv i ponyat' z preventyvnoho vykhovannya / uкл. Orzhekhov's'ka V. M. —Тернопіль: Тернограф, 2007. — 200p.

Надійшла (received) 19.11.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Олексюк Тетяна Василівна – аспірант кафедри економічної кібернетики та маркетингового менеджменту Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», тел. 095–304–94–45, e-mail: otv4833@gmail.com.

Oleksiuk Tetiana Vasylivna – postgraduate student, Department of economic cybernetics and marketing management, National technical University «Kharkiv Polytechnic Institute», tel. 095–304–94–45, e-mail: otv4833@gmail.com.

Т. С. ПІЧУГІНА, Л. І. БЕЗГІНОВА, О. М. ШАРАПОВА, С. А. ШВЕД

СУТНІСТЬ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

У статті розглянуто дефініції поняття «стратегічне управління», визначено основні підходи до його розуміння закордонними та вітчизняними науковцями. Це, разом із дослідженням специфіки діяльності підприємств ресторанного господарства, дозволило запропонувати авторське визначення поняття «стратегічне управління підприємством ресторанного господарства».

Ключові слова: стратегічне управління, підхід, ресторанне господарство, підприємство.

Вступ. В умовах мінливості внутрішнього та зовнішнього середовища постає необхідність орієнтації підприємства на стратегічне управління. Стратегічне управління для багатьох українських підприємств є новим, незвичним, але таким, що набирає силу, явищем. Необхідність в ньому проявляється як у процесі переходу від планової до ринкової економіки, так і в складних та нестабільних умовах розвитку світової економіки. Важливість стратегічного управління обумовлюється також тим, що підприємство може вчасно не відреагувати на зміни зовнішнього середовища, у зв'язку з чим зростає частота появи несподіваних, непередбачуваних для підприємства труднощів. Стратегічне управління покликане розширити горизонти передбачення, створити можливості своєчасної реакції підприємства на зміни зовнішнього середовища на ринках товарів, послуг і технологій, в науково-технічній, соціальній і політичній сферах.

Аналіз останніх досліджень та літератури. Питанням стратегічного управління діяльності та розвитку підприємств та їх сфер присвячено праці багатьох закордонних та вітчизняних науковців: Р. Акоффа, І. Ансоффа, Б. Карлофа, В. Гейця, Д. Глейделя, Г. Джонсона, П. Друкера, Г. Мінцберга, А. Роува, А. Томпсона, Дж. Стігліца, К. Хаттена, Й. Шумпетера, І. Бланка, В. Василенка, О. Віханського, В. Немцова та ін. Питання проблематики організації ефективної роботи підприємств ресторанного господарства висвітлено у працях: Дж. Уокера, Дж. Пейн-Пелеціо, М. Зейс, В. Антонової, Т. Кутаєвої, І. Лісицького, Т. П'ятницької, Л. Яцуна та ін. Разом з тим до останнього часу багато проблем стратегічного управління в галузі не достатньо досліджені, а наявні публікації зводяться в основному до приватних рекомендацій.

Метою статті є визначення основних підходів до сутності поняття «стратегічне управління підприємством» і обґрунтування змісту стратегічного управління підприємствами ресторанного господарства.

Результати дослідження. Термін «стратегічне управління» був введений у лексикон науковців та бізнесменів наприкінці 60-70-х років ХХ століття, коли відбулось зміщення центру уваги менеджерів із внутрішнього середовища підприємства на його зовнішнє оточення для забезпечення своєчасної та

адекватної реакції на зміни, що постійно відбуваються в ньому.

Поняття стратегічного управління трактується науковцями по-різному. В узагальненому вигляді стратегічне управління розглядається як пошук, ідентифікація та реалізація довгострокових конкурентних переваг фірми. Стосовно до дій комерційного підприємства стратегічне управління являє собою розробку і реалізацію дій, що ведуть до довгострокового перевищенню рівня результативності діяльності підприємства над рівнем конкурентів.

Західні фахівці мають різні погляди на сутність і природу стратегічного управління. Так, відомий дослідник у даній сфері Ансофф І. [1] стверджує, що діяльність зі стратегічного управління пов'язана з постановкою цілей і завдань та з підтриманням низки взаємовідносин між підприємством та його оточенням, які дозволяють йому добиватися своїх цілей, відповідають його внутрішнім можливостям і дозволяють залишатися сприйнятливою для зовнішніх вимог. Інший вчений, Карлоф Б. [2], під стратегічним управлінням розуміє процес розробки стратегій і управління підприємством для успішної її реалізації. На його думку, стратегічне управління здійснюється в контексті місії підприємства, і його фундаментальна задача полягає в тому, щоб забезпечити взаємозв'язок місії з основними цілями підприємства в умовах мінливого зовнішнього середовища.

Роув А. розглядає стратегічний менеджмент як «процесом прийняття рішень, який об'єднує внутрішні організаційні ресурси зі сприятливими можливостями, що надаються зовнішнім середовищем» [3]. Подібним чином визначають стратегічний менеджмент Д Глейдель і К. Хаттен, розглядаючи його як процес визначення і встановлення зв'язку організації з її оточенням, що складається в реалізації обраних цілей і бажаного стану взаємин з цим оточенням за допомогою розподілу ресурсів, що дозволяє організації і її підрозділам діяти ефективно і результативно [4].

Томпсон А. і Стрікленд Р. на перше місце у концепції стратегічного менеджменту ставлять план управління фірмою, спрямований на зміцнення її позицій, задоволення потреб та послідовне досягнення цілей [5]. Джонсон Г. і Склуз К. зводять стратегічне управління до аналізу поточного становища фірми в конкурентному середовищі; розробці, оцінці та вибору альтернатив; реалізації обраної стратегії [4].

Вітчизняні дослідники також не дійшли згоди до розуміння даного поняття. Згідно з трактуваннями Василенко В. і Ткаченко Т. [6, с. 16], стратегічне управління являє собою «багатоплановий, формально-поведінковий управлінський процес, який допомагає формулювати та виконувати ефективні стратегії, що сприяють балансуванню відносин між організацією, включаючи її окремі частини, та зовнішнім середовищем, а також досягненню встановлених цілей». Немцов В. і Довгань Л. [7, с. 43-45] розглядають його як «процес, за допомогою якого менеджери здійснюють довгострокове керівництво організацією, визначають специфічні цілі діяльності, розробляють стратегії для досягнення цих цілей, враховуючи всі релевантні (найсуттєвіші) зовнішні та внутрішні умови, а також забезпечують виконання розроблених відповідних планів, які постійно розвиваються і змінюються». Кунах Ю.В. визначає стратегічне управління як процес прийняття управлінських рішень, заснований на розробці і реалізації стратегічних документів [8].

Віханський О.С. [9] трактує дане поняття з позиції досягнення конкурентних переваг, а саме як таке управління організацією, яке спирається на людський потенціал як її основу, орієнтує виробничу діяльність на запити споживачів, здійснює гнучке регулювання і своєчасні зміни в організації, що відповідають виклику з боку оточення і дозволяють домогтися конкурентних переваг, що в сукупності дає можливість організації виживати в довгостроковій перспективі, досягаючи при цьому своєї цілі.

На думку Шеховцевої Л.С., стратегічне управління являє собою діяльність з розробки місії, найважливіших цілей організації та способів їх досягнення, що забезпечують її розвиток в нестабільній зовнішньому середовищі шляхом зміни і самої організації, і її зовнішнього середовища [10].

Таким чином, всі наведені визначення зводяться до одного з чотирьох підходів, або, здебільшого, їх комбінації: на основі аналізу оточення [3; 4]; цільовий [5 – 7; 9]; діяльнісний [1; 10]; процесний [1; 2; 6 – 8].

У цілому, перший підхід акцентує увагу на параметрах організаційного оточення та тісно пов'язаний з методами стратегічного планування. Другий підхід ґрунтується на визначенні довгострокових цілей підприємства та шляхів їх досягнення, що охоплює найбільш важливі риси стратегічного менеджменту. Діяльнісний підхід акцентує увагу на послідовності дій для здійснення стратегічного управління і тому об'єднує два попередніх. Процесний підхід заснований на розумінні управління як певного процесу або послідовності етапів (кроків), необхідних до виконання.

Не зважаючи на наявність загальних підходів до управління різними підприємствами, слід вказати на певні відмінності в даному процесі, які пов'язані здебільшого з галузевою специфікою.

Справа в тому, що підприємства ресторанного господарства є учасниками одночасно двох галузей народного господарства – харчової промисловості і

торгівлі. Іншими словами їх господарська діяльність зводиться до поєднання сфери виробництва і переходить у сферу обігу та споживання [11]. У процесі виробництва в ресторанному господарстві створюється новий продукт, що має вартість, відмінну від вартості продуктів, використаних в якості вихідної сировини. Як результат, вироблена продукція надходить в реалізацію з новими споживчими властивостями і додатковою вартістю. Реалізуючи свою продукцію, ресторанне господарство бере участь в процесі здійснення товарообмінних операцій. Отже, ресторанне господарство випускає продукцію і надає послуги, які мають свої відмінні риси, що обумовлено виконанням трьох взаємопов'язаних функцій: виробництво кулінарної продукції, реалізація кулінарної продукції та покупних товарів і організація споживання.

Проведене дослідження дозволяє виділити особливості діяльності в ресторанному господарстві, обумовлені виконанням специфічних функцій, які визначають специфіку стратегічного управління підприємств ресторанного господарства: висока залежність результатів діяльності від кон'юнктури та ємності споживчого ринку, контингенту споживачів за купівельною спроможністю, купівельними перевагами, демографічними параметрами; продукція, що випускається, має обмежені терміни зберігання і реалізації; процес виробництва базується на приготуванні кулінарної продукції невеликими партіями і не носить серійний характер [12]; асортимент продукції, що випускається, є розмаїтим, взаємозамінним, неповторюваним у часі [12]; попит на продукцію та послуги ресторанного господарства коливається в часі та за сезоном, унаслідок чого має місце нерівномірне використання торгового залу протягом дня, тижня; виробництво продукції і організація її споживання об'єднані в часі і просторі [12]; основні фонди характеризуються незначною часткою торгових приміщень і великим обсягом складських, виробничих та інших груп приміщень; необхідність широкого застосування ручної праці.

З урахуванням наведеного вище, пропонується авторське визначення поняття «стратегічне управління підприємством ресторанного господарства» - це діяльність, пов'язана з досягненням цілей і задач підприємства щодо виробництва і реалізації продукції і послуг для задоволення ринкових потреб, а також його спроможність своєчасно реагувати на зміни у внутрішньому і зовнішньому середовищі, що дає можливість отримати конкурентні переваги в довгостроковій перспективі. Дане визначення розглядає підприємство ресторанного господарства з позиції системного підходу як відкриту систему, що характеризується певними взаємозв'язками і взаємозалежностями, з одного боку, між її внутрішніми елементами, а з іншого між самим підприємством та системами зовнішнього середовища.

Висновки. На основі аналізу наукової економічної літератури виокремлено основні підходи до розуміння поняття «стратегічне управління» та

запропоноване авторське бачення поняття «стратегічне управління підприємством ресторанного господарства». Подальша робота в даному напрямку пов'язана з розробкою теоретичних і методичних засад формування стратегії розвитку вітчизняних підприємств ресторанного господарства.

Список літератури: 1. Ансофф И. Стратегическое управление / И. Ансофф. – М.: Экономика, 1989. – 519 с. 2. Карлоф Б. Деловая стратегия / Б. Карлоф; Пер с англ. - М.: Экономика, 1991 – 254 с. 3. Rowe A. Strategic management / Rowe A., Mason R., Dickel K. – N.Y., 1996. 4. Комиссарова М.А. Стратегическое управление предприятиями угледобывающей промышленности восточного Донбасса : диссертация... д-ра экон. наук: 08.00.05 / М.А. Комиссарова. – Ростов-на-Дону, 2014. – 239 с. 5. Томпсон А.А. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии / Томпсон А. А., Стрикланд А. Дж.; Пер. с англ. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 577 с. 6. Василенко В.О. Стратегічне управління підприємством: Навч. посібник / В. О. Василенко, Т. І. Ткаченко; Вид. 2-ге, виправл. і доп. За ред. Василенка В.О. – К.: ЦНЛ, 2004. –400 с. 7. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент / В. Д. Немцов, Л. С. Довгань. – К.: ТОВ “УВПК “Екс Об”, 2001. –560 с. 8. Кунах Ю.В. Стратегическое управление предприятием на основе бюджетных моделей: дисс. канд. экон. наук: 08.00.05. - Ставрополь, 2008. – 183 с. 9. Виханский О.С. Стратегическое управление: учебник / О. С.Виханский; 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономистъ, 2008. – 296 с. 10. Шеховцева Л.С. О некоторых понятиях стратегического управления / Л. С. Шеховцева // Менеджмент в России и за рубежом. – 2002. – № 6. – С. 14-20. 11. Лисицкий И.А. Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в сфере услуг на примере предприятий общественного питания: автореф. дис. канд. экон. наук / Лисицкий И. А. – М.: Всерос. гос. налоговая акад. Минфина России, 2008. – 29 с. 12. Кутаева Т.Н. Общественное питание в системе

потребительских услуг / Кутаева Т.Н., Кутаева Е.А. // Вестник НГИЭИ. – Вып. № 3 (22). – 2013. – С. 114-125.

Bibliography (transliterated): 1. Ansoff Y. Strategicheskoe upravlenye / Y. Ansoff. – M.: Ekonomika, 1989. – 519 p. 2. Karlof B. Delovaya strategiya / B. Karlof; Per s angl. - M.: Ekonomika, 1991 – 254 p. 3. Rowe A. Strategic management / Rowe A., Mason R., Dickel K. – N.Y., 1996. 4. Komysarova M.A. Strategicheskoe upravlenye predpriyatiyami ugledobывajushhej promyshlennosti vostochnogo Donbassa : dySSERTacija... d-ra ekon. nauk: 08.00.05 / M.A. Komysarova. – Rostov-na-Donu, 2014. – 239 p. 5. Tompson A. A. Strategicheskij menedzhment. Yskusstvo razrabotki y realizacyy strategyy / Tompson A. A., Strykland A. Dzh.; Per. s angl. – M.: JuNYTY-DANA, 2012. – 577 p. 6. Vasilenko V.O. Strategichne upravlinnja pidpriyemstvom: Navch. posibnyk / V. O. Vasilenko, T. I. Tkachenko; Vyd. 2-ge, vypravl. i dop. Za red. Vasilenka V.O. – K.: CNL, 2004. –400 p. 7. Njemcov V. D. Strategichnyj menedzhment / V. D. Njemcov, L. Je. Dovgan'. – K.: TOV “UVPK “Eks Ob”, 2001. – 560 p. 8. Kunah Ju.V. Strategicheskoe upravlenye predpriyatiem na osnove byudzhetnyh modelej: dySS. kand. ekon. nauk: 08.00.05. - Stavropol', 2008. – 183 p. 9. Vyhanskyj O. S. Strategicheskoe upravlenye: uchebnyk / O. S.Vyhanskyj; 2-e izd., pererab. y dop. – M.: Ekonomystъ, 2008. – 296 p. 10. Shehovceva L.S. O nekotoryh ponjatyjah strategicheskogo upravlenija / L. S. Shehovceva // Menedzhment v Rossyy y za rubezhom. – 2002. – № 6. – P. 14-20. 11. Lysyckyj Y. A. Socyal'no-ekonomicheskaja effektivnost' y kachestvo obsluzhyvaniya naselenija v sfere uslug na prymere predpriyatyj obshhestvennogo pytaniya: avtoref. dys. kand. ekon. nauk / Lysyckyj Y. A. – M.: Vseros. gos. nalogovaja akad. Mynfyna Rossyy, 2008. – 29 p. 12. Kutaeva T. N. Obshhestvennoe pytanye v sisteme potrebytel'skyh uslug / Kutaeva T.N., Kutaeva E.A. // Vestnyk NGYЭY. – Vyp. № 3 (22). – 2013. – P. 114-125.

Надійшла (received) 16.10.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Пічугіна Тетяна Сергіївна – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри менеджменту організацій, Харківський державний університет харчування та торгівлі (ХДУХТ), тел. 349-45-27, e-mail: pichugina_t_s@mail.ru

Pichuhina Tetiana – Doctor of Economics Sciences, Full Professor, Kharkiv State University of food technology and trade, tel. 349-45-27, e-mail: pichugina_t_s@mail.ru

Безгінова Любов Іванівна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський державний університет харчування та торгівлі (ХДУХТ), доцент кафедри менеджменту організацій, тел. 096-415-24-09, e-mail: bezginova@mail.ru

Bezghinova Liubov – Candidate of Economical Sciences (Ph.D.), Docent, Kharkiv State University of food technology and trade, Associate Professor at the Department of Management; tel. 096-415-24-09, e-mail: bezginova@mail.ru

Шарпова Олена Михайлівна – доцент кафедри менеджменту організацій, Харківський державний університет харчування та торгівлі (ХДУХТ), доцент кафедри менеджменту організацій.

Sharapova Olena – Docent at the Department of Management, Kharkiv State University of food technology and trade.

Швед Світлана Андріївна – студент, Харківський державний університет харчування та торгівлі (ХДУХТ), тел. 64-44-07, e-mail: afinaen@ya.ru.

Shved Svitlana – student, Kharkiv State University of food technology and trade, tel. 64-44-07, e-mail: afinaen@ya.ru.

О. С. СИЧ**МЕТОДИ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Проаналізовано основні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств, виявлено недоліки існуючих підходів для оцінки рівня конкурентоспроможності будівельного підприємства, пропонується авторська методика оцінки конкурентоспроможності будівельного підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, показники конкурентоспроможності, будівельне підприємство.

Постановка проблеми. В сучасних умовах мілнливого ринкового середовища та посилення конкурентної боротьби перед будівельними підприємствами гостро постає проблема формування, підтримання та зміцнення конкурентних переваг. Забезпечення високого рівня адаптивності будівельного підприємства до динамічних змін зовнішнього середовища повинно проводитись на основі ґрунтовного і безперервного аналізу діяльності конкурентів та оцінки власного рівня конкурентоспроможності.

Здійснення об'єктивної оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства можливе за наявності методики цієї оцінки, максимально адаптованої до особливостей відповідної галузі. У зв'язку з цим, удосконалення методичного забезпечення оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства з урахуванням сучасного стану будівельного ринку є актуальним і важливим науковим завданням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми оцінки конкурентоспроможності підприємств приділялося і приділяється багато уваги як у зарубіжній, так і у вітчизняній науковій літературі. Теоретичним і практичним питанням оцінки конкурентоспроможності підприємства присвячені дослідження таких вчених, як Алтухов П. Л., Фатхудинов Р. А., Воронкова А. Є., Черваньов Д. М., Мазилкіна Є. І., Рибницький Д. В., Васютіна І. О., Крисак А. О. та багатьох інших. Зокрема, питання удосконалення оцінки конкурентоспроможності будівельних підприємств досліджували Тищенко А. Н., Родайкіна М. А., Хаустова В. Е., Беляєв А. С., Іванілов О. С., Шуваєв М. А., Асаул О. М., Абаєв Х. С., Гордєєв Д. А. та інші.

Неоднозначність існуючих в сучасній економічній науці методичних підходів до дослідження рівня конкурентоспроможності будівельних підприємств обумовлює і численність використовуваних методів її оцінки. Однак, незважаючи на велику кількість методів, які пропонуються сьогодні різними науковцями для оцінки конкурентоспроможності будівельного підприємства, універсальної і загальновизнаної методики комплексної оцінки конкурентоспроможності будівельного підприємства не існує.

Визначення мети дослідження. Метою статті є

аналіз існуючих методів оцінки конкурентоспроможності підприємства та розроблення методичних рекомендацій щодо оцінки конкурентоспроможності підприємств будівельної галузі.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможність (КСП) є однією із найважливіших категорій ринкової економіки. Поняття КСП тісно пов'язане з поняттям «конкуренція», адже про КСП можна говорити тільки при наявності конкуренції.

В сучасній науковій літературі існує велика кількість тлумачень поняття КСП, однак, серед науковців, що займаються проблематикою КСП підприємства, немає єдності щодо визначення і змістового наповнення цієї категорії.

Трактуючи поняття КСП, практично усі автори акцентують увагу на наявності конкурентних переваг, але при цьому існують розбіжності щодо розуміння їх переліку та пріоритетності. Частина дослідників вважає, що конкурентоспроможність підприємств – це категорія, яка прямо визначається характеристиками їх продукції [1,2]; інші дослідники беруть за основу ефективність виробничої, фінансової та інших видів діяльності підприємства [3,4].

На основі дослідження різних підходів до визначення поняття КСП, вважаємо за доцільне визначити це поняття наступним чином: КСП підприємства – це комплексна порівняльна характеристика конкретного підприємства, яка визначає його здатність вести боротьбу за ринок з іншими підприємствами, а також отримувати нові конкурентні переваги шляхом ефективного використання всіх видів ресурсів.

Будівельний ринок України, на протязі останніх років знаходиться у складному стані. Сьогодні українські будівельні підприємства зіштовхуються з великою кількістю проблем, найбільш значними серед яких є:

- підвищення кредитних ставок та обмеження іпотечного кредитування населення, що зумовило зниження рівня доступності кредитних ресурсів;
- зростання вартості будівельних матеріалів, енергоносіїв, що стало причиною збільшення собівартості будівельних робіт;
- високий рівень інфляції, знецінення національної валюти і пов'язані з цим втрати в накопиченнях населення, що стали причиною

зменшення платоспроможного попиту на житло [5].

В умовах спаду будівництва, конкуренція між будівельними підприємствами стає жорсткішою. У зв'язку з цим, для ефективного функціонування на ринку підприємство будівельної галузі значну увагу повинно приділяти управлінню КСП.

Важливим аспектом управління КСП будівельного підприємства є оцінка її рівня.

Оцінка рівня КСП будівельних підприємств передбачає вирішення низки завдань:

- формулювання кінцевої мети оцінки КСП будівельних підприємств;
- формування критеріїв (показників) оцінки КСП;
- збір первинної інформації, необхідної для проведення оцінки;
- розрахунок поточного рівня (рейтингу) КСП будівельних підприємств;
- визначення закономірностей зміни конкурентоспроможності підприємства в досліджуваному періоді;
- виявлення «слабких місць», що знижують конкурентоспроможність підприємства;
- визначення напрямів та резервів підвищення КСП об'єкта дослідження;
- практична реалізація намічених заходів [6].

Кінцева мета оцінки КСП будівельних підприємств може бути різною. У відповідності з метою будуть змінюватися і завдання, які необхідно вирішити для досягнення поставленої мети. До них можуть бути віднесені:

- визначення рівня КСП будівельного підприємства з метою виявлення частки ринку підприємства;
- визначення «слабких місць» підприємства для поліпшення виявлених показників;
- порівняння діяльності підприємства з головним конкурентом [7].

Вибір методик проведення оцінки КСП підприємства також залежить від завдань дослідження.

Як зазначалося вище, на сьогоднішній день існує безліч методів оцінки КСП підприємства, проте не всі вони застосовуються для оцінки КСП будівельного підприємства, так як багато з методів не враховують особливості будівельного виробництва.

Специфіка оцінки будівельних підприємств обумовлена особливостями їх функціонування, а саме:

- капітало- і матеріалоємністю будівельних проектів;
- локальною закріпленістю і стаціонарністю будівельної продукції. Ця особливість зумовлює залежність розвитку будівельних організацій від соціально-економічного становища певного регіону;
- великою тривалістю виробничого циклу, що пояснюється поступовим наростанням технічної готовності об'єктів. Ця особливість призводить до значного обсягу оборотних коштів, вкладених у будівництво;
- мобільністю виконавців і засобів праці, децентралізацією, ускладненням вимог до координації діяльності будівельних організацій;

- багатоваріантністю технологічних, організаційних та управлінських рішень;

- істотним впливом природно-кліматичних факторів, що обумовлює сезонний характер будівельно-монтажних робіт і необхідність створення тимчасової інфраструктури для будівництва та іншим [8].

Таким чином, практично жодна з особливостей діяльності будівельних підприємств не створює переваг для успішного функціонування на ринку. Однак, все це необхідно враховувати при оцінці КСП будівельних підприємств.

Основними методами визначення і оцінки рівня КСП підприємств є:

- метод порівняльних переваг;
- структурний і функціональний методи;
- метод на основі теорії ефективної конкуренції;
- метод профілів (графічний метод);
- матричні методи;
- метод інтегральної оцінки.

Розглянемо кожну групу методів більш детально та проаналізуємо можливість застосування цих методів до оцінки будівельних організацій.

Метод порівняльних переваг є найбільш поширеним методом при оцінці рівня КСП і впливає з теорії порівняльних переваг Д. Рікардо. Як критерій оцінки використовуються витрати виробництва.

Використання даного методу при оцінці КСП будівельного підприємства дозволяє зіставити масштаб діяльності підприємств-конкурентів, але конкурентні позиції будівельного підприємства визначаються не стільки масштабом, скільки ефективністю виробничо-господарської діяльності і рівнем КСП продукції.

Істотним недоліком даного підходу є статичність одержуваних оцінок, тому що процес розвитку конкурентних переваг не є предметом вивчення й аналізу. Крім того, ця методика не дає можливості оцінити ступінь ефективності процесу адаптації підприємства до умов зовнішнього середовища, що змінюється.

Досить застосовуваним при оцінці КСП підприємств є структурний підхід. Згідно з цим підходом оцінити становище можна за рівнем монополізації галузі, тобто за концентрацією виробництва і капіталу, і бар'єрів для компаній, що входять на галузевий ринок.

Іншим підходом до визначення критерію ефективної конкуренції для будівельного підприємства є функціональний. Згідно з цим методом найбільш конкурентоспроможними є підприємства, де найкраще організовані виробництво та збут товару, ефективно управління фінансами [9].

Загальним недоліком вищевказаних методів для оцінки КСП будівельного підприємства є те, що вони не враховують всієї сукупності факторів КСП для будівельних підприємств.

Найбільш популярним при оцінці КСП підприємств є метод на основі теорії ефективної конкуренції. Згідно з цією теорією найбільш конкурентоспроможними є підприємства, де

найкращим чином організована робота всіх підрозділів та служб як системи [10]. При такому підході предметом аналізу виступають чотири групи показників:

1) Показники ефективності управління виробничим процесом, а саме: економічність виробничих витрат, раціональність експлуатації основних фондів, досконалість технології виготовлення товару, організація праці на виробництві;

2) Показники, які відображають ефективність управління обіговими коштами, незалежність підприємства від зовнішніх джерел фінансування здатність підприємства розплачуватися за своїми боргами, можливість стабільного розвитку підприємства в майбутньому;

3) Показники, що дозволяють отримати уявлення про ефективність управління збутом і просуванням товару на ринку засобами реклами і стимулювання;

4) Показники КСП товару – його якість та ціна.

Слід зазначити, що оцінка КСП будівельного підприємства на основі теорії ефективної конкуренції охоплює всі найбільш важливі сторони його господарської діяльності. Однак, викладений підхід має певні недоліки: для оцінки КСП будівельного підприємства досить складно зібрати всю необхідну інформацію, окрім цього здійснення оцінки рівня КСП даним методом є достатньо трудомістким.

Заслугує певної уваги дослідження і оцінка КСП підприємства графічним методом. В основі цього методу оцінки КСП лежить побудова багатокутних профілів, за допомогою яких відображається положення підприємства і конкурентів по найбільш важливим сферам діяльності.

В цілому, перевагою застосування графічного методу при оцінці КСП будівельного підприємств є його відносна простота та наочність, однак використання вказаного методу не позбавлене і недоліків. Зокрема, графічний метод оцінки КСП не враховує різну вагу факторів КСП та не дає можливості встановити загальне значення показника КСП для будівельного підприємства.

Наступна група методів оцінки КСП підприємств. – матричні. Основними моделями, які використовуються для оцінки КСП підприємств, є матриці Бостонської консалтингової групи і «Мак-Кінзі». Їх перевагою є те, що вони дозволяють досліджувати розвиток процесів конкуренції у динаміці. Серед недоліків матричних методів, зазвичай виокремлюють наступні: здійснення оцінки КСП лише за двома характеристиками; не завжди об'єктивна характеристика КСП за відносною часткою ринку; відсутність аналізу причин, що ускладнює прийняття управлінських рішень [11].

Застосування даного методу для оцінки КСП будівельного підприємства є доцільним у комплексі з іншими розрахунковими методами, в основі яких лежать показники, які дозволяють оцінити за рахунок чого будівельне підприємство досягло конкурентних переваг.

Досить результативним при оцінці КСП підприємств є метод інтегральної оцінки, який передбачає використання двох критеріїв: перший показує ступінь задоволення потреб споживача, другий відображає ефективність виробництва [12]. Перевагою даного методу при оцінці КСП будівельного підприємства є простота розрахунку і можливість однозначної інтерпретації результатів, а недоліком - те, що інтегральне оцінювання не дає можливості глибоко проаналізувати і виявити резерви підвищення рівня потенціалу будівельного підприємства.

Таким чином, існуючі методи та методичні підходи до оцінки рівня КСП підприємств суттєво різняться між собою та не позбавлені певних недоліків. Як показав проведений аналіз, жоден з методів не є універсальним для будівельного підприємства. Основний недолік всіх розглянутих методів полягає в їх обмеженості: або акцент робиться на якійсь одній групі факторів, що визначають КСП підприємства і, ґрунтуючись на результатах аналізу, дається висновок про рівень КСП всього підприємства, або метод надто складний і трудомісткий для використання на практиці.

Зважаючи на вищесказане, для оцінки КСП будівельного підприємства пропонуємо використовувати комплексний метод оцінки КСП, який враховуватиме галузеву специфіку діяльності будівельних підприємств.

Основа даного підходу становить визначення узагальнюючих та одиничних показників, які об'єктивно відображають умови та форми конкуренції на ринку будівельних послуг.

Отже, для оцінки КСП будівельного підприємства нами були обрані найбільш значущі показники КСП і розділені на три групи (рисунок 1).

Розглянемо кожну з груп докладніше.

Перша група – це показники фінансово-економічної діяльності будівельного підприємства. Визначення показників фінансово-економічної діяльності дозволяє оцінити стан та ефективність використання ресурсів будівельного підприємства. Фінансово-економічний стан будівельної компанії пропонуємо оцінювати за допомогою наступних показників:

1. Рентабельність активів
2. Фондовіддача
3. Оборотність оборотних активів
4. Продуктивність праці
5. Коефіцієнт автономії
6. Коефіцієнт поточної ліквідності

Друга група – показники ефективності просування та збуту оцінюють ефективність діяльності підприємства на ринку будівельних послуг. Для оцінки маркетингової активності будівельного підприємства пропонуємо використовувати показники:

1. Доля ринку
2. Темп росту долі ринку
3. Ефективність засобів стимулювання збуту

Третя група – показники КСП будівельно-монтажних робіт мають велике значення при оцінці КСП будівельного підприємства та визначаються такими якісними характеристиками будівництва як:

1. Тривалість робіт;
2. Вартість послуг;
3. Якість використовуваних матеріалів;
4. Рівень кваліфікації персоналу.

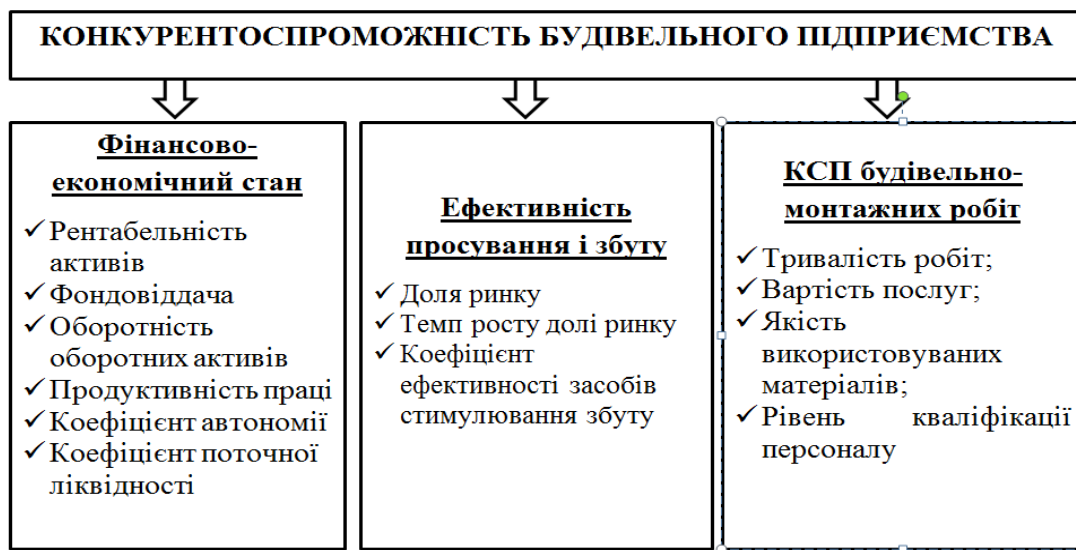


Рис. 1 – Показники конкурентоспроможності будівельного підприємства

Слід зазначити, що запропонований перелік показників хоча не є вичерпним, однак повністю оцінює ефективність основних напрямків господарської діяльності та може використовуватися для експрес-оцінки КСП будівельного підприємства.

У зв'язку з тим, що кожний з цих показників має різний ступінь важливості для розрахунку коефіцієнта конкурентоспроможності підприємства, експертним шляхом були визначені коефіцієнти значущості одиничних та узагальнюючих показників.

Далі, враховуючи отримані значення одиничних показників КСП та коефіцієнти вагомості кожного з цих показників, за формулою середньозваженої арифметичної проводимо розрахунок узагальнюючих показників КСП та коефіцієнта КСП будівельного підприємства.

Значення узагальнюючого показника фінансово-економічного стану будівельного підприємства (E_C) визначається за формулою:

$$E_C = 0,25P_A + 0,17\Phi_B + 0,15O_{OA} + 0,11\Pi_{II} + 0,2K_{II} + 0,12K_A \quad (1)$$

- де P_A – відносний показник рентабельності активів;
 Φ_B – відносний показник фондівіддачі;
 O_{OA} – відносний показник оборотності оборотних активів;
 Π_{II} – відносний показник продуктивності праці;
 K_{II} – відносний показник поточної ліквідності;
 K_A – відносний показник автономії.

Значення узагальнюючого показника ефективності просування та збуту (E_{II3}) визначається за формулою:

$$E_{II3} = 0,31 D_p + 0,43 T_p + 0,26 K_{C3} \quad (2)$$

- де D_p – відносний показник долі ринку;
 T_p – відносний показник темпу росту ринку;

K_{C3} – відносний показник ефективності засобів стимулювання збуту.

Значення показника конкурентоспроможності будівельно-монтажних робіт (K_{BMP}) визначається за формулою:

$$K_{BMP} = 0,22T_p + 0,34V_{II} + 0,29Y_{Bp} + 0,15K_{II} \quad (3)$$

- де T_p – відносний показник тривалості робіт;
 V_{II} – відносний показник вартості послуг;
 Y_{Bp} – відносний показник якості використовуваних матеріалів;
 K_{II} – відносний показник рівня кваліфікації персоналу.

Значення показника конкурентоспроможності будівельно-монтажних робіт (КСП) визначається за формулою:

$$K_{CII} = 0,38E_C + 0,17 E_{II3} + 0,45 K_{BMP} \quad (4)$$

- де E_C – значення узагальнюючого показника фінансово-економічного стану;
 E_{II3} – значення узагальнюючого показника ефективності просування і збуту
 K_{BMP} – значення узагальнюючого показника конкурентоспроможності будівельно-монтажних робіт.

Запропонована нами комплексна методика оцінки КСП будівельних підприємств здійснюється в наступній послідовності етапів:

- 1) Прийняття рішення про оцінку конкурентоспроможності будівельної організації.
- 2) Вибір організацій-конкурентів, з якими буде проводитися порівняння.
- 3) Визначення показників, що впливають на КСП будівельної організації. Як було зазначено, ми вважаємо доцільним використовувати наступні групи показників – фінансово-економічного стану,

ефективності просування і збуту, конкурентоспроможності будівельно-монтажних робіт.

4) Збір інформації, необхідної для проведення розрахунків.

5) Розрахунок одиничних показників КСП та переведення показників у відносні величини. Для переведення показників у відносні величини проводиться їх порівняння з базовими показниками. В якості бази для порівняння можуть виступати: думка експертів; середньогалузеві показники; показники будь-якого конкуруючого підприємства або підприємства-лідера на даному ринку; показники оцінюваного підприємства за минулий період часу.

6) Розрахунок значення узагальнюючих показників за окремими групами.

7) Розрахунок коефіцієнта КСП підприємства.

8) Висновки про стан КСП досліджуваного об'єкта.

9) Прийняття рішення щодо підвищення КСП будівельного підприємства.

Висновки. Незважаючи на велику кількість методів, які застосовуються сьогодні різними науковцями для оцінки конкурентоспроможності будівельного підприємства, універсальної і загально визнаної методики комплексної оцінки конкурентоспроможності будівельного підприємства науковцями в даний час не вироблено.

Запропонована комплексна методика оцінки конкурентоспроможності будівельного підприємства є досить простою у використанні, не потребує великого масиву вхідної інформації. При цьому, даний метод охоплює всі найбільш важливі сторони господарської діяльності будівельного підприємства. Це, в свою чергу, створює умови для регулярної оцінки діяльності будівельного підприємства, надає керівництву будівельного підприємства можливість отримувати досить повну картину положення підприємства на будівельному ринку, на основі якої можуть розроблятися плани подальшого розвитку його діяльності.

Список літератури: 1. Алтухов П. Л. Процессный подход к обеспечению конкурентоспособности предприятия // Вісник економічної науки України. – 2005. – №2. – С. 3-5. 2. Фатхудинов Р.А. Стратегический маркетинг. – М.: ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 640 с. 3. Воронкова А.Е., Пономарев В.П., Дибніс Г.І. Підтримка конкурентоспроможного потенціалу підприємства. – К.: Техніка, 2000. – 152 с.

4. Черванов Д.М., Названова Л. Конкурентоздатність та менеджмент підприємств // Теоретичні та прикладні питання економіки: Зб. наук. пр. / За заг. ред. проф. Ю.І. Сханурова, А.В. Шегди. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2007. – Вип. 12. – 419 с. (С. 24) 5. Конкуренція на будівельному ринку України [Електронний ресурс – Режим доступу: <http://ingservice.kiev.ua> 6. Торкатюк В.І. Аналіз сучасного стану будівельного комплексу України, в контексті формування регіональних структур його функціонування [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://economy.kname.edu.ua> 7. Тищенко А. Н., Хаустова В. Е., Беляев А. С. Оценка конкурентоспособности строительных предприятий с учетом их специфики [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.problecon.com> 8. Мазилкина Е. И. Управление конкурентоспособностью предприятий / Е.И. Мазилкина. – М.: Омега - Л, 2009, – 328 с 9. Родайкина М.А. Влияние конкурентоспособности строительных организаций на устойчивое развитие региона [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://economy-lib.com> 10. Рибницький Д. О. Сучасні підходи до оцінювання конкурентоспроможності підприємства / Д. О. Рибницький, Т. А. Городня // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Випуск 20.9. – С. 227–230. 11. Васютіна І.О. Теоретичні аспекти конкурентоспроможності підприємств / І. О. Васютіна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство. – 2011. – № 5. – С. 114–118.) 12. Крусак А.О. Методи оцінки потенціалу малих підприємств [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>

Bibliography (transliterated): 1. Altuhov P.L. Processnyy podhod k obespecheniyu konkurentosposobnosti predpriyatija // Visnik ekonomichnoyi nauki Ukraini. – 2005. – №2. – P. 3-5. 2. Fathudinov R.A. Strategicheskij marketing. – M.: ZAO «Biznes-shkola «Intel-Sintez», 2000. – 640 p. 3. Voronkova A.E., Ponomar'ov V.P., Dibnis G.I. Podry'mka konkurentospromozhnogo potentsialu pidpr'yemstva. – K.: Tekhnika, 2000. – 152. 4. Chervan'ov D.M., Nazvanova L. Konkurentozdatnist' ta menedzhment pidpr'yemstv // Teoretichni ta prykladni pytannya ekonomiy: Zb. nauk. pr. / Zazag. red. prof. Yu.I. Yexanurova, A.V. Shegdy. – K.: Vy'davny'cho-poligrafichny'jcentr «Ky'yivs'ky'juniversy'tet», 2007. – Vy'p. 12. – 419 p. (P. 24) 5. Konkurenciya na budivel'nomu ry'nku Ukrayiny' Web.<<http://ingservice.kiev.ua>> 6. Torkatyuk V.I. Analiz suchasnogo stanu budivel'nogo kompleksu Ukrayiny', v konteksti formuvannya regional'ny'x struktur yogo funkcionuvannya Web.<<http://economy.kname.edu.ua>> 7. Tishhenko A. N., Haustova V. E., Beljaev A. S. Ocenka konkurentosposobnosti stroitel'nyh predpriyatij s uchetom ih specifiky Web.<<http://www.problecon.com>> 8. Mazilkina E.I. Upravlenie konkurentosposobnost'ju predpriyatij /E.I. Mazilkina. –M.: Omega - L, 2009, – 328 p 9. Rodajkina M.A. Vlijanie konkurentosposobnosti stroitel'nyh organizacij na ustojchivoe razvitie regiona Web. <<http://economy-lib.com>> 10. Ry'bny'cz'ky'j, D. O. Suchasni pidxody do ocinyuvannya konkurentospromozhnosti pidpr'yemstva / D. O. Ry'bny'cz'ky'j, T. A. Gorodnya // Naukovy'j visny'k NLTU Ukrayiny'. – 2010. – Vy'pusk 20.9. –P. 227–230. 11. Vasyutina I.O. Teoretichni aspekty konkurentospromozhnosti pidpr'yemstv / I. O. Vasyutina // Derzhavataregiony'. Seriya: Ekonomika ta pidpr'yemny'ctvto. – 2011. – # 5. – P. 114–118.) 12. Kry'sak A.O. Metody ocinky potentsialu maly'x pidpr'yemstv Web.<<http://www.economy.nayka.com.ua>>

Надійшла (received) 05.12.2015

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 Serhiivna – National Technical University "KharkivPolytechnicInstitute", student; tel.: (068) 064-01-29; e-mail: OlgaSy4@yandex.ru.

А.В. СОТНИКОВ

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ТА МЕТОДИ ОЦІНКИ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

У статті розглядаються основні методики та підходи до визначення вартості підприємств. Визначені їх основні переваги та недоліки для отримання достовірної оцінки вартості підприємства.

Ключові слова: вартість підприємства, мультиплікатор, дохідний підхід, затратний підхід.

Вступ. В сучасних умовах глобалізації та високого ступеня невизначеності як ринкового, так і внутрішнього середовища компанії, ефективна оцінка вартості підприємства стає ключовою проблемою. Вирішення даної проблеми допоможе керівництву підприємства виявити ключові фактори створення вартості, що позитивно вплине на її майбутнє значення, а для зовнішніх інвесторів стане основним індикатором при прийнятті рішень про інвестування коштів. Також вартість підприємства дає змогу визначити конкурентоспроможність і успішність на ринку та є індикатором розвитку підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика оцінки вартості підприємств є предметом наукових досліджень багатьох зарубіжних і українських авторів, які в своїх роботах розглядають використання, як ринкового, дохідного та затратного підходу, так і інших методик. Серед вчених в роботах яких розглядається питання оцінки вартості слід виділити: Ш. П. Пратта, Т. Коупленда, Т. Коллера, Дж. Мурріна, М. К. Скотта, С. Хелферта, К. Уолша, П. Л. Віленського, В. Н. Лівшица, С. В. Валдайцева, С. В. Расказова, Ю. В. Козиря, В. А. Щербаківа, А. Г. Грязнову, М. А. Федотову, Н. Г. Чумаченко, В. А. Панкова, А. Г. Мендрула, Л. Д. Реуцького, Р. О. Костырко, В. П. Савчука та інших.

Формулювання цілей статті. У статті розглянуто основні традиційні підходи до оцінювання вартості підприємств. Визначено основні переваги та недоліки їх застосування в умовах вітчизняної економіки.

Аналіз основного матеріалу. Вартість – найбільш загальний показник, що характеризує загальний підсумок діяльності та дає висновок, що відображає суму всіх елементів і чинників.

Оцінка вартості вимагає максимально повноти інформації. Жоден з інших показників результатів діяльності не є настільки всеосяжним, як вартість. Тому саме до підвищення своєї вартості треба прагнути підприємствам.

Управління вартістю дозволяє найефективніше перерозподіляти грошові потоки. Для вирішення питань управління вартістю необхідна методологія, що дозволяє порівнювати різні інвестиційні альтернативи і приймати найбільш раціональні рішення, які дозволять збільшити вартість.

На думку автора, слід провести більш детальний аналіз підходів та методів оцінки вартості підприємств. Оцінку бізнесу здійснюють з позицій

трьох підходів, кожен з яких дозволяє підкреслити певні характеристики об'єкта. В цілому всі три підходи (дохідний, затратний, ринковий) взаємопов'язані.

Залежно від чинників вартості, що є основними змінними в алгоритмах, підходи оцінки поділяються на дохідний, ринковий і затратний. Кожен підхід дозволяє «влловити» певні фактори вартості.

Дохідний підхід – сукупність методів оцінки вартості об'єкта оцінки, заснованих на визначенні очікуваних доходів від використання об'єкта оцінки. При оцінці з позиції дохідного підходу основним фактором, визначальним величину вартості об'єкта, вважається дохід. Чим більше дохід, принесений об'єктом оцінки, тим більше величина ринкової вартості підприємства за інших рівних умов.

Дохідний підхід вважається найбільш прийнятним з точки зору інвестування, оскільки потенційний інвестор, що вкладає гроші у підприємство, купує не набір майнових цінностей, а потік майбутніх доходів або вільних грошових коштів, що дозволяє йому окупити вкладені засоби, отримати прибуток і підвищити свій добробут. Таким чином, дохідний підхід передбачає встановлення вартості підприємства або його частини шляхом розрахунку поточної вартості очікуваного прибутку.

Дохідний підхід складається з декількох методів, наприклад, таких як:

- метод дисконтування грошових потоків;
- метод капіталізації доходу.

Метод капіталізації доходу визначає ринкову вартість підприємства шляхом перетворення доходу за один рік до вартості за допомогою коефіцієнта капіталізації. Цей метод являє собою ділення поточного доходу на відповідну норму прибутку, тобто визначення ринкової вартості підприємства відбувається згідно формули за формулою:

$$V = \frac{D}{r}, \quad (1)$$

де V – ринкова вартість бізнесу;

D – чистий річний дохід

R – коефіцієнт капіталізації.

Метод дисконтування грошових потоків застосовується при нестабільному доході або при використанні різних коефіцієнтів капіталізації. Він включає прогнозування потоків від об'єкта оцінки, які потім дисконтуються за ставкою дисконтування, що відповідає ставці доходу і відображає ризики

інвестора. Загальна модель методу дисконтування грошових потоків розраховується за формулою :

$$PV = \frac{CF_1}{1+R} + \frac{CF_2}{(1+R)^2} + \dots + \frac{CF_n}{(1+R)^n} + \frac{FV}{(1+R)^n}, (2)$$

де PV – поточна вартість компанії;
CF – грошовий потік;
FV – вартість активів в пост прогнозний період;
R – ставка дисконтування;
N – кількість років прогнозування.

Метод дисконтування грошових потоків найчастіше застосовується для підприємств, які знаходяться на стадії зростання або розвитку, тобто це відносно молоді компанії. У таких компаніях очікується, що майбутні грошові потоки будуть значно варіюватися в порівнянні з справжніми або дане підприємство хоче реалізувати інвестиційний проект, який зробить істотний вплив на майбутні грошові потоки.

Застосування дохідного підходу для розрахунку вартості компанії має як переваги, так і недоліки. До переваг дохідного підходу можна віднести те, що:

- даний підхід враховує майбутню зміну доходів і витрат підприємства. Таким чином, він показує прибутковість, що в свою чергу задовольняє інтереси власників, які хочуть отримати дивіденди;
- застосування цього підходу допомагає прийняти рішення про інвестування в підприємство, тобто даний підхід враховує інтереси потенційних інвесторів;
- цей підхід враховує перспективи розвитку підприємства.

Основні недоліки даного підходу такі:

- складність прогнозування довгострокових потоків доходів і витрат, так як економіка нестійка. В результаті чого збільшується ймовірність неправильного прогнозу, зі збільшенням прогнозного періоду;
- складність розрахунку ставок капіталізації та дисконтування, так як існують різні способи їх обчислення;
- існування ризиків, які можуть зробити істотний вплив на прогнозований дохід;
- можливість невідповідності реальних доходів підприємства тим, що вони показують у своїй бухгалтерській звітності.

Дохідний підхід, на думку А. Дамодарана та А. Грязнової є основним підходом при оцінці вартості компанії і, як показує практика, застосовується частіше інших.

Затратний підхід ґрунтується на розрахунку ринкової вартості всіх активів і вартості всіх зобов'язань компанії. Найчастіше даний підхід застосовується компаніями, які володіють значними матеріальними активами, коли компанія є збитковою, при ліквідації компанії або коли неможливо оцінити її прибутковим або порівняльним підходами.

У загальному випадку формула розрахунку вартості компанії, за допомогою затратного підходу виглядає наступним чином:

$$\text{Вартість компанії} = \text{Активи} - \text{Зобов'язання} \quad (3)$$

Затратний підхід має два можливих методи розрахунку вартості компанії – це метод чистих активів і метод ліквідаційної вартості. Розглянемо кожен з цих методів докладніше.

Метод чистих активів заснований на аналізі ринкової вартості активів і зобов'язань підприємства. При розрахунку вартості компанії цим методом, необхідно виконати наступні етапи:

- а) розрахунок ринкової вартості всіх активів компанії;
- б) розрахунок поточних зобов'язань компанії;
- в) обчислення різниці між отриманими активами і зобов'язаннями.

При розрахунку вартості активів компанії, необхідно розглянути наступні активи:

- нематеріальні активи;
- довгострокові фінансові вкладення;
- будівлі, споруди;
- машини, обладнання;
- запаси;
- дебіторська заборгованість;
- інше.

При розрахунку поточних зобов'язань, слід включити такі статті:

- довгострокові і короткострокові зобов'язання за позиками і кредитами;
- кредиторська заборгованість;
- заборгованість по виплаті дивідендів;
- резерви майбутніх витрат;
- інше.

Використання методу чистих активів, при обчисленні вартості підприємства не завжди дає об'єктивну оцінку його фактичної вартості. Але в реальності через відсутність ринкової інформації, підприємствам доводиться вдаватися до даного методу. Однак зараз цей метод менш поширений, в зв'язку з розвитком підприємств, що займаються розробкою нових технологій, чиї активи складаються здебільшого з нематеріальних активів, які дуже складно оцінити.

Ще один метод затратного підходу – це метод ліквідаційної вартості. Даний метод заснований на визначенні різниці між сумарною вартістю всіх активів підприємства і зобов'язань з урахуванням витрат на його ліквідацію. Даний метод застосовується підприємствами, які знаходяться на стадії банкрутства, збитковими підприємствами, підприємствами, які прийняли рішення про ліквідацію.

При розрахунку ліквідаційної вартості необхідно виконати наступні етапи:

- а) проаналізувати фінансову звітність компанії;
- б) сформулювати уявлення про те, яка кількість активів необхідно оцінити;
- в) розрахувати суму заборгованості компанії;

г) розробити календарний графік процесу ліквідації компанії;

д) розрахувати і обґрунтувати розміри витрат;

е) оцінити активи, що продаються;

ж) визначити ставку дисконтування;

з) визначити виручку від продажу активів (матеріальних і нематеріальних), з урахуванням графіка реалізації цих активів;

і) погасити поточну заборгованість підприємства, яка виникла за період ліквідації, і виплатити зобов'язання;

к) оцінити ліквідаційну вартість;

Затратний підхід має свої плюси і мінуси. До основних плюсів даного підходу відноситься те, що:

– цей підхід заснований на обліку впливу виробничо-господарських факторів на вартість активів;

– даний підхід враховує ступінь зносу активів при оцінці рівня розвитку технології;

– оцінка активів ґрунтується на аналізі фінансових і облікових документів, тобто має об'єктивну основу.

До недоліків слід віднести те, що він:

– не враховує перспективи розвитку підприємства і ринкову ситуацію на дату оцінки;

– не враховує можливі ризики;

– не враховує основні фінансово-економічні показники діяльності підприємства.

Ще один підхід до оцінки вартості - це ринковий або порівняльний підхід, який спрямований на визначення вартості на підставі ринкової ціни аналогічних підприємств.

Застосування даного підходу можливо тільки при наявності декількох факторів. По-перше, необхідна наявність розвинутого фінансового ринку, так як ринковий підхід спрямований на використання даних про dokonані угодах. По-друге, на ринку повинен бути доступ до інформації про фінансові показники підприємств, схожих з оцінюваним.

Існує три основні методи оцінки вартості компанії, які відносяться до порівняльного підходу - це метод компанії-аналога (метод ринку капіталу), метод угод та метод галузевих коефіцієнтів. Розглянемо кожен з цих методів докладніше.

Метод компанії аналога або метод ринку капіталу заснований на аналізі реальних цін акцій, які сформувалися на відкритому фондовому ринку. За базу для порівняння береться ціна однієї акції відкритого акціонерного товариства. І цей метод використовується для оцінки міноритарного пакету акцій.

Метод угод спрямований на порівняння даних з продажу контрольних пакетів акцій підприємств або про продаж підприємства в цілому. Цей метод застосовується, коли здійснюється купівля контрольного пакета акцій підприємства, а так само коли оцінюється підприємство закритого типу, яке має підприємства-аналоги відкритого типу. Так само цей метод включає в себе аналіз мультиплікаторів.

Метод галузевих коефіцієнтів ґрунтується на використанні рекомендованих співвідношень між

ціною і певними фінансовими параметрами. Зазвичай галузеві коефіцієнти розраховуються спеціальними аналітичними організаціями, які виробляють свої розрахунки, використовуючи тривалі статистичні спостереження за ціною продажу компанії і за іншими важливими виробничо-фінансовими показниками.

При оцінці вартості за допомогою порівняльного підходу важливу роль відіграє вибір підприємств-аналогів а цінових мультиплікаторів. Ціновий мультиплікатор являє собою відношення між ціною підприємства і якимось фінансовим або виробничим показником, що характеризує результати його діяльності. У загальному вигляді формула виглядає так:

$$M = \frac{Ц}{ФБ}, \quad (4)$$

де М – ціновий мультиплікатор;

Ц – ціна підприємства-аналога;

ФБ – фінансовий або виробничий показник.

Використання цінових мультиплікаторів для оцінки вартості ґрунтується на припущенні, що підприємство, яке оцінюється і підприємства-аналоги мають схоже співвідношення між ціною і будь-яким фінансовим показником. Для того щоб обчислити цінової мультиплікатор, необхідно по-перше, визначити величину капіталізації або ринкову вартість власного капіталу підприємства-аналога, а по-друге, необхідно обчислити значення знаменника у формулі, тобто фінансові показники, наприклад, такі як: прибуток, виручка від реалізації, вартість чистих активів, дивідендні виплати, грошовий потік і деякі інші. В оцінній практиці найчастіше використовуються наступні мультиплікатори:

– «Ціна / Прибуток»;

– «Ціна / Грошовий потік»;

– «Ціна / дивідендні виплати»;

– «Ціна / Виручка від реалізації»;

– «Ціна / Балансова вартість»;

– «Ціна / Чиста вартість активів»;

Залежно від особливостей оцінюваного підприємства, галузі і конкурентів, оцінка вартості може бути заснована на значенні одного мультиплікатора, але частіше за все на поєднанні декількох. Вибір величини мультиплікатора є складним і відповідальним етапом. У зв'язку з тим, що абсолютно однакових компаній не існує, то величина мультиплікатора для різних компаній-аналогів може сильно варіюватися. Тому, спочатку необхідно відкинути екстремальні величини мультиплікатора, а потім розрахувати його середню і медіанну величину по аналогам.

Ринковий підхід має свої переваги і недоліки. Можна відзначити наступні переваги даного підходу:

– при наявності достовірної інформації про підприємства-аналоги, результати оцінки будуть точними і матимуть об'єктивну ринкову основу;

– підхід заснований на аналізі реального співвідношення попиту і пропозиції на подібні об'єкти, так як заснований на порівнянні оцінюваного

підприємства з аналогами, які були вже куплені або чії акції перебувають у вільному обігу;

– в ціні відображаються результати виробничо-господарської діяльності.

Однак у даного підходу є і недоліки:

– основою для аналізу служить тільки ретроспективна інформація, тобто перспективи розвитку не враховуються;

– складність збору інформації про підприємства-аналоги через недостатній розвиток фондового ринку;

– велика ймовірність того, що підприємства-аналоги матимуть сильні відмінності з підприємством, яке оцінюється, в зв'язку з чим буде необхідно вносити суттєві корективи.

Незважаючи на те, що порівняльний підхід передбачає трудомісткі розрахунки і великий аналіз галузі, він є невід'ємним прийомом визначення обґрунтованої ринкової вартості підприємств.

Результати дослідження. Виходячи з проведеного аналізу щодо підходів і методів оцінки вартості бізнесу, слід зазначити, що коректний результат процесу оцінки вартості підприємства не може бути отриманий внаслідок застосування тільки одного з існуючих підходів, оскільки кожен з них має свої унікальні недоліки та переваги. Найбільш доцільним є використання декількох підходів і відповідно методів оцінки з подальшим зіставленням отриманих результатів.

Висновки. Детальний аналіз підходів оцінки вартості підприємств дав можливість виявити те, що дані підходи не є взаємовиключними та доповнюють один одного, вартість підприємства буде залежити від того, яка із зацікавлених сторін буде проводити оцінку, оцінка вартості підприємств необхідна при проведенні таких заходів, як злиття, поглинання,

приєднання, викуп акцій, для визначення величини премій акціонерам підприємства, що поглинається, а також для вибору найоптимальнішого варіанта реорганізації при виході на міжнародні фінансові ринки.

Список літератури: 1. Дамодаран А. Инвестиционная оценка. Инструменты и методы оценки любых активов / А. Дамодаран. – М., 2004. 2. Эванс Ф. Ч. Оценка компаний при слияниях и поглощениях: в 3 кн. / Ф. Ч. Эванс, Д. М. Бишоп. – М., 2007. 3. Грегори А. Стратегическая оценка компаний. / Грегори А. – М., 2003. 4. Колер Т. Стоимость компаний: оценка и управление. – 2-е изд. / Т. Колер. – М., 2000. 5. Грязнова А. Г. Оценка бизнеса / А. Г. Грязнова, М. А. Федотова. – М., 1998. 6. Момот Т. В. Оценка стоимости бизнеса: современные технологии. – Х.: Фактор, 2007. 7. Рутгайзер В. М. Оценка стоимости бизнеса / В. М. Рутгайзер. – М., 2007. 8. Тришин В. Н. О методе дисконтированных денежных потоков и стандартах оценки [Электронный ресурс] / В. Н. Тришин. – Режим доступа: <http://www.ocenchik.ru/docs/95.html>. 9. Григорьев В. В. Оценка предприятия: теория и практика / В. В. Григорьев, М. А. Федотова. – М.: ИНФРА-М, 1997. – 320 с. 10. Есипов В. Е. Оценка бизнеса / В. Е. Есипов, Г. А. Маховикова, В. В. Терехова. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.

Bibliography (transliterated) 1. Damodaran A. Investicionnaya ocenka. Instrumenty i metody ocenki lyubyx aktivov / A. Damodaran. – М., 2004. 2. Evans F. Ch. Ocenka kompanij pri sliyanijax i pogloshhenijax: v 3 kn. / F. Ch. Evans, D. M. Bishop. – М., 2007. 3. Gregori A. Strategicheskaya ocenka kompanij. / Gregori A. – М., 2003. 4. Koler T. Stoimost kompanij: ocenka i upravlenie. – 2-e izd. / T. Koler. – М., 2000. 5. Gryaznova A. G. Ocenka biznesa / A. G. Gryaznova, M. A. Fedotova. – М., 1998. 6. Momot T. V. Ocenka stoimosti biznesa: sovremennye tehnologii. – Kh.: Faktor, 2007. 7. Rutgajzer V. M. Ocenka stoimosti biznesa / V. M. Rutgajzer. – М., 2007. 8. Trishin V. N. O metode diskontirovannyx denezhnyx potokov i standartax ocenki [Elektronnij resurs] / V. N. Trishin. – Rezhim dostupu: <http://www.ocenchik.ru/docs/95.html>. 9. Grigorev V. V. Ocenka predpriyatiya: teoriya i praktika / V. V. Grigorev, M. A. Fedotova. – М.: INFRA-M, 1997. – 320 p. 10. Esipov V. E. Ocenka biznesa / V. E. Esipov, G. A. Maxovikova, V. V. Terexova. – SPb.: Piter, 2006. – 464 p.

Надійшла (received) 13.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Сотніков Андрій Вікторович – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», асистент кафедри фінансів та менеджменту ЗЕД, м. Харків; тел.: (066) 823-20-79; e-mail: andrewsotnikov88@gmail.com

Sotnikov Andriy Viktorovich – National Technical University "KharkivPolytechnicInstitute", Assistant Department of Finance and Management FEA, c. Kharkiv; tel.: (066) 823 20 79; e-mail: andrewsotnikov88@gmail.com

А. М. ТРУСОВ, Н. В. КАРПОВА, Е. М. ТИМОФЕЕВА, А. Н. САПРЫКИНА

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ ГОРНО-ОБОГАТИТЕЛЬНОГО КОМБИНАТА

Горнодобывающая промышленность во всех промышленно развитых странах относится к базовым отраслям экономики. Эффективное функционирование горнодобывающей компании во многом определяется наличием всесторонне обоснованной стратегии ее маркетинговой деятельности. Главная цель выработки и реализации такой стратегии - определение наиболее эффективных направлений сбыта, произведенной компанией.

Ключевые слова: конкурентоспособность, экспорт, SWOT-анализ, финансовая устойчивость, организационно-экономическая устойчивость.

Введение. Продукция российских горнодобывающих предприятий и их компаний востребована на мировом рынке. В сложных условиях перехода к рыночным отношениям крупные горнодобывающие компании в зависимости от состояния экономики и положения на мировом рынке ориентировались на продажи как на внутреннем, так и на внешнем рынках. В настоящее время объемы реализации сырья на внутреннем и внешнем рынках находятся в соотношении 48 и 52 %.

Анализ литературы. Проблеме оценке хозяйственной и маркетинговой деятельности предприятия посвящены труды таких авторов, как Ушаков А. А., Голубков Е. П. Савицкая Г. В. и других.

Постановка проблемы. Важнейшей составной частью маркетинговой стратегии является выбор рационального соотношения маркетинговой деятельности на внутреннем и внешнем рынках на основе оценки общеэкономической ситуации в России и на мировом рынке, производственно-экономических возможностей и интересов отдельных компаний. При определении стратегии продаж на внутреннем рынке учитываются следующие факторы:

- текущая и перспективная емкость различных сегментов российского рынка;
- конкурентные преимущества компании по сегментам рынка, включая технический уровень состояния фондов, географическое положение, уровень затрат и прибыли;
- потенциальные возможности и масштабы продаж с учетом текущей и перспективной ситуации, возможностей данной компании в сравнении с другими компаниями [1].

К приоритетным направлениям деятельности крупной горно-обогатительной компании (ГОК) относится последовательное увеличение продаж на внутреннем рынке, что соответствует государственной политике, направленной на укрепление позиций отечественных производителей. В рассматриваемом году поставки на внутренний рынок выросли на 2 %. Это связано, в первую очередь, с увеличением доли продаж продукции высоких переделов с большей добавленной

стоимостью.

Возможности для увеличения емкости внутреннего рынка и объемов продаж на этом рынке достаточно велики. В настоящее время созданы достаточно благоприятные условия для развития горнодобывающей отрасли. Рыночная конъюнктура позволила поднять средние цены на продукцию выше, чем по другим ключевым отраслям промышленности. В целом, по данным Росстата, цены выросли за год на 65,8%, при росте цен в отраслях машиностроения и металлопереработки на 15,0%, на электроэнергию – на 11,5%, железнодорожные перевозки – на 12,6%.

Рост товарной продукции ГОКа в текущем году составил 28,5%, в том числе за счёт увеличения объема продаж - 7,5% (рисунок 1).

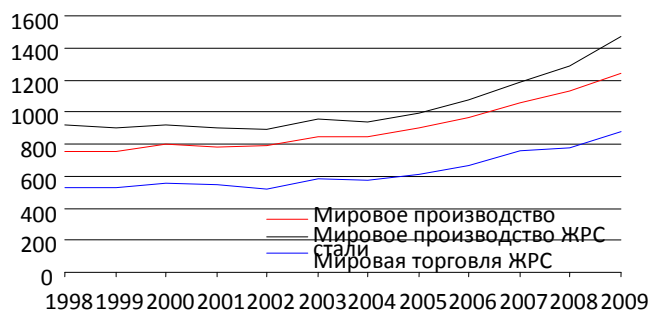


Рис. 1 – Объем мирового производства товарной железной руды, стали и объем мировой торговли ЖРС, млн. т

В мире продолжается рост производства стали и железорудного сырья (ЖРС). Сохраняется высокий спрос на ЖРС на международном рынке.

Географическое положение производителей и потребители ЖРС не совпадает, что приводит к расширению мировой торговли.

По итогам 5 мес. текущего года прирост производства стали в Китае остается на уровне около 20%. ГОК производит около 16% железной руды России. В текущем году произведено 10,96 млн. тонн концентрата, переработано 1,605 млн. тонн богатой руды, отгружено 10,93 млн. тонн железорудного концентрата,

© А.М. Трусков, Н.В. Карпова, Е.М. Тимофеева, А.Н. Сапрыкина, 2015

1,65 млн. тонн аглоруды. Балансовые запасы карьера:

- богатая железная руда – 26,6 млн тонн;
- железистые кварциты – 1,4 млрд тонн.

Основные потребители- крупные металлургические комбинаты.

В рассматриваемом году из произведенных 11,5 млн. тонн концентрата экспортирована только малая часть (0.1 млн. тонн).

Основные страны: Украина, Словакия, Австрия, Чехия, Китай. [2]

Экспорт ЖРС из России представлен на рисунках 2 и 3.

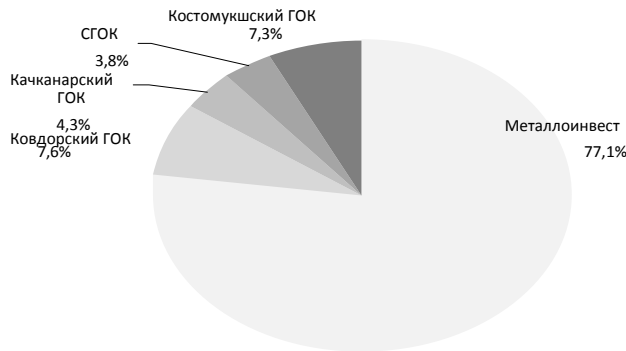


Рис. 2 – Экспорт ЖРС из России

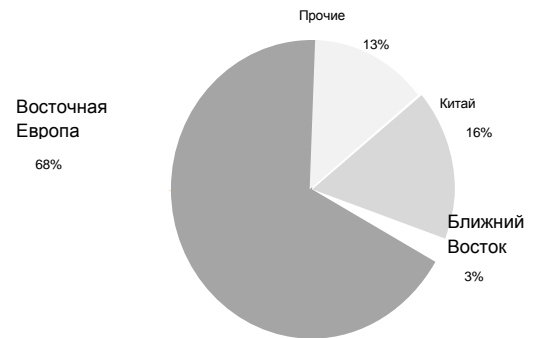


Рис. 3 – Структура экспорта ЖРС ГОКом

Наиболее важным внешним рынком сбыта ЖРС для ГОКов являются страны Восточной Европы. Сохранение позиций российских

поставщиков на данном рынке имеет важное политическое и экономическое значение.

Экспорта концентрата из России и основные потребители представлены на рисунках 4 и 5.

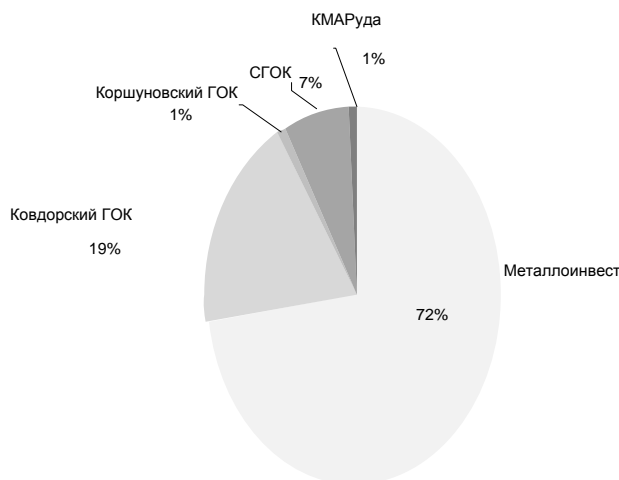


Рис. 4 – Экспорт концентрата из России

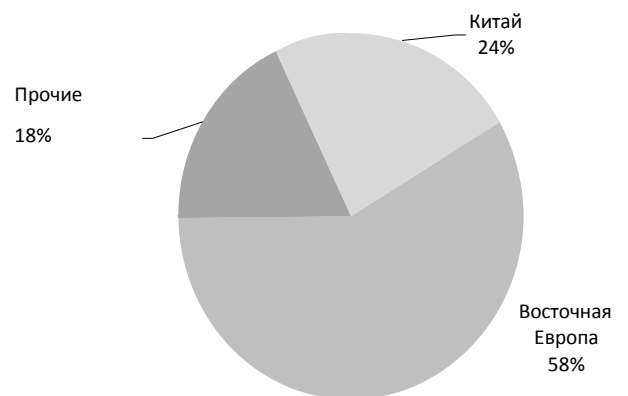


Рис. 5 – Структура экспорта концентрата ГОК

Среди множества известных инструментов исследования конкурентной позиции коммерческой организации одним из наиболее значимых является SWOT-анализ. Оценка сильных и слабых сторон деятельности является исследованием внутренней

среды организации [3]. На основе компонентного анализа сильных и слабых сторон построена матрица «существенность – эффективность» (табл.1).

Таблица 1 – Матрица «существенность – эффективность»

Существенность	Эффективность	
	Низкая	Высокая
Высокая	1. Социально-психологический климат 2. Эффективность сбыта 3. Реклама продуктов	1. Резервы производственных мощностей 2. Использование современных технологий 3. Компетенция руководства 4. Оплата труда 5. Финансовая устойчивость 6. Репутация организации и продукции 7. Качество продукции
Низкая	-	-

Зрительное количество составляющих внутренней среды оказались на поле «ВВ», т.е. комбинату следует закрепить достигнутые позиции. Тем не менее, такие элементы как социально-психологический климат, эффективность сбыта, реклама требуют особого внимания.

На основе компонентного анализа сильных и слабых сторон также построена матрица «эффективность – перспективность» (табл. 2).

Таблица 2 – Матрица «эффективность – перспективность»

Эффективность	Перспективность	
	Приобретает важность в будущем	Утратит важность в будущем
Высокая	1. Использование современных технологий 2. Рентабельность инвестиций	1. Резервы производственных мощностей 2. Оптимальное распределение прав и обязанностей
Низкая	1. Состояние основных фондов 2. Эффективность сбыта	-

Очевидно, что главное беспокойство у руководства комбината должен вызывать уровень технической оснащенности и освоение принципа делегирования в управлении. Скорее всего, именно отсутствие у некоторых руководителей высшего эшелона комбината четкого представления о правах и ответственности привело к тому, что предпринимательская организация не на высшем уровне. Укрепят в перспективе свои высокие позиции и поэтому нуждаются в развитии такие элементы как использование современных технологий и рентабельность инвестиций.

Составлена заключительная SWOT–таблица, в которой описаны на основе данных предыдущих этапов преимущества комбината и особенно те, которые целесообразно развивать в будущем, а также недостатки, требующие немедленного изменения, и возможные угрозы бизнесу в случае неизменности ситуации (табл. 3). Среди последних необходимо отметить фактор «слабый менеджмент».

Таблица 3 – Матрица SWOT – анализа ГОК

ПРЕИМУЩЕСТВА	ВОЗМОЖНОСТИ
1. Продукция хорошо известна во всем мире	1. Увеличение рентабельности, контроль над затратами
2. Постоянно используются современные технологии	2. Расширение рынков сбыта
3. Хороший имидж компании в общественной жизни (участие в выставках, конкурсах, благотворительная деятельность)	3. Освоение новых марок стали
4. Высокая степень соблюдения договорных обязательств в отношении конечных потребителей	4. Повышение социального внимания, создание оптимальных условий труда и отдыха работников
5. Качество продукции	
НЕДОСТАТКИ	УГРОЗЫ
1. Отсутствие единой концепции продаж	1. Захват рынка сторонними производителями
2. Слабый менеджмент	2. Муниципальное вмешательство в политику ценообразования
	3. Снижение доходности

Рассчитаны и оценены релевантные показатели, относящиеся к группе «финансовая устойчивость» и «организационно-экономическая устойчивость» в динамике за 4 года по данным комбината (табл.4).

Таблица 4 – Ранжирование показателей финансовой устойчивости ГОК по результатам деятельности

Годы	Показатели					сумма мест	ранжированное место (1=min)
	коэф-т текущей ликвидности	коэф-т автономии	финансовый леверидж	прибыль на одну тонну продукции	коэф-т маневренности		
1-ый	4	2	3	2	3	14	3
2-ой	3	4	1	4	4	16	4
3-ий	2	3	2	3	2	12	2
4-ый	1	1	4	1	1	8	1

После расчета показателей каждому из них был присвоен номер (от 1 до 5), начиная с лучшего достигнутого уровня.

Обобщение результатов комплексной оценки совокупности исследуемых временных периодов

(рейтинговая оценка) выполнено методом «ранжирования суммы чисел мест».

Для повышения уровня объективности выводов соотношение уровней финансовой и организационно – экономической устойчивости проиллюстрировано графически (рис. 6).

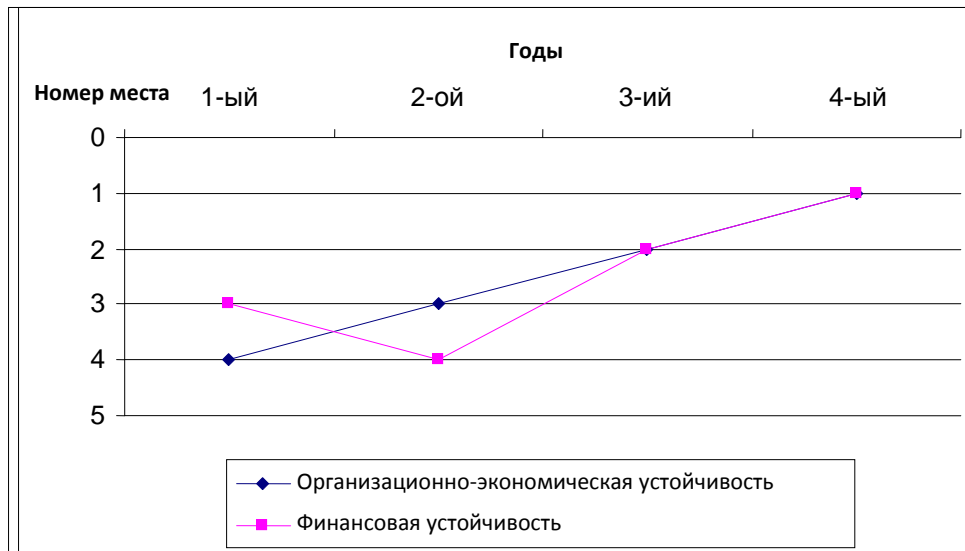


Рис. 6 – Уровень финансовой и организационно - экономической устойчивости ГОК

Вывод. Общая тенденция развития комбината за рассмотренный период – повышение устойчивости. В третьем году организационно-экономическая устойчивость была ниже финансовых позиций. В третьем году финансовая устойчивость снизилась, но начиная с четвертого года она повышается.

В последние годы управление маркетинга, которое тщательно проводит мониторинг рынка и делает прогнозы, стала работать эффективнее. Вошло в практику проведение координационных советов с потребителями. Реклама имеет важное значение в коммерческой деятельности предприятия. К одной из наиболее действенных разновидностей рекламы можно отнести публикацию информации в газетах, журналах, справочниках, книгах. На ГОКе снимаются рекламные кинофильмы, выпускаются брошюры ГОК, буклеты. Размещается реклама продукции в справочниках и каталогах. Публикуются статьи

специалистов предприятия в различных журналах. ГОК участвует во многих выставках, которые также служат рекламным целям. Итог любой выставки – это, в первую очередь, возможность встречи с потребителями, как потенциальными, так и действующими. Это еще и обмен информацией между производителями металла. Как правило, на крупных международных и отечественных выставках проводятся конференции и семинары, на которых ведущие производители обсуждают ситуацию в отечественной и мировой промышленности. Общение же потенциальными и сегодняшними клиентами – серьезная целенаправленная работа, целью которой является выяснение спроса на продукцию СГОК, сложившегося как на внутреннем, так и на внешних рынках. Это хорошая возможность в сжатые сроки провести мониторинг потребностей клиентов (потенциальных и текущих).

Список литературы: 1. Ушаков А.А. Стратегия и тактика маркетинговой деятельности крупной металлургической компании. // Сталь, -2005. - №7. - С.120. 2. <http://www.sgok.ru> 3. Голубков Е.П. Основы маркетинга. М.: Издательство «Финпресс», 2009. 4. Савицкая, Г.В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учебник. - 4-е изд., перераб. и доп. - М.: ИНФА-М, 2008. - 512 с.

Stal',-2005. - №7. - P.120. 2. <http://www.sgok.ru> 3. Golubkov E.P. Osnovy marketinga. M.: Izdatel'stvo «Finpress», 2009. 4. Savitskaya, G.V. Analiz khozyaystvennoy deyatel'nosti predpriyatiya: Uchebnik. - 4-e izd., pererab. i dop. - M.: INFА-M, 2008. - 512 p.

Поступила (received) 31.03.2015

Bibliography (transliterated): 1. Ushakov A.A. Strategiya i taktika marketingovoy deyatel'nosti krupnoy metallurgicheskoy kompanii. //

Сведения об авторах / About the authors

Трусов А. М. – Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», инженер кафедры экономики и менеджмента.

Trusov A. M. – Starooskolsky Technological Institute A.A Ugarov (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education "National Research Technological University" MISA ", the engineer of the economics and management department.

Карпова Надежда Васильевна – кандидат экономических наук, доцент, Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», доцент кафедры экономики и менеджмента.

Karpova Nadezhda Vasilevna – PhD associate professor, Stary Oskol Technological Institute. AA Ugarov (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education "National Research Technological University" MISA ", Associate Professor, Department of Economics and Management.

Тимофеева Елена Михайловна – кандидат педагогических наук, доцент, Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», доцент кафедры экономики и менеджмента.

Timofeeva Elena Mikhailovna - Ph.D., Associate Professor, Stary Oskol Technological Institute. AA Ugarov (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education "National Research Technological University" MISA ", Associate Professor, Department of Economics and Management.

Сапрыкина Анастасия Николаевна – Старооскольский технологический институт им. А.А. Угарова (филиал) федерального государственного автономного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Национальный исследовательский технологический университет «МИСиС», ассистент кафедры экономики и менеджмента.

Saprykina Anastasia Nikolaevna – Stary Oskol Technological Institute. AA Ugarov (branch) of the Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Professional Education "National Research Technological University" MISA ", Assistant of the Department of Economics and Management.

І. А. ФЕДОРЕНКО, А. Г. БЕРУЛАВА, А. І. КОЛОНТАЄВСЬКА

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ПАРТНЕРСЬКИМИ ВЗАЄМВІДНОСИНАМИ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ 3

У статті уточнено поняття «партнерські взаємовідносини», виокремлені типи заходів, які визначають готовність підприємства до партнерських взаємовідносин, визначені способи, якими має можливість скористатись підприємство, здійснюючи вибір потенційного партнера, класифіковані форми співробітництва суб'єктів господарювання за окремими напрямками діяльності.

Ключові слова: партнерські взаємовідносини, зовнішньоекономічна діяльність, вибір потенційного партнера, зовнішній ринок, форми співробітництва конкурентоспроможність, стратегія підприємства.

Вступ. Вихід підприємств на міжнародний ринок призводить до позитивних зрушень, як для самого підприємства, так і для економіки країни в цілому. По-перше, зовнішньоекономічна діяльність (ЗЕД) є істотним чинником додаткового стимулювання стабілізації національної економіки. По-друге, підприємства можуть гнучко й оперативіно реагувати на зміни зовнішньоекономічних факторів, оптимально мобілізувати визначені виробничі ресурси з метою раціонального використання переваг зовнішніх зв'язків. По-третє, існує і зворотній зв'язок: партнери з різних країн у рамках господарського співробітництва істотно впливають на розвиток національного підприємництва, підвищення його технічного і технологічного рівня, що в кінцевому рахунку призводить до економічного зростання. По-четверте, підприємство, замкнуте лише на національному ринку, позбавлено здорової конкуренції ззовні і розвивається менш ефективно. Співробітництво й постійний пошук найбільш ефективних партнерських зв'язків, приводить до переорієнтації діяльності згідно з умовами ринку, тобто партнерські відносини дозволяють підприємству досягти, зберегти й підсилити свої конкурентні переваги, одержати певний рівень прибутку за рахунок обміну результатами діяльності. У зв'язку із цим тема статті набуває актуального значення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Різні аспекти встановлення підприємствами довготривалих й взаємовигідних відносин та вибору їх учасників розглядалися в працях таких відомих зарубіжних вчених-економістів як: Д. Вілсона, Дж. Ігана, С. Кардела, Р. Уоллеса та вітчизняних авторів як: А. Балабанець, А. Загороднього, З. Коваль, Я. Криворучко, Н. Чухрай та інші. Незважаючи на широкий спектр досліджуваних питань, практично всі вони стосуються питань загальної організації та проведення переговорів з партнерами. Багато уваги приділено питанням вибору партнерів на зовнішньому ринку, але систематизації форм співробітництва підприємств та прийняття обґрунтованого рішення стосовно співпраці з ними приділяється мало уваги.

Мета. Метою статті є удосконалення теоретичних й методологічних положень з проблем управління взаємовідносинами з партнерами з

зовнішньоекономічної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Потреба у виході за межі підприємства та формуванні довготривалих відносин з іншими підприємствами виникає через необхідність підвищення ефективності функціонування, укладання партнерства дає можливість використовувати вміння та навички, ресурси інших підприємств.

Розвиток будь-якого підприємства, доцільно розглядати за двома напрямками розвитку стратегічних можливостей. Перший з них – внутрішній або органічний розвиток передбачає впровадження якісних змін через власні ресурси, активи на їх накопичення.

Другий напрямок розвитку – через залучення до спільної роботи інших підприємств чи організацій, пошук нових, більш ефективних форм та механізмів взаємодії підприємств. Другий напрямок стратегічних можливостей розвитку підприємств зумовив формування достатньо нового напрямку в управлінні – управління взаємовідносинами господарюючих суб'єктів, основу якого складають розвиток та підтримка довгострокових, міцних зв'язків зі споживачами, постачальниками, персоналом і навіть конкурентами [1].

Сучасне трактування сутності партнерства можна представити у розрізі різнобічних наукових підходів. Так, частина авторів [2] розглядають партнерські відносини як прояв інтеграційних зв'язків між підприємствами, інші [3] – як взаємовідносини партнерів у господарській діяльності, які передбачають об'єднання зусиль, а не створення нового об'єднання. Значна кількість наукових праць присвячена дослідженню партнерства підприємств з комерційними банками, державними структурами на рівні зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання.

Уточнюючи, поняття «партнерських взаємовідносин», їх можна визначити як форму відносин між підприємствами, що ґрунтуються на основі добровільної співпраці, взаємної довіри та підтримки, розподілі прав, зобов'язань і відповідальності сторін з метою отримання додаткових конкурентних переваг.

Головною метою партнерських відносин підприємств відповідно до розглянутих визначень партнерства є правильний вибір основних напрямів співпраці, форм і методів їх реалізації на засадах

взаємної вигоди та рівних прав.

На думку Дж. Ігана, підприємство, приймаючи стратегічне рішення про формування довготривалих, взаємовигідних відносин з суб'єктами ринку, що мають значення для його функціонування та розвитку має здійснити аналіз всіх переваг та недоліків таких відносин, а також провести підготовчі дії [4]. Автор наголошує, що головним критерієм при виборі потенційного партнера є власна готовність до таких відносин.

В результаті дослідження літературних джерел було виокремлено два типи заходів, які визначають готовність підприємства до партнерських взаємовідносин та дозволяють визначитись з їх учасниками [4].

Перший тип – це внутрішні дії, направлені на орієнтування підприємства та зацікавлених осіб. Орієнтація необхідна для отримання загальної установки та організації роботи в одному напрямку. З цією метою підприємство визначається з конкретним результатом або показником, який воно прагне досягти, після чого проводиться самодіагностика – аналіз стану підприємства за напрямками діяльності, оцінювання власних ресурсів та можливостей досягнення результату, що був визначений.

Друга частина заходів направлена зовні, за межі підприємства. Це діяльність пов'язана з визначенням потенційних партнерів підприємства за різними критеріями та показниками.

Приймаючи рішення щодо формування партнерських відносин, керівництво підприємства – ініціатора цього процесу може розглядати в якості партнерів як суб'єктів, з якими вже склалася тісна взаємодія, так і нових учасників взаємовідносин з метою поступової побудови відносин партнерства [5].

Таким чином, виокремлюються два способи, якими має можливість скористатись підприємство, здійснюючи вибір потенційного партнера, а саме:

1. Вибір потенційного партнера з числа тих, з якими вже встановлені або були встановлені ділові відносини. Це полегшує вибір, оскільки підприємство має в розпорядженні точні дані про діяльність цих суб'єктів.

2. Вибір в результаті пошуку та аналізу необхідного ринку: на якому підприємство вже працює, або зовсім нового ринку (у разі прийняття рішення про диверсифікацію діяльності) та напрямку формування партнерства (маючи на увазі суб'єктів зовнішнього середовища підприємства – формування партнерських відносин з постачальниками, покупцями, конкурентами).

Інформація для оцінки щодо можливості поглиблення відносин з новим потенційним партнером має бути: загальною, ґрунтовною та детальною, оскільки завдяки їй відбувається ретельне знайомство з новим суб'єктом, з яким не має досвіду роботи. Крім того, необхідно проводити порівняння варіантів взаємодії з потенційними партнерами і враховувати резидентами яких країн є сторони відносин та характеристики розвитку цих країн.

При ухваленні рішення щодо вибору партнера не можна обмежуватися одним джерелом інформації і хоча б одне з джерел, що використовується, повинно бути незалежним, тобто незацікавленим у можливих наслідках використання наданої інформації.

У науковій літературі виділено декілька підходів до аналізу форм ділових контактів. Деякі вчені виділяють їх на рівні вертикальної інтеграції [6], а інші – на рівні горизонтальної організації [7], треті – пов'язують ділові контакти з розвитком мережевих форм організації бізнесу [8]. Проаналізувавши розмаїття визначень, можна зробити висновок, що партнерські зв'язки, що реалізують себе через ділові контакти – це, з одного боку, форма організації спільної діяльності фізичних і юридичних осіб на основі договору про регулювання участі у загальних витратах, розподілі прибутку, поділі майна; з іншого боку – процес співпраці фірм, компаній, підприємств, підтверджений відповідним договором, протоколом про корпоративне партнерство. Відносини між підприємцями, які оформлені договірними умовами, характеризують партнерські зв'язки. Рис. 1 ілюструє форми співробітництва суб'єктів господарювання за окремими напрямками діяльності. Отже, сутнісно-змістова характеристика окремих форм співробітництва зводиться до наступного:

1. Виробнича кооперація – здійснення замкнутого виробничого циклу готового до споживання продукту всіма партнерами спільно, причому кожен із них виконує свою частку робіт у рамках єдиного (інтегрованого) виробничого процесу.

2. Проектне фінансування – форма підприємницького співробітництва, за якою один із партнерів зобов'язується фінансувати реалізацію підприємницького проекту іншого партнера, а партнер-розробник пропонує іншому партнерові здійснювати практичну його реалізацію і зобов'язується фінансувати всі необхідні роботи. При цьому в обох випадках одержаний кредит має бути повернутий у товарній формі, тобто за рахунок виготовленої після реалізації бізнес-проекту продукції.

3. Управління за контрактом – форма партнерських зв'язків, здійснюваних через передачу одним підприємцем іншому «ноу-хау» управлінського характеру і забезпечення інвестування процесу практичного його використання.

4. Підрядне виробництво характеризує форму юридично оформлених відносин між підприємцями, відповідно до яких один із них здійснює цільове виробництво продукції на пряму вказівку іншого.

5. Спільне підприємництво означає функціонування організаційного утворення (підприємства, іншого суб'єкта господарювання), статутний фонд якого формується за рахунок пайових внесків партнерів-засновників, що уособлюють різні форми власності, або один з них є іноземною фізичною чи юридичною особою.

6. Бартерні операції (бартер) – форма реалізації укладеної угоди в натуральній формі згідно з

попередньо узгодженою номенклатурою обмінюваних товарів, а також

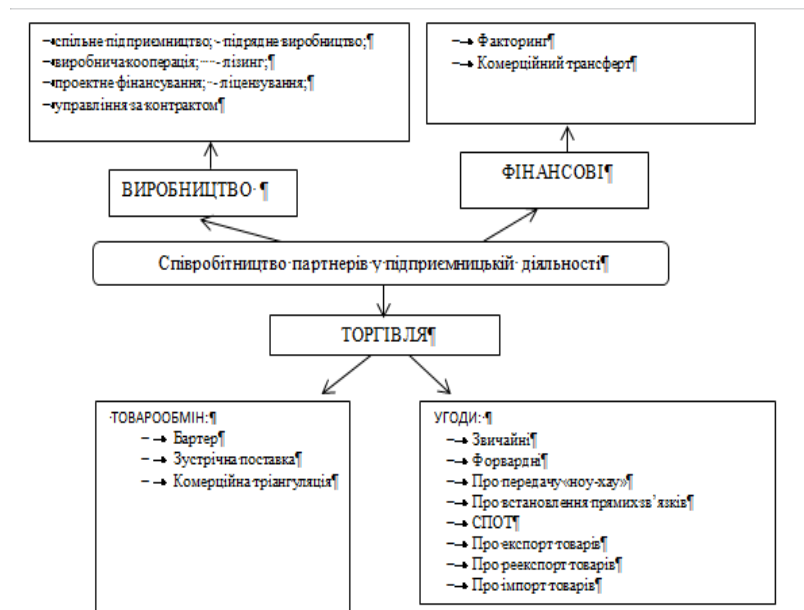


Рис. 1 – Форми співробітництва за окремими напрямками підприємницької діяльності

узгодженими строками взаємних поставок продукції.

7. Зустрічна поставка є різновидом бартеру, але передбачає дещо інші умови виконання. Партнери визначають, який товар має бути поставлений, а конкретний асортимент визначається згодом і оформляється у вигляді додатку до договору (угоди).

8. Комерційна триангуляція полягає в тому, що до бартерних операцій залучається ще й третій партнер (чи більше), якщо цього потребує пошук необхідного продукту (товару).

9. Звичайна угода – це загальновизнана універсальна угода про купівлю-продаж, за якої партнерські взаємини оформляються у вигляді договору поставки певного товару.

10. Форвардні угоди є документально оформленими договірними взаємовідносинами, що потребують термінової практичної реалізації.

11. Угоди про передачу інформації у вигляді «ноу-хау» реалізуються обов'язково за певну матеріальну винагороду, умови і розміри якої визначаються цими угодами.

12. Угоди про встановлення прямих зв'язків – партнерські зв'язки суб'єктів господарювання, що базуються на безпосередній співпраці в конкретній сфері діяльності.

13. Угоди про експорт – це юридично оформлені договірні відносини, спрямовані на поставку конкурентоздатної продукції конкретним споживачам в інших країнах. Угоди про реекспорт характеризують виробничо-економічні відносини, що передбачають купівлю партнером відповідних видів товарів за кордоном з метою наступної їх поставки (перепродажу) партнерам з третьої країни.

14. Угоди про імпорт товарів – форма партнерських зв'язків для організації завезення потрібних товарів з іншої країни.

15. Факторинг відображає фінансово-економічні взаємовідносини між підприємцями і так званими фактор-фірмами (частіше банками), які за певну винагороду беруть на себе організацію одержання дебіторської заборгованості суб'єктам господарювання з боку інших фірм, або просто купують у них документи (рахунки-фактури), що дають право вимагати в боржників сплати боргу.

16. Комерційний трансферт застосовується в системі міжбанківських зв'язків і міждержавних відносин. Він означає взаємне придбання партнерами капіталу в національній валюті у визначених розмірах за договірною ціною з наступним її зарахуванням на рахунок покупця в національному банку країни-продавця.

Активний розвиток посилення конкурентного середовища спонукає підприємців до пошуку та використання різних форм ділових контактів. Такі форми бізнес взаємодії є досить звичними для вітчизняного підприємця, але на зміну їм приходять і якісно нові форми співпраці.

Висновки. Таким чином, процес взаємодії представляється як сукупність процедур, що виконуються безупинно і послідовно, за допомогою яких формуються і здійснюються партнерські взаємовідносини. При цьому розвиток таких відносин передбачає використання стратегії підвищення цінності споживачів, спрямовану на активізацію їх покупок і збільшення прибутковості за рахунок адаптації до реакції споживачів на маркетингові стимули, забезпечення високого рівня обслуговування на підприємстві та ін.

Список літератури: 1. Маркетинг відносин в системі управління підприємством: монографія/ Л.В. Балабанова, С.В. Чернишева; Донець, нац. ун-т економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського.- Донецьк, 2008.- 280 с. 2. Бурдак І. Г. Управління стратегічною взаємодією підприємства та суб'єктами зовнішнього середовища / І.

Г. Бурдак, Т. А. Клімович, Ю. Л. Рудь // Науковий вісник КУЕІТУ. Нові технології. – 2009. – № 1 (23). – С. 105 – 109. **3. Чухрай Н. І.** Оцінювання і розвиток відносин між бізнес-партнерами: монографія / Н. І. Чухрай, Я. Ю. Криворучко ; за наук. ред. Н. Чухрай. – Львів : Растр-7, 2008. – 360 с. **4. Іган Дж.** Маркетинг взаимоотношений: Анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений (пер. с англ. Лалаян Е.З.). Изд. 2-е,- Москва: Юнити-Дана, 2008. - 375 с. **5. Загородній А. Г.** Управління взаємозв'язками підприємства зі споживачами продукції: [монографія] / А.Г. Загородній, З.О. Коваль. – Львів: ЗУКЦ, ПП НВФ БіАРП, 2008. – 364 с. **6. Герчикова И. Н.** Деловая этика и регулирование международной коммерческой практики: Учебн. пособие. – М.: Консалтбанк, 2012. – 576 с. **7. Киселева Е. С.** Генезис маркетинга взаимоотношений и его роль в современном обществе. – 2012. – № 10. – Вып. 2(145). **8. Шубин А. А.** Механизм функционирования предприятия с точки зрения теории взаимодействия / Шубин А. А. // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. – 2007. – № 1(107). – С. 523–531.

Bibliography (transliterated): 1. Marketynh vidnosyn v systemi upravlinnia pidpryemstvom: monohrafiia/ L.V. Balabanova, S.V. Chernysheva; Donets. nats. un-t ekonomiky i torhivli im.. M. Tuhan-Baranovskoho.- Donetsk, 2008.- 280 p. 2. *Burdak I. H.* Upravlinnia

stratichnoiu vzaiemodiieiu pidpryemstva ta sub'iektamy zovnishnoho seredovyscha / I. H. Burdak, T. A. Klimovych, Ju. L. Rud // Naukovyi visnyk KUEITU. Novi tekhnolohii. – 2009. – № 1 (23). – P. 105 – 109. **3. Chukhrai N. I.** Otsiniuvannia i rozvytok vidnosyn mizh biznes-partneramy: monohrafiia / N. I. Chukhrai, Ia. Ju. Kryvoruchko ; za nauk. red. N. Chukhrai. – Lviv : Rastr-7, 2008. – 360 p. **4. Yhan Dzh.** Marketynh vzaymootnoshenyi: Analiz marketynhovыkh stratehi na osnovе vzaymootnoshenyi (per. s anhl. Lalaian E.Z.). Yzd. 2-e,- Moskva: Yunyty-Dana, 2008. - 375 p. **5. Zahorodnii A. H.** Upravlinnia vzaiemozv'iazkamy pidpryemstva zi spozhyvachamy produktsii: [monohrafiia] / A.H. Zahorodnii, Z.O. Koval. – Lviv: ZUKTs, PP NVF BIARP, 2008. – 364 p. **6. Herchykova Y. N.** Delovaia etyka y rehulyrovanye mezhdunarodnoi kommercheskoi praktyky: Uchebn. posobyе. – M.: Konsaltbankyr, 2012. – 576 p. **7. Kyseleva E. S.** Henezys marketynha vzaymootnoshenyi y eho rol v sovremennom obshchestve. – 2012. – № 10. – Vyp. 2(145). **8. Shubyn A. A.** Mekhanyzm funktsyonyrovanyia predpriatyia s tochky zrenyia teoryi vzaymodeistviya / Shubyn A. A. // Visnyk Skhidnoukrainskoho natsionalnogo universytetu imeni Volodymyra Dalia. – 2007. – № 1(107). – P. 523–531.

Надійшла (received) 05.12.2015

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, тел. 067-95-99-844, e-mail: genasvale1@mail.ru

Берулава Анна Гогієвна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент, e-mail: anja1908@mail.ru

Berulava Anna – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student, e-mail: anja1908@mail.ru

Колонтаєвська Анастасія Ігорівна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», студент, тел. +380996696110.

Kolontayevska Anastasia – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", student, тел. +380996696110.

Л. В. ФЕЩЕНКО, І. В. КЕДРИЧ

УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В СИСТЕМІ ОПОДАТКУВАННЯ УКРАЇНИ

Здійснення комплексу заходів щодо дослідження проблеми управління ризиками в системі оподаткування, обґрунтування доцільності вивчення даної проблематики, звернення уваги на іноземний досвід (зокрема досвід країн ЄС) у сфері податкового ризик-менеджменту, розроблення нової системи управління податковими ризиками на основі діючої системи управління в країнах ЄС, пропонування управлінських рішень щодо підвищення ефективності ризик-менеджменту у сфері оподаткування.

Ключові слова: оподаткування, ризик-менеджмент, моніторинг, податкова політика, управління ризиками, податкові органи.

Постановка проблеми. Головний вид формування бази держави – податкові надходження. Основою функціонування держави є забезпечення стабільного зростання податкових надходжень і відповідно достатнього обсягу доходів в бюджеті для реалізації та функціонування соціальних та економічних програм і здійснення заходів щодо підвищення рівня податкової культури.

Постійний розвиток та реформування податкової системи в Україні на сучасному етапі поки ще не приносить бажаних результатів: рівень якості систем оподаткування значно нижчий, ніж в країнах Європейського Союзу, хоча наша країна за своїми можливостями нічим не відрізняється від європейських країн. Низький рівень ефективності податкової політики зумовлений, насамперед, недостатністю дослідження податкових ризиків в системі оподаткування та управління ними. У зв'язку з вищезазначеним сучасне українське оподаткування потребує впровадження в податкову систему дієвого механізму з моніторингу та управління податковими ризиками.

Аналіз попередніх публікацій. Незважаючи на величезну кількість спроб дослідити проблему управління ризиками, ця сфера залишається поки що недостатньо вивченою. Найбільш вагомими внесками з приводу питань проблематики податкових ризиків представлені у працях В. Л. Андрушенка, В. В. Вітлінського, В. П. Вишневецького, В. М. Гранатурова, П. В. Мельника, В. А. Онищенко, Т. В. Тучака та інші, але так і не вирішено питання: як саме ефективно управляти ризиками в податковій системі, щоб мінімізувати дію наслідків цих ризиків на всю сферу оподаткування. Здобутки вітчизняної науки обмежуються в основному розглядом виникнення податкових ризиків з боку платників податків. Водночас не на достатньому рівні обґрунтовано сутність та зміст державного управління податковими ризиками.

Метою дослідження є вивчення специфіки податкових ризиків та оптимізація інструментів ризик-менеджменту оподаткування в Україні.

Виклад основних матеріалів дослідження. Для досягнення поставленої мети необхідно дослідити податкові ризики в системі оподаткування; на основі отриманого результату визначити усі можливі напрями покращення дієвого механізму управління податковими ризиками за допомогою методів

порівняння та узагальнення.

Податкова система є основою будь-якої сучасної держави. Оскільки через податки держава здійснює перерозподіл валового внутрішнього продукту, то саме податкова система визначає використання тої чи іншої моделі бюджетно-податкової політики держави для задоволення суспільних потреб.

Використовуючи світовий досвід, в практику діяльності вітчизняних податкових органів в 2001 році було впроваджено моніторинг податкових ризиків.

Згідно з наказом Державної податкової адміністрації України «Про затвердженні методичних рекомендацій з моніторингу податкового ризику» податковий ризик трактується як вірогідність порушення податкового законодавства, в результаті чого можливі втрати бюджету [1].

Тобто, адміністрування податкових ризиків здійснюється виключно на рівні держави, на відміну від управління, оскільки такий процес може здійснюватися і на рівні платників податків. Такі платники можуть також управляти ризиками, скориставшись можливістю мінімізувати податкові зобов'язання у вигляді уникнення або ухилення від оподаткування. Прикладами таких дій можуть бути підробка документів, затримка судових процедур, надання недостовірної інформації тощо. Крім того, оскільки податкові ризики виникають і для держави, і для платників податків, необхідно також відділити управління ними для кожного із зазначених суб'єктів податкових відносин окремо [2].

Оскільки питання податкових ризиків досить актуальне на сьогодні, то податкові системи світу оцінюються багатьма вченими та практиками, існує ряд міжнародних рейтингів податкових систем.

Згідно з найпопулярнішим розділом дослідження міжнародних рейтингів податкових систем «Paying Taxes» рейтингу «Doing Business» податкова система України у 2013 році перебувала на 148 місці зі 183 країн, а у 2014 році, за даними цього ж рейтингу, вона посідає 164 місце зі 189 країн [3]. Одинадцять країн, які входять до п'ятдесяти лідерів цього рейтингу, є членами Європейського Союзу.

Така невтішна ситуація для системи оподаткування в Україні зумовлена рядом причин.

Перш за все, основною проблемою є те, що податкові органи офіційно не оприлюднюють у своїх річних звітах основні ризики щодо дотримання податкового законодавства і заходи боротьби з ними.

Ринкові трансформації вітчизняної економіки, які відбуваються під час ситуації глибокого політичного протистояння, без чіткої економічної доктрини на тривалий період розвитку держави, генерують зростання імовірності податкових ризиків та їхніх масштабів. Вагомість впливу ризиків на стабільність податкової системи і результативність її розбудови зумовлює об'єктивну необхідність у їхній ідентифікації, оцінюванні та мінімізації, що значно підвищує актуальність наукових досліджень проблеми ризиковості цієї системи.

Джерелами ризиків виступають фактори зовнішнього і внутрішнього характеру разом із морально-психологічними особливостями суб'єктів податкових правовідносин, котрі спричиняють невизначеність і конфліктність у сфері оподаткування.

Серед інших поширених причин виникнення таких ризиків можна зазначити:

- 1) невизначеність податкового законодавства;
- 2) фактично прецедентний характер російського податкового права;
- 3) насиченість судової практики різного роду оціночними поняттями;
- 4) зміни судової практики;
- 5) відсутність однаковості судової практики;
- 6) слабкість і залежність судової влади.

На сучасному етапі загальні теоретичні основи, сформовані в галузі управління ризиками, однозначно не відповідають податковій сфері через специфічність її функціонування. У цьому середовищі ризики відображають характерні особливості сприйняття суб'єктами податкових правовідносин об'єктивно наявних невизначеностей, проблеми вибору й конфліктності, прийняття рішень у сфері оподаткування, виконання податкового законодавства, що обтяжені можливими загрозами і невикористаними можливостями тощо.

Цей підхід є основою для формування вихідних домінант ризикології податкового середовища.

Система управління податковими ризиками являє собою сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних елементів, кінцевою метою існування яких є мінімізація податкових ризиків. Дана система передбачає здійснення багатьох процесів і дій, які являють собою елементи системи управління податковими ризиками. До них належить:

- 1) визначення ризику;
- 2) аналіз, оцінка і опис ризику;
- 3) методи мінімізації ризику;
- 4) моніторинг заходів попередження і протидії ризикам [4].

Але, як показує практика, дана система в Україні не має бажаних результатів.

Оскільки визначення ризику є головним етапом в системі управління податковими ризиками, то розпізнання виду ризику може зменшити дію його негативних наслідків. З огляду на податкові ризики держави, доцільно поділяти їх на допустимі, критичні й катастрофічні.

Допустимими є ті, які зумовлюють зменшення податкових надходжень, що суттєво не впливають на

дохідну частину бюджету. Їхня поява призводить до коригування засобів і шляхів досягнення мети. Ризики, що можуть суттєво зменшити податкові надходження і вплинути на видатки бюджету, є критичними і призводять до зміни мети і стратегії податкової діяльності. Катастрофічні – це ризики, виникнення яких не дає змоги виконати видаткову частину бюджету і може спричинити незаплановані додаткові витрати.

У зв'язку з різноманітністю масштабів впливу різних видів податкових ризиків, доречно було б удосконалити систему управління ними на макро- та на мікрорівнях.

При вирішенні даної проблеми слід урахувати, що сфері оподаткування властива наявність усіх основних умов, що свідчать про існування у ній ризиків. До таких умов науковці відносять, зокрема, наявність невизначеності, необхідність вибору альтернативи, можливість оцінити ймовірність здійснення вибраних альтернатив.

Відтак, негативні наслідки податкових ризиків стосуються не лише прямих фінансових втрат, тобто ненадходження податкових платежів, а й непрямих – зокрема, недосягнення очікуваних результатів від податкових реформ.

У зв'язку з такими і іншими проблемами оподаткування в різних країнах світу у 2010 році Європейським Союзом було видане Керівництво для податкових адміністрацій з ризик-менеджменту щодо дотримання законодавства (Compliance risk management guide for tax administrations, далі – GRMG) [5], у якому значно доопрацьована теоретична частина і наведено 25 прикладів успішного застосування методів податкового ризик-менеджменту у країнах ЄС. Згідно з GRMG ризик-менеджмент із дотримання законодавства в оподаткуванні – це процес підвищення ефективності адміністрування податків у середовищі, повному ризиків.

Дана програма є доцільною для впровадження в Україні, адже саме етапи цієї програми вже перевірені на практиці в багатьох країнах. Розглянемо деякі технології ризик-менеджменту в оподаткуванні, що використовують в Нідерландах, серед яких «Національна база даних ризиків» та «Категорія уваги». Перша технологія – це комп'ютерний інструмент запасу та врахування податкових ризиків. Ця база полегшує роботу службовцям адміністрації через класифікацію та відпрацювання засобів роботи з ризиками. Друга – система оцінки рівня законслухняності та фіскальної значущості суб'єкта господарювання. Результатом роботи цієї системи є двовимірна матриця, у якій підприємства упорядковані за фіскальним ризиком (горизонтальна вісь) та фіскальною важливістю (вертикальна вісь). Дана матриця оновлюється двічі на рік [6].

Також дана програма ефективно функціонує і в Ірландії, де застосовується система оцінки, аналізу та профілювання ризиків «REAP». Метою розробки цієї системи було підвищення цінності даних, зібраних Ірландською податковою та митною адміністрацією для оцінки ризиків. Рівень дотримання законодавства

підвищується шляхом більш ефективної контрольно-перевірочної діяльності, коли ресурси і зусилля концентруються на випадках з вищим рівнем ризику, а контакти із сумлінними платниками податків мінімізуються. Ця система базується на знаннях на основі правил і оцінювання, результати її роботи використовуються для управління програмами з дотримання законодавства. Вона аналізує надходження з основних податків, отримані дані з внутрішніх систем, а також усю наявну пов'язану з платником податків інформацію із зовнішніх джерел. Це цілісна система ризик-аналізу, на виході якої є відсортована за ризиками база даних суб'єктів підприємницької діяльності. Дві тисячі восьмий став першим роком, коли 60 % ресурсів контрольно-перевірочної роботи було зосереджено на 20 % підприємств, визначених найбільш ризиковими.

Результати роботи системи «REAP» – тенденція більш високих надходжень і зменшення кількості випадків невиконання податкових зобов'язань. Також є підвищення податкових надходжень від суб'єктів, повернутих з групи високого ризику [6].

Цікавою для нас є і діяльність податкової служби Австрії. Опис ризиків будується навколо ключових сегментів ринку (наприклад, великих підприємств і мікропідприємств), кожен з яких коротко профільований в заяві. Для кожного сегменту ринку визначені основні ризики і використовуються основні стратегії нейтралізації.

Такий приклад був би корисний і для України, оскільки не проводиться поділ ризиків в залежності від сегментів їх виникнення.

Позитивним є і приклад Нової Зеландії, де ризики визначаються для кожного з десяти ключових клієнтських сегментів (тобто осіб багатих і високого доходу осіб, сімей, некомерційних груп, малих і середніх підприємств, тіньової економіки, великих підприємств, центральних і місцевих органів влади, роботодавців та податкових агентів і посередників). Вони групуються за профілем, за яким слідує опис конкретних ризиків, підходи до ліквідації, які будуть використовуватися (наприклад, шляхом освіти, кампаній, обслуговування, аудиту, публічності, ініціативи кримінального переслідування). Податкова служба повідомляє про позитивні результати від її ініціативи і, на додаток до створення значної публічності, шукає зворотного зв'язку з зовнішньою аудиторією [6].

Оскільки ці та інші країни вже перевірили на практиці програму, запропоновану ЄС, то системі оподаткування в Україні також необхідні зміни, але лише ті, що покращать механізм управління ризиками в податковій сфері.

Таким чином, дослідивши стан дієвого механізму з управління податковими ризиками, можна визначити найбільш важливі етапи роботи з ризиками, які дають змогу визначити не лише пріоритетні напрямки ризик-менеджменту у різних областях оподаткування, але й допомагають визначити основний результат такого важливого процесу як управління ризиком – мінімізація негативного впливу на податкову систему України дії даних ризиків.

Весь процес управління ризиком можна поділити на п'ять основних етапів роботи з ризиками, які представлені в табл. 1.

Таблиця 1 – Основні етапи роботи з ризиками та їх результати

Основні етапи роботи з ризиками	Напрями покращення	Результат
Виявлення	Ідентифікація можливих перепон для досягнення цілей податкової служби	Податкова служба має перелік потенційних ризиків, який показує групи платників або сектори, для яких ризики очкуються
Аналіз	Виявленні ризики зважуються і групуються у відповідному порядку	З'ясовується інформація про чинники поведінки розглянутих платників податків, імовірність та можливі наслідки ризику, про тенденції зміни ризику, його вплив на виконання завдань податкової адміністрації
Розподіл ризиків за пріоритетами	Ризики оцінюються і розподіляються за певними ознаками для більш детального ознайомлення з їх наслідками	Результатом цього етапу є матриця, у якій ризики розподіляються за важливістю та імовірністю виникнення негативних наслідків
Опрацювання	Передача ризику відповідній організації; зниження ризику; покриття ризику	Після цього етапу податкова служба має справу лише з тим, хто здатний на шахрайство, свідомо цього прагне і йде на ризик. Чим раніше ризики проаналізовані і виявленні, тим швидше вони можуть бути покриті
Оцінка отриманих результатів		Зміни, які належать до цілей податкової служби, наприклад, підвищення рівня добровільної сплати податків

Заключним елементом управління податковими ризиками є моніторинг заходів їх попередження і

протидії. В основу розробки таких заходів повинні бути закладені результати всіх попередніх етапів

роботи з ризиками. Також ключовим моментом є вибір напрямів модернізації управлінських технологій відповідно до можливих змін ринкових умов, поведінки суб'єктів податкових правовідносин тощо, тобто необхідною є відповідна комбінація різних методів управління.

Зокрема, найбільш вірогідним є те, що оптимізація дотримання податкової дисципліни в державі можлива при виконанні ефективного поєднання стимулювання та санкцій. Так, у разі, коли суб'єкти податкових правовідносин не бажають чи не можуть виконувати податкове законодавство, стимули будуть незначними. Вони заохочують до певної поведінки та підтримують її, але не мають змоги суттєво змінити.

Разом з тим, якщо податкова служба намагатиметься підвищити рівень виконання платниками податків зобов'язань винятково за допомогою змін в адміністративній чи законодавчій інфраструктурах, не враховуючи позицій суб'єктів податкових відносин та ставлення суспільства до проблем оподаткування, ризики невиконання податкового законодавства зростатимуть.

Тому отримані результати доповнюють обґрунтовані теоретичні домінанти ризиковості податкової системи і дають змогу систематизувати їх у вигляді теоретичної моделі ризикології у сфері оподаткування. Це уможливило виділення системи постулатів стосовно ризиків оподаткування як економічної категорії.

Тобто, на сьогодні управління податковими ризиками в Україні передбачає наступні дії:

- 1) формування політики управління податковими ризиками;
- 2) формування підходів до управління податковими ризиками;
- 3) характеристика податкових ризику;
- 4) ідентифікація окремих видів податкових ризиків;
- 5) оцінка інформації, необхідної для визначення рівня податкових ризиків;
- 6) визначення факторів, що впливають на податкові ризики;
- 7) встановлення гранично допустимого рівня податкових ризиків;
- 8) визначення розміру можливих фінансових втрат за окремими видами податкових ризиків;
- 9) вибір і використання внутрішніх механізмів нейтралізації негативних наслідків окремих видів податкових ризиків;
- 10) оцінка результативності нейтралізації податкових ризиків;
- 11) організація моніторингу податкових ризиків;
- 12) оцінка результативності моніторингу податкових ризиків.

У рамках державного податкового менеджменту його суб'єкти повинні вибирати таку стратегію податкового управління, яка дозволить зменшити податкові ризики. Володіючи інформацією щодо можливих податкових ризиків органи податкового

управління повинні вживати заходів щодо ефективнішого управління податковими потоками.

Висновки. Ризиками охоплені всі елементи та структурні складові сфери оподаткування, які властиві всім без винятку суб'єктам податкових правовідносин. Отже, у наявності – пряма залежність причинно-наслідкових зв'язків сфери оподаткування і ризиків. Оскільки такі зв'язки формуються під впливом контрольованих і неконтрольованих чинників, то повністю уникнути ризиків нереально, однак завжди існує можливість їх передбачити і зменшити. Тому розвиток і адекватне використання основ ризикології у сфері оподаткування – це нагальна потреба сьогодення.

Розглянувши основні методи ризик-менеджменту у країнах Європейського Союзу, можна зробити висновок про доцільність впровадження до практики податкових органів України деяких з них.

Європейські країни роблять спробу оптимізувати оподаткування (впроваджувати нові податкові технології на основі самооподаткування, підтримувати високий рівень соціальних стандартів тощо). Загальні тенденції оподаткування, що склалися в Європейському Союзі, мають стати орієнтиром для процесу адаптації податкових систем країн, які прагнуть вступити в ЄС. Наразі очевидно, що Україні необхідно швидше приєднатися до цього процесу, а ті сфери, які поки що найменш гармонізовані в ЄС, розвивати за власним «фіскальним сценарієм», тобто відповідно до моделі бюджетно-податкової політики, яку здійснює держава. Загальними пріоритетами повинні стати зменшення обтяжливості вітчизняної податкової системи, подальше скорочення податків та платежів, вирівнювання диспропорцій в оподаткуванні, зосередження на використанні інноваційних методів адміністрування, обмеження економічно необґрунтованих преференцій в оподаткуванні, удосконалення податкових інструментів стимулювання підприємництва, формування податкової культури та психологічного сприйняття бізнесом та населенням дій держави у сфері податкової політики.

Процес адаптації вітчизняної податкової системи до європейських стандартів повинен мати еволюційний характер, а також базуватися на економічній і політичній стабільності в країні.

Зокрема, слід пам'ятати, що у понятті податкового ризику немає поняття протиправності і винності особи. Він може виникнути і при повністю правомірними дії платника податків.

По суті, діяльність юриста базується на оцінці ризиків. Податковими ризиками можна управляти.

Отже, застосування в Україні запропонованої системи управління податковими ризиками допоможе виявити підприємців, які, декларуючи незначні фінансові обороти, витрачають не зів'язані з ними суми коштів. Досвід зарубіжних країн допоможе Україні у подальшому розвитку ефективнішого управління ризиками в системі оподаткування.

Список літератури: 1. Наказ ДПА України «Про затвердження методичних рекомендацій з моніторингу податкового ризику». – К.

: Наказ ДПА України від 23.10.2001. – №428. **2. Паскар І. О., Савчук О. І.** Податкові ризики та система управління ними : стаття [Електронний ресурс] : XII наукова інтернет-конференція «Актуальні питання сучасної науки». – 2012. – Режим доступу : <http://intkonf.org/paskar-i-o-savchuk-o-i-savchuk-t-m-podatkovy-riziki-ta-sistema-upravlinnya-nimi/>. **3.** Рейтинг економік [Електронний ресурс] : Оцінка бізнес регулювання. – 2014. – Режим доступу : <http://www.doingbusiness.org/rankings>. **4. Десятнюк О. М.** Управління податковими ризиками – нова парадигма розбудови податкової системи України / О. М. Десятнюк // Менеджмент та підприємництво України: етапи становлення і проблеми розвитку. – Л. : Вид-во Нац. ун-т «Львів. політехніка», 2008. – С. 355-361. **5.** Compliance risk management guide for tax administrations [Електронний ресурс] : Європейська комісія. – 2015. – Режим доступу : http://ec.europa.eu/taxation_customs/. **6. Романенко В. В.** Європейський досвід управління ризиками в системі оподаткування / В. В. Романенко // Науковий вісник Національного університету ДПС України (економіка, право). – 2014. – №1. – С. 253-258.

podatkovoho ryzyku». – К. : Nakaz DPA Ukrainy vid 23.10.2001. – No 428. **2. Paskar I. O., Savchuk O. I.** Podatkovy ryzyky ta systema upravlinnya nymy : statyia [Elektronnyy resurs] : KhII naukova internet-konferentsiya «Aktual'ni pytannya suchasnoyi nauky». – 2012. – Rezhym dostupu : <http://intkonf.org/paskar-i-o-savchuk-o-i-savchuk-t-m-podatkovy-riziki-ta-sistema-upravlinnya-nimi/>. **3.** Reytynh ekonomik [Elektronnyy resurs]: Otsinka biznes rehulyuvannya. – 2014. – Rezhym dostupu : <http://www.doingbusiness.org/rankings>. **4. Desyatnyuk O. M.** Upravlinnya podatkovymy ryzykamy – nova paradyhma rozbudovy podatkovoyi systemy Ukrainy / O. M. Desyatnyuk // Menedzhment ta pidpryyemnytstvo Ukrainy: etapy stanovlennya i problemy rozvytku. – L. : Vyd-vo Nats. un-t «Lviv. politekhnika», 2008. – P. 355-361. **5.** Compliance risk management guide for tax administrations [Elektronnyy resurs] : Yevropeys'ka komisiya. – 2015. – Rezhym dostupu : http://ec.europa.eu/taxation_customs/. **6. Romanenko V. V.** Yevropeys'kyi dosvid upravlinnya ryzykamy v systemi opodatkuvannya / V. V. Romanenko // Naukovyy visnyk Natsional'noho universytetu DPS Ukrainy (ekonomika, pravo). – 2014. – No 1. – P. 253-258.

Bibliography (transliterated): 1. Nakaz DPA Ukrainy «Pro zatverdzhennya metodychnykh rekomendatsiy z monitorynhu

Надійшла (received) 13.11.2015

Відомості про авторів / About the authors

Фещенко Лариса Віталіївна – кандидат економічних наук, доцент, Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів і міжнародної торгівлі, м. Харків.

Feschenko Larisa Vitaliivna – Candidate of Economic Sciences, Kharkov Institute Finance Ukrainian State University of Finance and International Trade, Kharkiv.

Кедрич Ірина Валеріївна – Харківський інститут фінансів Українського державного університету фінансів і міжнародної торгівлі, студентка; тел.: (099) 787-64-28; e-mail: miss-mart@mail.ru.

Kedrich Irina Valerievna – Kharkov Institute of Finances of Ukrainian State University of Finance and International Trade, the student; tel. : (099) 787-64-28; e-mail: miss-mart@mail.ru.

ЧП М.С.

СУТНІСТЬ ПОНЯТТЯ «КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ» ТА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОТЕНЦІАЛУ ЦЕМЕНТНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Стаття присвячена дослідженню сутності поняття конкурентоспроможності та було сформовано конкурентоспроможність потенціалу цементної галузі України. Стаття висвітлює результати спостереження за конкурентоспроможністю потенціалу цементної України.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, цементна галузь, конкурентоспроможність потенціалу.

Актуальність. Конкурентоспроможність підприємства є одним з найважливіших критеріїв доцільності виходу підприємств на міжнародний ринок. Сучасні тенденції розвитку світових економік, головними індикаторами яких були масова глобалізація фінансових ринків та знищення міжрегіонального та національного контролю за ринками, сприяють формуванню нових характеристик та тлумачень соціально-економічних явищ та подій.

XXI століття запропонувало нам по-новому подивитися на роль людського капіталу в підвищенні конкурентоспроможності економіки; на місце освіти, науки та фактору знань в розвитку інноваційної діяльності підприємств, регіонів та країн тощо.

В умовах існування значної кількості різних наукових підходів особливого значення набуває дослідження еволюції поглядів на конкуренцію, оскільки саме таким шляхом можна систематизувати рекомендації щодо підвищення рівня конкурентоспроможності як окремого економічного суб'єкта, так і економіки країни в цілому.

Особливо актуальним в умовах активізації глобалізаційних та інтеграційних процесів стає вивчення міжнародної конкуренції як економічної категорії та дослідження шляхів підвищення рівня конкурентоспроможності національної економіки.

Аналіз публікацій. Дослідження теоретичних основ та практичного застосування управління конкурентоспроможністю знайшли своє відображення в працях закордонних учених Г. Асселя, Ф. Котлера, Г. Минцберга, Пітерса, М. Портера, Ф. Тейлора, А. Сміта, А. Файоля, Р. Уотермена, Е. Чемберлена, Й. Шумпетера та інших. В Україні вивчення проблеми конкурентоспроможності також актуальне, йому приділяють увагу такі вчені-економісти Балабанова Л. В., Тарнавська Н. П., Скудар Г. М., Галелюк М. М., Бондаренко Г. С., Должанський, С. Шевельова та багато інших вчених

У наукових працях І. Ансоффа [1,2] та М. Портера [3] закладено теоретичні основи щодо озуміння понять «конкуренція», «конкурентоспроможність», «конкурентні переваги», їх взаємозв'язок та вплив на процеси планування та стратегічного управління підприємством.

Жан-Жак Ламбен зауважує, що конкурентоспроможність підприємства – це спроможність підприємства задовольняти потреби покупців краще, ніж це роблять конкуренти [4].

Сучасні дослідники розвинули теоретичні підходи до визначення конкуренції та конкурентоспроможності як економічної категорії. Г. Л. Азоев вважає, що конкурентоспроможність – це здатність ефективно розпорядитися власними і позиковими ресурсами в умовах конкурентного ринку. Виробництво і реалізація конкурентоспроможних товарів – обов'язкова умова конкурентоспроможності фірми, оскільки є результатом її конкурентних переваг по всьому спектру проблем управління компанією [5].

Р. А. Фатхутдінов розглядає конкурентоспроможність як властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального або потенційного задоволення ним конкретної потреби порівняно з аналогічними об'єктами, які представлені на даному ринку [6].

З погляду І. Должанського та Т. Загорної, конкурентоспроможність підприємства – це здатність підприємства виробляти й реалізовувати швидко, дешево, якісно, продавати в достатній кількості, за високого технологічного рівня обслуговування; це результат систематичної роботи з усього виробничого господарського циклу, що приводить до переваг у сфері НДДКР, виробництва, управління, фінансів, маркетингу тощо [7,8].

Виклад основного матеріалу.

Конкурентоспроможність є одним із суттєвих показників стану підприємства, який визначає перспективи його розвитку, можливості досягнення стратегічних цілей та завдань. Характеристиками конкурентоспроможності є конкурентна перевага та конкурентний потенціал, а ступенем її реалізації є конкурентостійкість та конкурентна позиція.

Таким чином, конкурентна перевага – це відносна категорія, для якої притаманна здатність адаптації до умов, що змінюються, певний рівень стійкості та ефективності, що в сукупності визначає можливості успішного функціонування підприємства в конкурентному середовищі. Інакше кажучи, це висока компетентність підприємства, що надає йому найкращі можливості залучати й зберігати клієнтів.

Конкурентні переваги як стратегічні фактори успіху повинні відповідати наступним вимогам:

- 1) базуватись на можливостях підприємства, які зобов'язані бути оригінальнішими у порівнянні з конкурентами, і які неможливо скопіювати;
- 2) забезпечувати унікальність торгової марки у порівнянні з конкурентами у довгостроковій

перспективі;

3) задовольняти специфічні потреби клієнтів.

Доцільно виділити критерії оцінки та аналізу конкурентних переваг підприємства. [9].

На думку вітчизняних вчених Шершньової З. Є. та Оборської С. В., «конкурентні переваги – це характерний для певної галузі перелік чинників, що приносять їй переваги перед іншими галузями (наприклад, у боротьбі за інвестиції за рахунок більшої прибутковості або швидкості обороту капіталу), а також одним підприємством над іншими. Ці фактори не є постійними, вони змінюються залежно від: особливостей галузей; сегментів ринку, що обслуговуються, а також часу та етапу «життєвого циклу» галузі та підприємства» [10.11].

Вчений Василенко В. О. дає таке визначення конкурентних переваг: «...це характеристики, властивості товару або товарної марки, які створюють для підприємства певні переваги над прямими конкурентами» [12,13]. Отже, метою статті є визначення сутності конкуренції та визначення конкурентоспроможності цементної галузі України.

За даними Держкомстату, цемент в Україні виробляють 17 підприємств. 15 з них входять до Українського концерну підприємств і організацій цементної та азбестоцементної промисловості «Укрцемент». Найбільші цементні заводи розташовані в Кривому Розі, Дніпродзержинську й Дніпропетровську. Цементні заводи в західних

областях виробляють третину цементу України. Найбільші заводи зосереджено у Львівській, Рівненській, Івано-Франківській та Хмельницькій областях. Порівняно менше виробляють цементу на півдні країни, хоча тут є високоякісна сировина. В середньому на одне підприємство в Україні припадає 1,3 млн. т цементу на рік.

Самі ж цементники за підсумками минулого року констатують певне зниження обсягів виробництва своєї продукції, у порівнянні з 2013 на – на 12%. Потужності української цементної галузі величезні, вони цілком задовольняють внутрішній попит і мають запасний ресурс – наприклад, потужності клінкерного виробництва завантажені на 40%.

Відтак, перспективна галузь потребує підтримки та сприяння держави, зокнайперше – посилення боротьби з величезними обсягами контрафактної продукції, яка заповонила внутрішній ринок країни після запровадження мораторію на перевірки підприємств та зниження рівня державного контролю якості.

Темпи виробництва за 2014 знижені на 5,3% в порівнянні з 2013 роком. За підсумками роботи за 12 місяців 2014 лідерами виробництва цементу є акціонерні товариства: Подільський цемент, Криворізький цемент ПАТ "ХайдельбергЦемент Україна" та Івано-Франківськцемент. На рис.1 представлено обсяги виробництва цементу в Україні протягом 2001-2014 років.

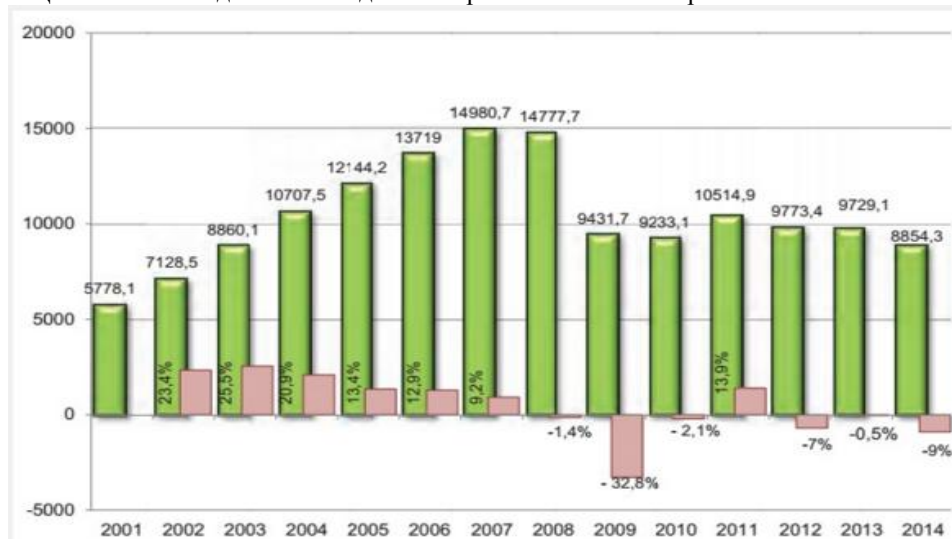


Рис. 1 – Обсяги виробництва цементу в Україні протягом 2001-2014

Середньорічна розрахункова потужність виробництва цементу в 2014 році склала 19600000 тонн на рік. Фактично в 2014 році було випущено 8 млн. 854 тис. тонн цементу.

Використання виробничих потужностей склало 45,2%. Рис.2 ілюструє динаміку використання потужностей з виробництва цементу у 2014 році.

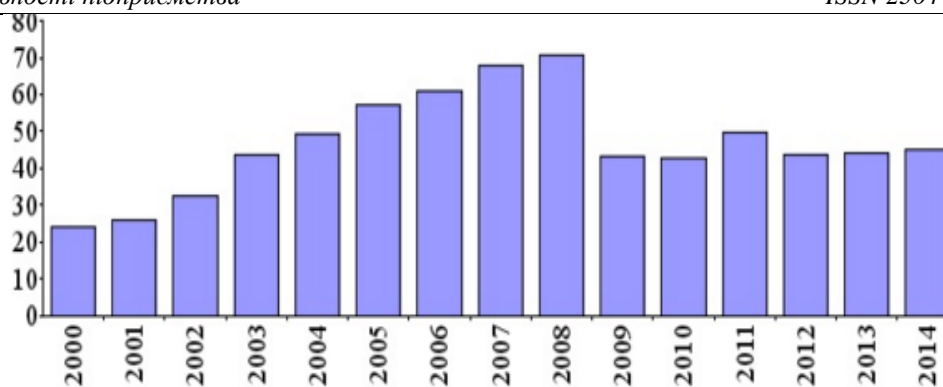


Рис.2 – Використання потужностей з виробництва цементу у 2014 році в Україні

Висновок. Конкурентоспроможність потенціалу підприємства, на мою думку, є здатністю підприємства використовувати свої переваги та спроможність вміло використовувати свої ресурси та можливості відносно аналогічних конкурентних підприємств на ринку. Система спостереження за конкурентоспроможністю потенціалу підприємства в цементній галузі створює цілісний комплекс взаємопов'язаних компонентів, представлений підсистемами індикаторів конкурентоспроможності потенціалу, що входять до системи оцінок порівняльних переваг національних економік в глобальному просторі. Індикатори конкурентоспроможності потенціалу цементного виробництва це оцінні критерії що визначають вплив факторів виробництва на різні сторони господарчої діяльності підприємства та відображають тенденції світової конкурентоспроможності. Отримані результати підтверджують, що для розвитку цементної галузі України треба підвищити роботу над енергоефективністю, розробити заходи щодо переходу на європейські стандарти та боротися з фальсифікатом продукції.

Список літератури : 1. Ансофф, И. Планирование будущего корпорации [Текст] / И. Ансофф. – М.: Прогресс, 1985. – 560 с. 2. Ансофф, И. Стратегическое управление [Текст] / И. Ансофф. – СПб.: Терра, 2001. – 574 с. 3. Портер, М. Международная конкуренция [Текст] / М. Портер; пер. с англ. В. Д. Шетинина. – М.: Международные отношения, 1993. – 51 с. 4. Ламбен Ж.Ж. Стратегический маркетинг: европейская перспектива / Ж.Ж. Ламбен; пер. с франц. – СПб.: Наука, 1996. – 589 с. 5. Азоев, Г. Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика [Текст]: монография / Г. Л. Азоев. – М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с. 6. Фатхутдинов, Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление [Текст] / Р. А. Фатхутдинов. – М.: Инфра-М., 2002. – 892 с. 7. Должанський І. З. Конкурентоспроможність

підприємства: навчальний посібник / І. З. Должанський, Т. О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с. 8. Дяченко Т. О. Визначення конкурентоспроможності автотранспортних підприємства стратегії її підвищення: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук: спец. 08.07.04 / Т. О. Дяченко. – К., 2002. – 20 с. 9. Результати та ефективність // Економіка підприємства: Підручник / За заг. ред. С. Ф. Покропівного; КНЕУ. – К., 2001. – 526 с. 10. Люкшинов А. Н. Стратегический менеджмент. – М.: Юнити-Дана, 2002. – 375 с. 11. Шершн'ова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 1999. – С. 66–84. 12. Василенко В. О. Стратегічне управління – К.: ЦУЛ, 2003. – 396 с. 13. Драган О. І., Кутас О. О., Зуєва Л. С. Маркетинг: Навч. посіб. – К.: ДАКККІМ, 2005. – 291 с.

Bibliography (transliterated): 1. Ansoff, Y. Planirovaniye budushcheho korporatsyy [Tekst] / Y. Ansoff. – M.: Prohress, 1985. – 560 p. 2. Ansoff, Y. Stratehicheskoye upravleniye [Tekst] / Y. Ansoff. – SPb.: Terra, 2001. – 574 p. 3. Porter, M. Mezhdunarodnaya konkurentsyya [Tekst] / M. Porter; per. s anhl. V. D. Shchetynina. – M.: Mezhdunarodnye otnosheniya, 1993. – 51 p. 4. Lamben Zh. Zh. Stratehicheskyy marketynh: evropeyskaya perspektiva / Zh. Zh. Lamben; per. s frants. – SPb.: Nauka, 1996. – 589 p. 5. Azoev, H. L. Konkurentsyya: analiz, stratehiya y praktyka [Tekst]: monografiya / H. L. Azoev. – M.: Tsentr ekonomyky y marketynha, 1996. – 208 p. 6. Fatkhutdinov, R. A. Konkurentosposobnost': ekonomika, stratehiya, upravleniye [Tekst] / R. A. Fatkhutdinov. – M.: Ynfra-M., 2002. – 892 p. 7. Dolzhans'kyy I. Z. Konkurentospromozhnist' pidpriyemstva: navchal'nyy posibnyk / I. Z. Dolzhans'kyy, T. O. Zahorna. – K.: Tsentr navchal'noyi literatury, 2006. – 384 p. 8. Dyachenko T. O. Vyznachenniya konkurentospromozhnosti avtotransportnykh pidpriyemstva stratihiyi yiyi pidvyshchenniya: avtoref. dys. na zdobuttya nauk. stupenya kand. ekon. nauk: spets. 08.07.04 / T. O. Dyachenko. – K., 2002. – 20 p. 9. Rezul'taty ta efektyvnist' // Ekonomika pidpriyemstva: Pidruchnyk / Za zah. red. S. F. Pokropyvnoho; KNEU. – K., 2001. – 526 p. 10. Lyukshynov A. N. Stratehicheskyy menedzhment. – M.: Yunyty-Dana, 2002. – 375 p. 11. Shershn'ova Z. Ye., Obors'ka S. V. Stratehichne upravlinnya: Navch. posib. – K.: KNEU, 1999. – P. 66–84. 12. Vasylenko V. O. Stratehichne upravlinnya – K.: TsUL, 2003. – 396 p. 13. Drahon O. I., Kutas O. O., Zuyeva L. S. Marketynh: Navch. posib. – K.: DAKKKiM, 2005. – 291 p.

Надійшла (received) 08.10.2015

Відомості про авторів / About the Authors

Чип 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.

M. M. SHEVCHENKO, S. V. KLEPIKOVA

PERSPECTIVES OF UKRAINIAN-POLISH ECONOMIC COOPERATION

Discusses the results of the studies of external economic relations of Ukraine and Poland in the years 2003-2015. Offers recommendations for the development of bilateral economic relations at the state level, regions and enterprises.

Key words: international business, cooperation, globalization, joint ventures, integration

Introduction. The dynamic development of globalization means an increasing integration of countries, regions and companies. To enhance the competitiveness and strengthening of business positions business on the international level, countries form economic agreements, creating and developing major transnational organisms (European Union, NAFTA, ASEAN), most often in the system of neighbouring countries or regions. These organizations take the form agreements on the global dimension (World Trade Organization, the World Health organization) or transboundary (Euroregiony). Important role in integration and cooperation play transnational companies, creating a kind of "network" of businesses worldwide using solutions, technologies and culture of different countries.

Goals and objectives of the study. The aim of the research is generalization of theoretical principles and development of practical recommendations in the field of development of economic cooperation between enterprises of Ukraine and Poland. To achieve this, the tasks are:

- explanation of the current state of economic cooperation between Ukraine and Poland in the framework of integration initiatives of the European Union;
- consideration of threats and barriers to bilateral economic cooperation between enterprises of Ukraine and Poland;
- the characteristic of cooperation of Polish entities with Ukrainian enterprises on the basis of own empirical research.

The object of study is the process of managing the overall economic activities of enterprises in Poland and Ukraine.

Chapter 1. The development of economic relations between Poland and Ukraine is determined by many factors: economic, political, geographical and cultural. The proximity of geographical location, good condition of political relations, as well as similar experiences associated with the transformation system created a favourable climate for development of these relations.

A factor that significantly affected the state of bilateral relations was Poland's accession to the European Union. It is worth noting that in recent years there have appeared many works of Ukrainian scientists as well as researchers from CIS countries, concerning the international cooperation of economic actors. These are works by I. Repin, V. Zuczkowej, V. Miszenki, B. Vinter, V. Chrucki and others. They consider individual issues, areas of cooperation, involving Ukrainian enterprises, conditions and nature of economic cooperation in Ukraine

and in the world.

The experience of Western companies defined by such researchers as M. Porter, P. Drucker, J. Lambin, P. Krugman, A. Thompson, are only partially useful for Ukrainian companies because of special features of social environment of the modern Ukrainian economy, which differ substantially from the conditions of doing business in Western countries.

Research by Polish authors Moravian K., I. Niemczyckiego, B. Stepien, M. Gorynia, T. Gołębiewskiego, M. Dudzika, Lewandowskiej M., M. Witek-Hayduk, containing the questions of cooperation and business strategies in international environment, are extremely valuable from the point of view of developing of joint actions and economic cooperation of enterprises in Poland and Ukraine.

The internationalization of the economy means the development of international relations between relatively autonomous national economies and enterprises. This process is quantitative, concerning the growth of foreign trade and capital movements. Globalization, however, contains geographical extension of international economic relations, as well as functional integration of distributed worldwide activity that leads to increased interdependence and the transition from indirect to direct forms of communications.

European countries are characterized by diversity due to social and economic development. Because of this there were created the international institutions tasked with policy coordination at the regional level.

Cooperation of Poland and Ukraine was held within the framework of the following organizations: Central Europe Initiative (ISA), Visegrad Group, Eastern Partnership.

1) Central Europe Initiative (ISA). Central Europe Initiative was established in may 1989 as Quadrangone, initially uniting Austria, Yugoslavia, Hungary and Italy. Later members were joined by Czechoslovakia and a year later, Poland. After the collapse of Czechoslovakia and Yugoslavia and the adoption of the countries that emerged in their place arose Central European initiative, which brings together currently: Albania, Austria, Belarus, Bosnia-Herzegovina, Bulgaria, Croatia, Czech Republic, Macedonia, Moldova, Poland, Romania, Slovakia, Slovenia, Ukraine, Hungary and Italy. The main objectives of ISE is to strengthen cooperation among members, cooperation, economic, cultural, scientific-technical and strengthening participation in integration [1]. The organization operates in a political, economic spheres, and directed the task, mainly by creating

relationships between individual markets, as well as infrastructure development.

2) Visegrad Group - regional agreement, signed in 1991 between Poland, Czechoslovakia and Hungary (Triangle Wyszehradzki) and on the basis of the Declaration on cooperation. Set the terms of cooperation, economic and political, the aim of which should be the pursuit of European integration. After the division of Czechoslovakia into the Czech Republic and Slovakia formed a Quadrangle Visegrad. In 1993 the Group was joined by Slovenia. This year, an agreement between members of the Visegrad group of Central European free trade area.

From today's point of view can be judged that the main objectives of this cooperation have been implemented successfully. Collaboration of Visegrad Group with other countries is extremely beneficial. In the last 10 years, Poland, Hungary, the Czech Republic and Slovakia led a variety of policy towards Ukraine.

The subsequent government of Poland, was aimed at deepening the relations with the neighbors, for the construction of a security zone along the state borders. The symbol of the special nature of the relations of the Polish-Ukrainian was the recognition of both States in the status of a strategic partner.

The Poland government is now trying to support the "European choice" of Ukraine, by popularizing among others EU states the so-called open door policy, which is aimed to create the prospect of membership for Ukraine.

The program of the Polish presidency in the Group of Visegrad was in a period of very rapidly evolving situation in the European Union and in the world caused by the global economic crisis. The dialogue Wyszehradzki during the Polish presidency of the Group was carried out very intensively. Consultations were organized not only devoted to the form of the Eastern Partnership, but also with countries which can be beneficiaries, such as Belarus, Moldova and Ukraine [2].

3) The Eastern partnership (EAP) – a program that determines the size of the Eastern policy of the European Union in the framework of the European Neighbourhood Policy. The project Partnership was initiated by the actions of Polish diplomacy, supported by Sweden. The program was opened in Prague in 2009.

The Eastern partnership envisages strengthening of cooperation with Belarus, Ukraine, Moldova, Georgia, Azerbaijan and Armenia. Eastern Partnership was established with the purpose of rapprochement and deepening of cooperation of the States of Eastern Europe and South Caucasus with the European Union. With the assumptions, the main objectives of the EAP is the establishment of a political Union, the creation of in-depth and strengthened free trade zones, as well as to lead to cancellation of the visa regime.

Chapter 2. The changes that occurred in Polish politics of the region after its accession to the EU, has had limited impact on trade. Change of customs tariffs in imports was relatively small, a greater impact on the exchange had anti-dumping measures and quotas, used in the EU.

The joint efforts are aimed at achieving sustainable and balanced socio-economic development of Poland and Ukraine and support the economy of the country on the path of high economic growth. Significant threats to the bilateral economic cooperation are as follows:

- Ukraine's motion toward soft authoritarianism;
- the position of the elites governing the country, who, seeing the need and the necessity of reforming the state, seek to preserve the status quo;

- constant danger of a deep economic crisis in Ukraine. Lack of commitment at government level to undertake the necessary reforms and the initiation of the modernization projects may in the short term reduce economic performance.

- all often speak about the "crisis of confidence" in Ukraine's relations with the EU.

Market access barriers to and the problems of enterprises are the following:

- 1) Ukrainian protective behavior and anti-dumping.
- 2) Barriers in the sphere of legislation of Ukraine related to the VAT refund.
- 3) Difficulties with the investigation of financial claims.
- 4) Difficulties in the implementation of customs clearance of goods imported to Ukraine.
- 5) Onerous tax audit. Polish companies operating in Ukraine, reported very frequent and diligent practice of monitoring business activities, mainly from tax offices, which hinder entrepreneurial activity.

During 2014-2015 years there was conducted research with the participation of experts from Polish Ministry of Economics and Polish enterprises. From the results of studies of two groups of the respondents, it is apparent that the most important condition for effective economic cooperation is trust to the partner. For company representatives trust is of much higher value than for the representatives of the Ministry, as well as stability conditions of cooperation (second place) and advanced cooperation with international enterprises (fourth place in the ranking of importance). This result suggests that early business experience allows us to respond more effectively to unexpected changes in the external environment.

Effective collaboration, according to a group of representatives of the Ministry ensure full transparency and disclosure of ways of acting (second place in the ranking of importance) and personal knowledge of professionals responsible for a certain action (third place). According to this group, an important factor contributing to good cooperation, is personal acquaintance with the representatives of the collaborating companies, which helps to engage more effectively with partner business interests.

Cultural differences between the subjects generally rated as less important factors for effective cooperation.

The next part of the study was related to the question of barriers and challenges related to the cooperation between enterprises of Ukraine and Poland. From the point of view of all respondents the most important problems of economic cooperation of the enterprises of Ukraine and Poland are: the negative experience of cooperation, lack of trust to partners, fear of non-

compliance of contract conditions, delays in shipments and the realization of supply, the lack of compatibility of production processes, fear of dependence on their partner, information flow, inadequate system monitoring/process control, language barriers.

Chapter 3. The data analyzed above allow us to conclude that the effective and dynamically developing cooperation between enterprises of Ukraine and Poland depends on development of mutually beneficial economic relations at the levels of national authorities, regional authorities and enterprises of the two countries.

Priorities for joint action are:

- cooperation between national authorities, regional and local, aimed to coordination of joint actions in economic, social and political spheres;
- development of interregional cooperation of Polish voivodships and regions of Ukraine, as well as improving the efficiency of regional development;
- strengthening the competitiveness of enterprises and increase of employment;
- support of the joint ventures;
- cooperation, scientific and technical research between organizations together with investors and entrepreneurs;
- creating structures of business information;
- the quest for tolerance despite the diversity of partners.

Cooperation between national authorities should be directed to:

- 1) the use of the economic potential for strengthening economic relations;
- 2) design, construction, overhaul, modernization in the field of technical and technological objects, business entities of both States;
- 3) cooperation in the implementation of projects in the field of oil, gas, electricity, and transport infrastructure and signalling.
- 4) cooperation in the field of certification and standardization;
- 5) the implementation of mechanisms related to funding, insurance and guarantees for economic projects;
- 6) development of consulting, legal, banking and technical services, including support of the implementation of investment projects on the territories of Ukraine and Poland;
- 7) the initiation and promotion of various forms of contacts, exchange of experts, training, participation in fairs and exhibitions, economic missions and promotional events.

Cooperation at the regional level, despite its high activity in respect of signed agreements and arrangements, is formal and often is not effectively translated into action. Opportunities for developing economic cooperation at the level of voivodships in Poland and regions of Ukraine are the following:

- development of international contacts of enterprises and increase their awareness to compete based on knowledge and new technologies;
- development of cooperation between educational and scientific institutions; economic activity of population;
- access to external funds, including EU aid;
- development of joint programmes, development of business infrastructure and related services (business incubators, technology parks);
- organization of joint enterprises, joint participation in international seminars, conferences, exhibitions.

Conclusion. Both theoretical and empirical analysis shows that international cooperation should be seen as a way to improve their competitiveness through nonaggressive, but also rational use of valuable resources, partners, expand their competencies, skills, and controls specific knowledge, through which manufactured articles are desired customers.

The fact of cooperation does not guarantee any of the anticipated benefits under the influence of many factors, both internal and external. From the survey, we are dealing with a crisis of trust in business relations of enterprises of Ukraine and Poland, and it creates a good environment for the development of sustainable economic relations. Trust is an important factor in the development of effective cooperation, but the nature and frequency of contacts between partners at this stage does not contribute to its construction.

Process of economic cooperation is a common desire to achieve individual goals, increases the compatibility of partners, and also helps to achieve satisfaction from relationships built on levels of national authorities, regional authorities and enterprises of Ukraine and Poland.

Bibliography: 1. Analiza sytuacji gospodarczej Polski w 2012 r. Warszawa, Ministerstwo gospodarki, 2013. 2. A. Szeptycki „Ukraina i Unia Europejska: Od Brestu po Don”, Polski Przegląd Dyplomatyczny, nr 26, Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, Warszawa, 2006. 3. Gołębowski T., Dudzik M., Lewandowska M., Witek-Hajduk M. Modele biznesu polskich przedsiębiorstw, Oficjalna Wydawnicza Szkoły Głównej Handlowej, Warszawa, 2008.

Received 18.12.2015

Відомості про авторів / About the Authors

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.

Шевченко Марина Миколаївна – кандидат економічних наук, Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», доцент кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів, тел.: (057) 303-17-28; e-mail: bk@mail.ru.

Klepikova Svetlana – National Technical University "Kharkiv Polytechnic Institute", Lecturer Department International Management and Finance, тел.: (057) 704-25-10; e-mail: klepikovasv@yandex.ru

Клепікова Світлана Володимирівна – Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут», ст. викладач кафедри менеджменту зовнішньоекономічної діяльності та фінансів, тел.: (057) 704-25-10; e-mail: klepikovasv@yandex.ru

РЕФЕРАТИ

УДК 669.08:330.322.5

Інформаційне забезпечення резервування грошових коштів по гривневим кредитам юридичних осіб / О. О. Агейонок, О. Б. Білоцерківський // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 3–6. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

Висвітлено теоретичні положення методів формування інформаційних баз даних для подальшого аналізу, виявлено найбільш ефективний метод для інформаційного забезпечення, визначені основні вимоги для вхідної інформації, сформовані основні показники для інформаційної бази даних, для подальшого аналізу фінансової стійкості підприємства та банку.

Ключові слова: інформаційне забезпечення, фінансова стійкість, база даних, резервування, методи оцінки фінансової стійкості підприємства-позичальника.

УДК 336.144.36:621.0

Вплив структури капіталу на фінансові результати підприємств машинобудування / Н. О. Власова, Т. В. П'ятак, А. О. Скиба // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 7–10. – Бібліогр.: 10 назв. – ISSN 2304-621X.

На основі статистичної інформації та виконаних розрахунків досліджено взаємозв'язок між динамікою й рівнем фінансових результатів підприємств різних підгалузей машинобудування та фізичною й фінансовою структурою капіталу у сучасних умовах розвитку економіки України. Зроблено висновки, що в умовах втрати прибутковості, необхідно обґрунтовувати управлінські рішення відносно формування необхідного розміру фінансових результатів з врахуванням такого фактору як зміни у структурі капіталу.

Ключові слова: фінансові результати, активи, капітал, структура, леверидж, машинобудування.

УДК 338.12.017

Оцінка впливу бізнес-циклічності на рентабельність власного капіталу компаній металургійної галузі / Є. С. Волик, Н. К. Назарченко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 11–14. – Бібліогр.: 5 назв. – ISSN 2304-621X.

Пропонуються методи оцінки впливу показника бізнес-циклу на рентабельність власного капіталу українських підприємств металургійної галузі. Визначено унікальні бізнес-цикли та щорічні показники рентабельності власного капіталу підприємств. Побудовано кореляційно-регресійну модель темпів зростання рентабельності з темпами економічного зростання підприємств. Кореляційний зв'язок – сильний або дуже сильний. Коефіцієнт детермінації знаходиться в проміжку від 0,5832 до 0,8764, що підтверджує дієздатність запропонованої моделі.

Ключові слова: рентабельність власного капіталу, бізнес-цикл, валовий внутрішній продукт, кореляція, регресія.

УДК 336.7

Теоретико-методичні підходи до визначення ефективності функціонування ринку фінансових послуг / Ю. О. Гармашова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 15–19. – Бібліогр.: 18 назв. – ISSN 2304-621X.

Розкрито сутність головних міжнародних та вітчизняних методичних підходів до оцінки ефективності функціонування ринку фінансових послуг. Здійснено порівняльну характеристику найпоширеніших підходів. Надано перелік основних показників, що використовуються при оцінці ефективності ринку фінансових послуг за різними методиками. Наведено головні критерії ефективності фінансових інструментів, що використовуються на ринку фінансових послуг. Обрано найбільш прийнятну для застосування в умовах України методіку визначення ефективності функціонування ринку фінансових послуг.

Ключові слова: ринок фінансових послуг, ефективність функціонування, методика, фінансовий розвиток, фінансовий інструмент, критерії ефективності.

УДК 339.924

Развитие франчайзинга в условиях глобализации / Н. Н. Губанова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 20–22. – Бібліогр.: 18 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті розглянуто становлення, розвиток і вплив франчайзингових відносин в умовах глобалізації на малий бізнес, фактори які перешкоджають розвитку франчайзингу та умови підвищення ефективності франчайзингу в Україні. В умовах глобалізації, транснаціоналізації широкий розвиток отримала франчайзингова модель бізнесу. Більшість країн світу ведуть франчайзингові відносини, що сприяє зміцненню міжнародних економічних відносин, посиленню глобалізаційних процесів, розвитку світової економіки в цілому.

Дослідження показали, що розвиток франчайзингової моделі бізнесу сприяє просуванню національних компаній на міжнародні ринки, дає можливість розширити в короткостроковому періоді мережу франшиз в ряді країн, створюючи сприятливі умови для входження на дрібні та великі ринки, розширенню нових технологій, впровадженню ноу-хау, а також створенню привабливого інвестиційного клімату.

Аналізуючи розвиток франчайзингу в умовах глобалізації в Україні можна зробити висновок, що процес розвитку його триває й нині і вимагає його регулювання на макроекономічному рівні шляхом створення законодавчої бази, підтримки малого бізнесу системи розвитку франчайзингу. Формування ринку в Україні в умовах глобалізації неможливо без збільшення частки малого бізнесу на основі франчайзингових відносин.

Ключові слова: глобалізація, франчайзинг, франшиза, франчайзі, франчайзер.

УДК 336.14

Сучасний погляд на витрати бюджету України на науку та освіту / Н. В. Гуріненко, А. М. Герасіменко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 23–26. – Бібліогр.: 7 назв. – ISSN 2304-621X.

Проаналізовано видатки бюджету України на освіту і науку за останні роки, проведено аналіз стану бюджетного фінансування освітньої-наукової галузі України та її ефективності, рейтинг української освіти за складовими Глобального індексу конкурентоспроможності. Висвітлено основні фінансові положення нового закону «про вищу освіту».

Ключові слова: вища освіта, джерела фінансування, пріоритетні напрямки, фінансування вищої освіти, конкурентоспроможність, закон про вищу освіту.

УДК 339.94

Інтернаціоналізація компаній шляхом інтеграції у світові кластери / Т. В. Данько, О. С. Лапій // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 27–30. – Бібліогр.: 26 назв. – ISSN 2304-621X.

Розглянуто основні теоретичні положення інтернаціоналізації компаній в умовах сучасної глобальної економіки. Виявлено два основні підходи до процесу інтернаціоналізації – етапний та мережевий. Досліджено роль мережі зв'язків компаній у процесі їх інтернаціоналізації. Розглянуто явище кластерів як прояву мереж зв'язків компаній. Проаналізовано поняття кластерів та їхню роль у

процесі інтернаціоналізації фірм. Зроблено висновки про роль стратегії інтернаціоналізації всередині мережі або кластера та роль менеджменту кластера в інтернаціоналізації компаній-членів цього кластера.

Ключові слова: інтернаціоналізація, етапний підхід, мережевий підхід, мережа зв'язків, кластер, стратегія інтернаціоналізації.

УДК 338.15.10

Основні категорії теорії конкуренції / О. С. Другова, Ш. Амансеїдов // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 31–36. – Бібліогр.: 44 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті проаналізовані основні поняття теорії конкуренції. Систематизовано взаємозв'язок між дифеніціями конкурентний потенціал, конкурентоспроможність, конкурентні переваги. Згруповано основні ознаки поданих понять. Доведено, що конкурентоспроможність підприємства не є постійною властивістю і може виявлятися тільки порівняно з групою підприємств на певному ринковому сегменті.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентний потенціал, конкурентні переваги, конкурентний статус.

УДК 338.16.149

Зовнішній борг України: аналіз структури, динаміки та законодавче регулювання / С. В. Клепікова, М. М. Шевченко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 37–40. – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті розглядається і аналізується державний борг України, його особливості та джерела формування. Найбільш детально представлені структура державного боргу в 2014–2015 рр., та нормативні документи.

Ключові слова: державний борг України, зовнішній борг, динаміка зовнішнього боргу, ВВП, реструктуризація боргу, законодавче регулювання, міжнародний рейтинг.

УДК 669.08:330.322.5

Підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі на основі бенчмаркінгу / М. О. Корженко, І. А. Чекмасова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 41–45. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

Висвітлено теоретичні положення методів бенчмаркінгу, виявлено найбільш ефективний метод для стратегічного порівняння, визначено закономірність у пошуку партнера по бенчмаркінгу або «еталонного» підприємства.

Ключові слова: бенчмаркінг, конкурентоспроможність, «еталонне» підприємство, методи бенчмаркінгу, модель тренду, коефіцієнт достовірності апроксимації.

УДК 658.14

Фінансова стійкість підприємства та фактори, що впливають на неї / А. В. Котлярова, Т. І. Кочетова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 46–48. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

В статті розглядається сутність і значення фінансової стійкості підприємства. Пропонується розробити ефективний інструментарій прогнозування первинних ознак фінансової нестійкості, враховуючи внутрішні та зовнішні фактори, які впливають на фінансову стійкість підприємства. Зроблено висновки щодо використання комплексного показника оцінки фінансової стійкості підприємства.

Ключові слова: фінансова стійкість, фактори впливу на фінансову стійкість підприємства, фінансові ресурси, тип фінансової стійкості, показники оцінки фінансової стійкості.

УДК 336.276

Державний борг як об'єкт макрофінансового аналізу / Н. В. Кузьминчук // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 49–51. – Бібліогр.: 13 назв. – ISSN 2304-621X.

Розглянуто основні підходи до визначення державного боргу. Визначено сутність і суспільне призначення державного боргу як об'єкта макрофінансового аналізу. Проаналізовано динаміку державного (внутрішнього і зовнішнього) та гарантованого державою боргу України за період 2004–2014 рр. Визначено специфічні особливості сучасного етапу формування боргових зобов'язань. Обґрунтовано важливість прийняття концептуальних засад на загальнодержавному рівні щодо формування боргової стратегії України, спрямованої на стабільне економічне зростання за рахунок забезпечення і збереження приросту ВВП шляхом використання кредитних ресурсів на інвестиційні цілі, а не споживчі.

Ключові слова: державний борг, гарантований державою борг, внутрішній борг, зовнішній борг.

УДК 658.014.1

Адаптивне управління підприємствами машинобудування у забезпеченні їх інноваційного розвитку / В. О. Мясников // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 52–56. – Бібліогр.: 20 назв. – ISSN 2304-621X.

Запропоновано теоретичні основи адаптивного управління як напрям забезпечення та активізації інноваційного розвитку підприємств машинобудування. Узагальнено та систематизовано погляди вчених на розуміння економічної сутності понять «управління», «адаптивне управління», «розвиток», «інноваційний розвиток». Розглянуто особливості адаптивного управління підприємствами машинобудування. Визначено фактори, які стримують підвищення інноваційного розвитку та конкурентоспроможності підприємств машинобудування. Обґрунтовано, що адаптивне управління є основою розробки стратегії адаптації підприємства машинобудування на стратегічному, тактичному та оперативному рівнях; взаємозв'язаний комплекс управлінських дій суб'єктів функціонування, які націлені на збереження та зміцнення конкурентних позицій підприємства на ринку в умовах мінливості середовища його функціонування за допомогою реалізації механізму управління інноваційними процесами на основі спостереження (діагностування) стану системи управління.

Ключові слова: управління, адаптивне управління, підприємства машинобудування, розвиток, інноваційний розвиток.

УДК 330.342

Концептуальні основи формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування / Т. В. Олексюк // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 57–61. – Бібліогр.: 13 назв. – ISSN 2304-621X.

Сформовано концептуальні основи формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування, які поєднують сучасні принципи, функції і завдання, враховують комплекс інформаційно-аналітичного забезпечення для діагностування та прогнозування просторово-динамічного стану/рівня фінансової безпеки в умовах дії загроз внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства, дає змогу сформулювати матрицю фінансових ситуацій вибору стратегічних альтернатив та є ефективним інструментом комплексного дослідження тенденцій фінансового розвитку підприємств машинобудування. Запропоновано науково-практичний підхід до оцінки ефективності реалізації стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування, що базується на застосуванні методу багатокритеріального вибору стратегічних альтернатив управлінських рішень на основі нечітких множин, теорії корисності щодо

забезпечення фінансової безпеки та розробки імітаційної моделі сценаріїв розвитку фінансової безпеки, де результируючим показником є рівень фінансової безпеки $I_{zag}(t)$, зростання та зниження рівня якого формуються під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів.

Ключові слова: стратегія управління фінансовою безпекою, тактичний рівень, оперативний рівень, концепція, стратегічний рівень, підприємства машинобудування, фінансова безпека, імітаційна модель.

УДК 65.014.1(083.71)

Сутність стратегічного управління підприємством ресторанного господарства / Т. С. Пичугіна, Л. І. Безгінова, О. М. Шарапова, С. А. Швед // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 62–64. – Бібліогр.: 12 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті розглянуто дефініції поняття «стратегічне управління», визначено основні підходи до його розуміння закордонними та вітчизняними науковцями. Це, разом із дослідженням специфіки діяльності підприємств ресторанного господарства, дозволило запропонувати авторське визначення поняття «стратегічне управління підприємством ресторанного господарства».

Ключові слова: стратегічне управління, підхід, ресторанне господарство, підприємство.

УДК 69:005.332.4

Методи оцінки конкурентоспроможності будівельних підприємств / О. С. Сич // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 65–69. – Бібліогр.: 12 назв. – ISSN 2304-621X.

Проаналізовано основні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємств, виявлено недоліки існуючих підходів для оцінки рівня конкурентоспроможності будівельного підприємства, пропонується авторська методика оцінки конкурентоспроможності будівельного підприємства.

Ключові слова: конкурентоспроможність підприємства, методи оцінки конкурентоспроможності підприємства, показники конкурентоспроможності, будівельне підприємство.

УДК 336.6

Основні підходи та методи оцінки вартості підприємств / А. В. Сотніков // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 70–73. – Бібліогр.: 10 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті розглядаються основні методики та підходи до визначення вартості підприємств. Визначені їх основні переваги та недоліки для отримання достовірної оцінки вартості підприємства.

Ключові слова: вартість підприємства, мультиплікатор, дохідний підхід, затратний підхід.

УДК 339.13

Оценка конкурентоспособности продукции горно-обогатительного комбината / А. М. Трусов, Н. В. Карпова, Е. М. Тимофеева, А. Н. Сапрыкина // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 74–78. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

Гірничодобувна промисловість у всіх промислово розвинених країнах відноситься до базових галузей економіки. Ефективне функціонування гірничодобувної компанії багато в чому визначається наявністю всебічно обґрунтованої стратегії її маркетингової діяльності. Головна мета вироблення та реалізації такої стратегії - визначення найбільш ефективних напрямків збуту, виробленої компанією.

Ключові слова: конкурентоспроможність, експорт, SWOT-аналіз, фінансова стійкість, організаційно-економічна стійкість.

УДК 338.4

Проблеми управління партнерськими взаємовідносинами з зовнішньоекономічної діяльності / І. А. Федоренко, А. Г. Бєрулава, А. І. Колонтаєвська // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 79–82. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

У статті уточнено поняття «партнерські взаємовідносини», виокремлені типи заходів, які визначають готовність підприємства до партнерських взаємовідносин, визначені способи, якими має можливість скористатись підприємство, здійснюючи вибір потенційного партнера, класифіковані форми співробітництва суб'єктів господарювання за окремими напрямками діяльності.

Ключові слова: партнерські взаємовідносини, зовнішньоекономічна діяльність, вибір потенційного партнера, зовнішній ринок, форми співробітництва конкурентоспроможність, стратегія підприємства.

УДК 336(075.8)

Управління ризиками в системі оподаткування України / Л. В. Феценко, І. В. Кедрич // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 83–87. – Бібліогр.: 6 назв. – ISSN 2304-621X.

Здійснення комплексу заходів щодо дослідження проблеми управління ризиками в системі оподаткування, системи вирішення проблем управління ризиками в оподаткуванні, обґрунтування доцільності вивчення даної проблематики, звернення уваги на іноземний досвід (зокрема досвід країн ЄС) у сфері податкового ризик-менеджменту, розроблення нової системи управління податковими ризиками на основі діючої системи управління в країнах ЄС, пропонування управлінських рішень щодо підвищення ефективності ризик-менеджменту у сфері оподаткування.

Ключові слова: оподаткування, ризик-менеджмент, моніторинг, податкова політика, управління ризиками, податкові органи.

УДК 338.147

Сутність поняття «конкурентоспроможність» та формування конкурентоспроможності потенціалу цементної галузі України / М. С. Чіп // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 88–90. – Бібліогр.: 13 назв. – ISSN 2304-621X.

Стаття присвячена дослідженню сутності поняття конкурентоспроможності та було сформовано конкурентоспроможність потенціалу цементної галузі України. Стаття висвітлює результати спостереження за конкурентоспроможністю потенціалу цементної України.

Ключові слова: конкуренція, конкурентоспроможність, конкурентоспроможність підприємства, цементна галузь, конкурентоспроможність потенціалу.

УДК 338.12

Perspectives of Ukrainian-Polish economic cooperation / М. М. Шевченко, S. V. Klepikova // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 91–93. – Бібліогр.: 3 назв. – ISSN 2304-621X.

Обговорюються результати досліджень зовнішньоекономічних зв'язків України та Польщі в 2003-2015 роках. Пропонуються рекомендації з розвитку двосторонніх економічних відносин на державному рівні, регіонів і підприємств.

Ключові слова: міжнародний бізнес, співробітництво, глобалізація, створення спільних підприємств, інтеграція.

РЕФЕРАТЫ

УДК 669.08:330.322.5

Информационное обеспечение резервирование денежных средств по гривневым кредитам юридических лиц / Е. А. Агейонок, А. Б. Белоцерковский // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 61 (1170). – С. 3–6. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

Освещены теоретические положения методов формирования информационных баз данных для дальнейшего анализа, выявлены наиболее эффективный метод для информационного обеспечения, определены основные требования для входящей информации, сформированы основные показатели для информационной базы данных для дальнейшего анализа финансовой устойчивости предприятия и банка.

Ключевые слова: информационное обеспечение, финансовая устойчивость, база данных, резервирование, методы оценки финансовой устойчивости предприятия-заемщика.

УДК 336.144.36:621.0

Влияние структуры капитала на финансовые результаты предприятий машиностроения / Н. О. Власова, Т. В. Пятак, А. О. Скиба // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 61 (1170). – С. 7–10. – Бібліогр.: 10 назв. – ISSN 2304-621X.

На основе статистической информации и выполненных расчетов исследована взаимосвязь между динамикой и уровнем финансовых результатов предприятий различных подотраслей машиностроения и физической и финансовой структурой капитала в современных условиях развития экономики Украины. Сделаны выводы, что в условиях потери доходности, необходимо обосновывать управленческие решения относительно формирования необходимого размера финансовых результатов с учетом такого фактора как изменения в структуре капитала.

Ключевые слова: финансовые результаты, активы, капитал, структура, леверидж, машиностроение.

УДК 338.12.017

Оценка влияния бизнес–цикличности на рентабельность собственного капитала компаний металлургической отрасли / Е. С. Волик, Н. К. Назарченко // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 61 (1170). – С. 11–14. – Бібліогр.: 5 назв. – ISSN 2304-621X.

Предлагаются методы оценки влияния показателя бизнес–цикла на рентабельность собственного капитала украинских предприятий металлургической отрасли. Определены уникальные проявления бизнес–циклов и ежегодные показатели рентабельности собственного капитала предприятий. Построено корреляционно–регрессионную модель темпов роста рентабельности с темпами экономического роста предприятий. Корреляционная связь – сильная или очень сильная. Коэффициент детерминации находится в промежутке от 0,5832 до 0,8764, что подтверждает дееспособность предложенной модели.

Ключевые слова: рентабельность собственного капитала, бизнес–цикл, валовой внутренний продукт, корреляция, регрессия

УДК 336.7

Теоретико-методические подходы к определению эффективности функционирования рынка финансовых услуг / Ю. А. Гармашова // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 61 (1170). – С. 15–19. – Бібліогр.: 18 назв. – ISSN 2304-621X.

Раскрыта сущность главных международных и отечественных методических подходов к оценке эффективности функционирования рынка финансовых услуг. Осуществлена сравнительная характеристика наиболее распространенных подходов. Предоставлен перечень основных показателей, используемых при оценке эффективности рынка финансовых услуг по разным методикам. Приведены главные критерии эффективности финансовых инструментов, применяемых на рынке финансовых услуг. Выбрана наиболее приемлемая для использования в условиях Украины методика определения эффективности функционирования рынка финансовых услуг.

Ключевые слова: рынок финансовых услуг, эффективность функционирования, методика, финансовое развитие, финансовый инструмент, критерий эффективности.

УДК 339.924

Развитие франчайзинга в условиях глобализации / Н. Н. Губанова // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 61 (1170). – С. 20–22. – Бібліогр.: 18 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье рассмотрено становление, развитие и влияние франчайзинговых отношений в условиях глобализации на малый бизнес, факторы препятствующие развитию франчайзинга и условия повышения эффективности франчайзинга в Украине. В условиях глобализации, транснационализации широкое развитие получила франчайзинговая модель бизнеса. Большинство стран мира ведут франчайзинговые отношения, что способствует, укреплению международных экономических отношений, усилению глобализационных процессов, развитию мировой экономики в целом.

Исследования показали, что развитие франчайзинговой модели бизнеса способствует продвижению национальных компаний на международные рынки, дает возможность расширить в краткосрочном периоде сеть франшиз в ряде стран, создавая благоприятные условия для вхождения на мелкие и крупные рынки, расширению новых технологий, внедрению ноу-хау, а также созданию привлекательного инвестиционного климата.

Анализируя развитие франчайзинга в условиях глобализации в Украине можно сделать вывод, что процесс развития его продолжается и ныне и требует его регулирования на макроэкономическом уровне путем создания законодательной базы, поддержке малого бизнеса, развития системы франчайзинга. Формирование рынка в Украине в условиях глобализации невозможно без увеличения доли малого бизнеса на основе франчайзинговых отношений.

Ключевые слова: глобализация, франчайзинг, франчайзер, франчайзи, франшиза.

УДК 336.14

Современный взгляд на расходы бюджета Украины на науку и образование / Н. В. Гуриненко, А. Н. Герасименко // Вісник НТУ «ХПІ». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства. – Х. : НТУ «ХПІ», 2015. – № 61 (1170). – С. 23–26. – Бібліогр.: 7 назв. – ISSN 2304-621X.

Проанализированы расходы бюджета Украины на образование и науку за последние годы, проведен анализ состояния бюджетного финансирования образовательной научной отрасли Украины и ее эффективности, рейтинг украинского образования по составляющим Глобального индекса конкурентоспособности. Освещены основные финансовые положения нового закона «о высшем образовании».

Ключевые слова: высшее образование, источники финансирования, приоритетные направления, финансирование высшего образования, конкурентоспособность, закон о высшем образовании.

УДК 339.94

Интернационализация компаний путем интеграции в мировые кластеры / Т. В. Данько, О. С. Лапий // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 27–30. – Бібліогр.: 26 назв. – ISSN 2304-621X.

Рассмотрены основные теоретические положения интернационализации компаний в условиях современной глобальной экономики. Выявлено два основных подхода к процессу интернационализации – этапный и сетевой. Исследована роль сети связей компаний в процессе их интернационализации. Рассмотрено явление кластеров как проявления сетей связей компаний. Проанализированы понятия кластеров и их роль в процессе интернационализации фирм. Сделаны выводы о роли стратегии интернационализации внутри сети или кластера и роль менеджмента кластера в интернационализации компаний - членов этого кластера.

Ключевые слова: интернационализация, этапный подход, сетевой подход, сеть связей, кластер, стратегия интернационализации.

УДК 338.15.10

Основные категории теории конкуренции / Е. С. Другова, Ш. Амансеидов // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 31–36. – Бібліогр.: 44 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье проанализированы основные понятия теории конкуренции. Систематизированы взаимосвязь между дифференциями конкурентный потенциал, конкурентоспособность, конкурентные преимущества. Сгруппированы основные признаки представленных понятий. Доказано, что конкурентоспособность предприятия не является постоянным свойством и может проявляться только в сравнении с группой предприятий на определенном рыночном сегменте.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентный потенциал, конкурентные преимущества, конкурентный статус.

УДК 338.16.149

Внешний долг Украины: анализ структуры, динамики и законодательное регулирование / С. В. Клепикова, М. Н. Шевченко // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 37–40. – Бібліогр.: 9 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье рассматривается и анализируется государственный долг Украины, его особенности и источники формирования. Наиболее подробно представлены структура государственного долга в 2014–2015 гг., и нормативные документы.

Ключевые слова: государственный долг Украины, внешний долг, динамика внешнего долга, ВВП, реструктуризация долга, законодательное регулирование, международный рейтинг.

УДК 669.08:330.322.5

Повышение международной конкурентоспособности предприятий кондитерской отрасли на основе бенчмаркинга / М. А. Корженко, И. А. Чекмасова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 41–45. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

Освещены теоретические положения методов бенчмаркинга, выявлен наиболее эффективный метод для стратегического сравнения, определена закономерность в поиске партнера по бенчмаркингу или «эталонного» предприятия.

Ключевые слова: бенчмаркинг, конкурентоспособность, «эталонное» предприятие, методы бенчмаркинга, модель тренда, коэффициент достоверности аппроксимации.

УДК 658.14

Финансовая устойчивость предприятия и факторы, влияющие на нее / А. В. Котлярова, Т. И. Кочетова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 46–48. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье рассматриваются сущность и значение финансовой устойчивости предприятия. Предлагается разработать эффективный инструментальный прогнозирования первых проявлений финансовой неустойчивости, учитывая внутренние и внешние факторы, которые оказывают влияние на финансовую устойчивость предприятия. Сделано выводы, касающиеся применения комплексного показателя оценки финансовой устойчивости предприятия.

Ключевые слова: финансовая устойчивость, факторы влияния на финансовую устойчивость предприятия, финансовые ресурсы, тип финансовой устойчивости, показатели оценки финансовой устойчивости.

УДК 336.276

Государственный долг как объект макрофинансового анализа / Н. В. Кузьминчук // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 49–51. – Бібліогр.: 13 назв. – ISSN 2304-621X.

Рассмотрены основные подходы к определению государственного долга. Определена сущность и общественное назначение государственного долга как объекта макрофинансового анализа. Проанализирована динамика государственного (внутреннего и внешнего) и гарантированного государством долга Украины за период 2004–2014 годы. Определены специфические особенности современного этапа формирования долговых обязательств. Обоснована важность принятия концептуальных основ на общегосударственном уровне по формированию долговой стратегии Украины, направленной на стабильный рост за счет обеспечения и сохранения прироста ВВП путем использования кредитных ресурсов на инвестиционные цели, а не на потребительские.

Ключевые слова: государственный долг, гарантированный государством долг, внутренний долг, внешний долг.

УДК 658.014.1

Адаптивное управление предприятиями машиностроения в обеспечении их инновационного развития / В. О. Мясников // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 52–56. – Бібліогр.: 20 назв. – ISSN 2304-621X.

Предложены теоретические основы адаптивного управления как направление обеспечения и активизации инновационного развития предприятий машиностроения. Обобщены и систематизированы взгляды ученых на понимание экономической сущности понятий «управление», «адаптивное управление», «развитие», «инновационное развитие». Рассмотрены особенности адаптивного управления предприятиями машиностроения. Определены факторы, которые сдерживают повышение инновационного развития и конкурентоспособности предприятий машиностроения. Обосновано, что адаптивное управление является основой разработки стратегии адаптации предприятия машиностроения на стратегическом, тактическом и оперативном уровнях; взаимосвязанный комплекс управленческих действий субъектов функционирования, которые нацелены на сохранение и укрепление конкурентных позиций предприятия на рынке в условиях изменчивости среды его функционирования посредством реализации механизма управления инновационными процессами на основе наблюдения (диагностирования) состояния системы управления.

Ключевые слова: управление, адаптивное управление, предприятия машиностроения, развитие, инновационное развитие.

УДК 330.342

Концептуальные основы формирования стратегии управления финансовой безопасностью предприятий машиностроения / Т. В. Олексюк // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 57–61. – Бібліогр.: 13 назв. – ISSN 2304-621X.

Сформированы концептуальные основы формирования стратегии управления финансовой безопасностью предприятий машиностроения, которые сочетают современные принципы, функции и задачи, учитывающие комплекс информационно-аналитического обеспечения для диагностики и прогнозирования пространственно-динамического состояния / уровня финансовой безопасности в условиях действия угроз внутренней и внешней среды предприятия, позволяет сформировать матрицу финансовых ситуаций выбора стратегических альтернатив и является эффективным инструментом комплексного исследования тенденций финансового развития предприятий машиностроения. Предложен научно-практический подход к оценке эффективности реализации стратегии управления финансовой безопасностью предприятий машиностроения, основанный на применении метода многокритериального выбора стратегических альтернатив управленческих решений на основе нечетких множеств, теории полезности по обеспечению финансовой безопасности и разработки имитационной модели сценариев развития финансовой безопасности, где результирующим показателем является уровень финансовой безопасности, рост и снижение уровня которого формируется под влиянием внешних и внутренних факторов.

Ключевые слова: стратегия управления финансовой безопасностью, тактический уровень, оперативный уровень, концепция, стратегический уровень, предприятия машиностроения, финансовая безопасность, имитационная модель.

УДК 65.014.1(083.71)

Сущность стратегического управления предприятием ресторанного хозяйства / Т. С. Пичугина, Л. И. Безгина, Е. М. Шарапова, С. А. Швед // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 62–64. – Бібліогр.: 12 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье рассмотрены дефиниции понятия «стратегическое управление», определены основные подходы к его пониманию зарубежными и отечественными учеными. Это, вместе с исследованием специфики деятельности предприятий ресторанного хозяйства, позволило предложить авторское определение понятия «стратегическое управление предприятием ресторанного хозяйства».

Ключевые слова: стратегическое управление, подход, ресторанное хозяйство, предприятие.

УДК 69:005.332.4

Методы оценки конкурентоспособности строительных предприятий / О. С. Сыч // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 65–69. – Бібліогр.: 12 назв. – ISSN 2304-621X.

Проанализированы основные подходы к оценке конкурентоспособности предприятий, выявлены недостатки существующих подходов для оценки уровня конкурентоспособности строительного предприятия, предлагается авторская методика оценки конкурентоспособности строительного предприятия.

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, методы оценки конкурентоспособности предприятия, показатели конкурентоспособности, строительное предприятие.

УДК 336.6

Основные подходы и методы оценки стоимости предприятий / А. В. Сотников // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 70–73. – Бібліогр.: 10 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье рассматриваются основные методики и подходы к определению стоимости предприятий. Определены их основные преимущества и недостатки для получения достоверной оценки стоимости предприятия.

Ключевые слова: стоимость предприятия, мультипликатор, доходный подход, затратный подход.

УДК 339.13

Оценка конкурентоспособности продукции горно-обогатительного комбината / А. М. Трусов, Н. В. Карпова, Е. М. Тимофеева, А. Н. Сапрыкина // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 74–78. – Бібліогр.: 4 назв. – ISSN 2304-621X.

Горнодобывающая промышленность во всех промышленно развитых странах относится к базовым отраслям экономики. Эффективное функционирование горнодобывающей компании во многом определяется наличием всесторонне обоснованной стратегии ее маркетинговой деятельности. Главная цель выработки и реализации такой стратегии - определение наиболее эффективных направлений сбыта, произведенной компанией.

Ключевые слова: конкурентоспособность, экспорт, SWOT-анализ, финансовая устойчивость, организационно-экономическая устойчивость.

УДК 338.4

Проблемы управления партнерскими взаимоотношениями по внешнеэкономической деятельности / И. А. Федоренко, А. Г. Берулава, А. И. Колонтаевская // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – X. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 79–82. – Бібліогр.: 8 назв. – ISSN 2304-621X.

В статье уточнено понятие «партнерские взаимоотношения», выделены типы мероприятий, которые определяют готовность предприятия к партнерским взаимоотношениям, определены способы, которыми имеет возможность воспользоваться предприятие, осуществляя выбор потенциального партнера, классифицированы формы сотрудничества субъектов хозяйствования по отдельным направлениям деятельности.

Ключевые слова: партнерские взаимоотношения, внешнеэкономическая деятельность, выбор потенциального партнера, внешний рынок, формы сотрудничества конкурентоспособность, стратегия предприятия.

УДК 336(075.8)

Управление рисками в системе налогообложения Украины / Л. В. Фещенко, И. В. Кедрич // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Харків : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 83-87. – Бібліогр.: 6 назв. – ISSN 2304-621X.

Осуществление комплекса мероприятий по исследованию проблемы управления рисками в системе налогообложения, изучение спецификации видов налоговых рисков, системы решения проблем управления рисками в налогообложении, обоснование целесообразности изучения данной проблематики, обращение внимания на иностранный опыт (в частности опыт стран ЕС) в сфере налогового риск-менеджмента, разработка новой системы управления налоговыми рисками на основе действующей системы управления в странах ЕС, предложение управленческих решений по повышению эффективности риск-менеджмента в сфере налогообложения.

Ключевые слова: налогообложение, риск-менеджмент, мониторинг, налоговая политика, управление рисками, налоговые органы.

УДК 338.147

Сущность понятия «конкурентоспособность» и формирование конкурентоспособности потенциала цементной отрасли Украины / М. С. Чип // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 88–90. – Бібліогр.: 13 назв. – ISSN 2304-621X.

Статья посвящена исследованию сущности понятия конкурентоспособности и было сформировано конкурентоспособность потенциала цементной отрасли Украины. Статья освещает результаты наблюдения за конкурентоспособностью потенциала цементной Украины.

Ключевые слова: конкуренция, конкурентоспособность, конкурентоспособность предприятия, цементная отрасль, конкурентоспособность потенциала.

УДК 338.12

Перспективы украинского-польского экономического сотрудничества / М. Н. Шевченко, С. В. Клепикова // Вісник НТУ «ХП». Серія: Актуальні проблеми управління та фінансово-господарської діяльності підприємства – Х. : НТУ «ХП», 2015. – № 61 (1170). – С. 91–93. – Бібліогр.: 3 назв. – ISSN 2304-621X.

Обсуждаются результаты исследований внешнеэкономических связей Украины и Польши в 2003-2015 годах. Предлагаются рекомендации по развитию двусторонних экономических отношений на государственном уровне, регионов и предприятий.

Ключевые слова: международный бизнес, сотрудничество, глобализация, создание совместных предприятий, интеграция.

ABSTRACTS

UDC 669.08:330.322.5

Data redundancy cash hryvnia loans of legal entities / O. O. Aheionok, O. B. Bilotserkivskiy // Bulletin of NTU «KhPI» Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 3–6. – Bibliogr.: 4. – ISSN 2304-621X.

When covering theoretical principles of formation of information databases for further analysis methods, revealed the most effective method for information provision, the basic requirements for the incoming information, formed the main indicators for the information database for further analysis of financial stability and bank.

Keywords: informational support, financial stability, database, backup, methods of assessing the financial sustainability of the borrowing company.

UDC 336.144.36:621.0

The impact of capital structure on the financial results of the enterprises of mechanical engineering / N. O. Vlasova, T. V. Piatak, A. O. Skyba // Bulletin of NTU «KhPI» Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 7–10. – Bibliogr.: 10. – ISSN 2304-621X.

On the basis of statistical information and the calculations we investigated the relationship between the dynamics and the level of financial results of enterprises in different sub-sectors of engineering and physical and financial structure of capital in modern conditions of development of economy of Ukraine. It is concluded that the yield loss conditions necessary to justify management decisions regarding the formation of the desired size of financial results, taking into account such factors as changes in the capital structure.

Keywords: financial results, assets, capital structure, leverage, engineering.

UDC 338.12.017

Evaluation of business-cycle's impact on roe of metallurgical industry companies / E. S. Volyk, N. K. Nazarchenko // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of financial management and business activity. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 11–14. – Bibliogr.: 5. – ISSN 2304-621X.

There have been methods proposed for assessing the impact of the business cycle indicator for return on equity in the Ukrainian metallurgical industry as determined by the unique business cycle indicators and the annual return on equity businesses. The main countries of production, marketing and their shares in the geographical distribution of sales for each company was identified with the help of the companies' primary documents the companies' primary documents. A correlation-regression model was made showing the enterprises' profitability and economic growth. The coefficient of determination is in the range of from 0,5832 to 0,8764, which confirms the viability of the proposed model.

Keywords: return on equity, the business cycle, gross domestic product, correlation, regression.

UDC 336.7

Theoretical and methodological approaches to determining the efficiency of the financial services market / Yu. O. Garmashova, Nazarchenko // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of financial management and business activity. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 15–19. – Bibliogr.: 18. – ISSN 2304-621X.

The essence of the main international and domestic methodological approaches to evaluating the effectiveness of the financial services market is opened. Comparative characteristic of the most common approaches is implemented. A list of the main indicators used to assess the effectiveness of the financial services market by different methods is granted. The main criteria for the efficiency of financial instruments used in the financial services market are given. The most appropriate for use in the method of determination of the Ukrainian market performance of financial services is selected.

Keywords: financial services market, the effectiveness of the operation, methodology, financial development, financial instrument, the efficiency criterion.

UDC 339.924

The development of franchising in the context of globalization / N. N. Gubanova // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of financial management and business activity. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 20–22. – Bibliogr.: 18. – ISSN 2304-621X.

The article is devoted to the establishment, development and the impact of franchising relationships on small business in globalization conditions. The factors hindering the development of the franchise and the conditions of franchising efficiency increasing in Ukraine are considered. It shows that franchise business model is widely developed within globalization and transnationalization. A number of countries in the world are franchised relationship that contributes to strengthening of international economic relations, strengthening of globalization processes and the development of the world economy as a whole.

Studies have shown that the development of the franchise business model promotes national companies into international markets, provides an opportunity to expand in the short term a network of franchises in several countries, creating favorable conditions for entry into the small and large markets, the expansion of new technologies, introduction of know-how, as well as the creation of an attractive investment climate.

The conclusion the author came to after the analysis of the development of franchising in Ukraine is that the process of development continues and requires regulation at the macro level through the creation of the legal framework, support for small businesses, the development of the franchise

system. Market emerging in Ukraine in globalization conditions is impossible without an increasing a share of small business on the basis of franchise relations.

Keywords: globalization, franchising, franchise, franchisee, franchisor.

UDC 336.14

The modern view of the cost budget of Ukraine for science and education / N. Gurinenko, A. Gerasimenko // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of financial management and business activity. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 23–26. – Bibliogr.: 7. – ISSN 2304-621X.

Analysis of budget expenditures in Ukraine and science education in recent years, the analysis of state budget financing of the educational and scientific sector of Ukraine and its efficiency rating of Ukrainian education in the components of the Global Competitiveness Index. The basic financial provisions of the new law "On education".

Keywords: higher education, funding, priorities, funding higher education, competitiveness, the law on higher education.

UDC 339.94

Internationalization of companies through integration into world clusters / T. V. Danko, O. S. Lapii // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 27–30. – Bibliogr.: 26. – ISSN 2304-621X.

The basic theoretical concepts of internationalization of companies in today's global economy are considered. Two basic approaches to the process of internationalization are revealed –stage and network approaches. The role of networks of companies in the process of internationalization is discussed. The phenomenon of clusters as a type of companies' networks is described. The concept of clusters and their role in the internationalization process of companies is analyzed. The conclusions about the role of internationalization strategies within the network or cluster and the role of cluster management in the internationalization of member companies of the cluster have been made.

Keywords: internationalization, stage approach, network approach, network, cluster, internationalization strategy.

UDC 338.15.10

The main categories of competition theory / E. S. Drugova, Sh. Amanseidov // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 31–36. – Bibliogr.: 44. – ISSN 2304-621X.

The article analyzes the basic concepts of the theory of competition. Systematized relationship between difenitsiyami competitive potential, competitive position, competitive advantages. Grouped the main features presented concepts. It is proved that the company's competitiveness is not a permanent property of, and may be manifested only by comparison with the group of companies in a particular market segment.

Keywords: competitiveness, competitive potential, competitive advantages, competitive status.

UDC 338.16.149

The external debt of Ukraine: analysis of the structure, dynamics and legal regulation / S. V. Klepikova, M. N. Shevchenko // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 37–40. – Bibliogr.: 9. – ISSN 2304-621X.

The article discusses and analyzes the public debt of Ukraine, its features and sources of formation. The most detail the structure of public debt in 2014-2015 yy., and regulations.

Keywords: Ukraine's state debt, external debt, external debt dynamics, GDP, debt restructuring, regulation, international rating.

UDC 669.08:330.322.5

Increasing the international competitiveness of enterprises of the confectionery industry, based on benchmarking / M. A. Korzhenko, I. A. Chekmasova // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 41–45. – Bibliogr.: 4. – ISSN 2304-621X.

When covering theoretical principles of benchmarking methods, identified the most effective method for strategic comparisons, defined pattern to find a partner for benchmarking or "reference" enterprise.

Keywords: benchmarking, competitive, "reference" enterprise, methods of benchmarking, trend model, squared coefficient.

UDC 658.14

Financial stability, factors, influencing on the financial stability of business / A. V. Kotlyarova, T. I. Kochetova // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 46–48. – Bibliogr.: 4. – ISSN 2304-621X.

The article examines the nature and importance of financial sustainability of the enterprise. It is proposed to develop an effective tool predicting the first signs of financial instability, given the internal and external factors that have an impact on the financial stability of the enterprise. To draw conclusions concerning the application of the complex index of assessing the financial stability of the enterprise.

Keywords: financial stability, factors, influencing on the financial stability of business, financial resources, the type of financial stability, indicators for assessing financial stability.

UDC 336.276

Government debt as an object of macro financial analysis / N. V. Kuzmynchuk // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 49–51. – Bibliogr.: 13. – ISSN 2304-621X.

The main approaches to the definition of public debt. The essence and the social purpose of public debt as an object of macro-analysis. The dynamics of the public (internal and external) and publicly guaranteed debt of Ukraine for the period 2004-2014. Determined the specific features of the present stage of formation of debt. It substantiates the importance of conceptual frameworks at the national level on the formation of the debt of Ukraine's strategy of steady growth by providing and maintaining GDP growth through the use of credit resources for investment purposes, and not on the consumer.

Keywords: public debt, government guaranteed debt, domestic debt, external debt.

UDC 658.014.1

Adaptive management of engineering enterprises to ensure their innovative development / V. O. Miasnykov // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 52–56. – Bibliogr.: 20. – ISSN 2304-621X.

The theoretical foundations of adaptive management as the direction of software development and promotion of innovative of engineering enterprises. Overview and systematized the views of scientists in understanding the economic substance of the concepts of "control", "adaptive management", "development", "innovative development". The features adaptive of management of engineering enterprises. Factors hampering innovation and increasing competitiveness of machine building. Proved that adaptive management is the basis for the development of adaptation

strategies of engineering enterprise at the strategic, tactical and operational levels; interconnected complex functioning of administrative actions that are aimed at preserving and strengthening the competitive position on the market in terms of environmental variability of its operations through the implementation of innovative processes management mechanism based on observation (diagnosis) of the state management system.

Keywords: management, adaptive control, engineering enterprises, development, innovation development.

UDC 330.3422

The conceptual basis for the formation strategy of management of financial security engineering enterprises / T. V. Oleksiuk // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of the enterprise management and financial and economic activity – Kharkiv: NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 57–61. – Bibliogr.: 13. – ISSN 2304-621X.

Formed the conceptual basis for the building strategy of management of financial security engineering enterprises at the operational, strategic and tactical levels, based on the relationship and consistency of identified priority interests of interacting with them an environment that will promote the formation of scientific validity and logic approaches for effective management making in the long run. A scientific and practical approach to evaluating the effectiveness of implementation of the strategy management of financial security engineering enterprises based on the method of multi choosing strategic alternatives management decisions based on fuzzy sets theory utility to provide financial security and the development of a simulation model scenarios of financial security, where the resulting index the level of financial security, growth and reduction of which is influenced by external and internal factors. The necessity of creating high-quality scientific and methodological support, which includes tactical, operational and strategic blocks to build a four-simulation model of evaluating the effectiveness of management decisions, where the resulting indicator is the level of financial security $I_{zag}(t)$. Rate the effectiveness of the implementation of management decisions made based on building four component simulation model, which involves the development of financial security scenarios influenced by the following factors: level of performance threats of the environment in the current and previous time; level of performance threats to the internal environment of the current and previous time; dynamic index of financial security in previous times; of management decisions.

Keywords: strategy of management of financial security, tactical level, operational level, the concept, strategic level, engineering enterprises, of financial security, the simulation model.

UDC 65.014.1(083.71)

The essence of strategic management of restaurant business / T. S. Pichuhina, L. I. Bezghinova, O. M. Sharapova, S. A. Shved // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and business activities. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 62–64. – Bibliogr.: 12. – ISSN 2304-621X.

The article deals with the definition of the "strategic management" concept, the basic approaches to understanding foreign and domestic scientists. This, together with the study of the restaurant business enterprises' specifics, allowed to offer his own definition of the concept "strategic management restaurant business."

Keywords: strategic management approach, restaurant business, enterprise.

UDC 69:005.332.4

Methods for assessing the competitiveness of construction companies / O.S. Sych // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and business activities. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 65–69. – Bibliogr.: 12. – ISSN 2304-621X.

There have been analyzed the main approaches to assessing the competitiveness of enterprises, identified deficiencies of existing approaches to assess the level of competitiveness of the building enterprise, the author proposed method for assessing the competitiveness of the building enterprise.

Keywords: the competitiveness of enterprises, methods for assessing the competitiveness of enterprises, competitiveness indicators, construction company.

UDC 336.6

The basic approaches and methods of valuation of enterprises / A. V. Sotnikov // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and business activities. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 70–73. – Bibliogr.: 10. – ISSN 2304-621X.

In the article the basic methods and approaches to the determination of the value of enterprises. Identify their main strengths and weaknesses to provide a reliable assessment of enterprise value.

Keywords: enterprise value, multiplier, income approach, cost approach.

UDC 339.13

Evaluation of competitiveness of production of mining and processing plant / A. M. Trusov, N. V. Karpova, E. M. Tymofeeva, A. N. Saprykina // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and business activities. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 74–78. – Bibliogr.: 4. – ISSN 2304-621X.

The mining industry in all industrialized countries, relates to the basic sectors of the economy. The effective functioning of the mining company is largely determined by the presence of fully justified its strategy of marketing activity. The main objective of the development and implementation of such a strategy - determine the most effective marketing trends, produced by the company.

Keywords: the competitiveness of exports, the SWOT-analysis, financial sustainability, organizational and economic sustainability.

UDC 338.4

Problems of management partnerships of foreign economic activity / I. A. Fedorenko., A. G. Berulava, A. I. Kolontayevskaya // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and business activities. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 79–82. – Bibliogr.: 8. – ISSN 2304-621X.

The paper clarified the concept of "partnerships" These types of events that determine the readiness of companies to partner relationships, defined ways in which the company is able to use, carrying out selection of the potential partner, categorized forms of cooperation of business entities in their areas of activity.

Keywords: partnerships, foreign economic activity, the selection of a potential partner, the external market, the competitiveness of the forms of cooperation, enterprise strategy.

UDC 336 (075.8)

Risk management in the tax system Ukraine / L. V. Feschenko, I. V. Kedrych // Bulletin of NTU «KhPI». Series: Actual problems of management and financial and economic activity of the enterprise. – Kharkiv : NTU «KhPI», 2015. – No 61 (1170). – P. 83–87.– Bibliogr.: 6. – ISSN 2304-621X.

Introduction of the tax system of Ukraine and the basics of its functioning in the modern economic system, familiarization with the basic terms and concepts regarding taxation Ukraine, learning types of tax risks, the implementation of measures to study the problem of risk management in the tax system of Ukraine, systems address risk management in taxation, the rationale for studying this issue, studying poperenih works of scholars of the subject, drawing attention to international experience (including experience of the EU) in tax risk management, development of a new system of tax risk in Ukraine based on the current system of governance in the EU, offering management solutions to improve the effectiveness of risk management in the field of taxation, of the proposed areas of taxation in Ukraine and observing their activities.

Keywords: taxation, vestments management, monitoring, fiscal policy, risk management, tax authorities.

UDC 338.147

The essence of "competitiveness" concept and forming a potential of Ukrainian cement industry / M. S. Chip // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and business activities. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 88–90. – Bibliogr.: 13. – ISSN 2304-621X.

The article investigates the essence of the competitiveness concept has been formed and competitiveness potential of the cement industry in Ukraine. The article highlights the results of monitoring the competitive capacity of cement Ukraine.

Keywords: competition, competitiveness, competitiveness, cement industry, competitiveness potential.

УДК 338.12

Perspectives of Ukrainian-Polish economic cooperation / M. M. Shevchenko, S. V. Klepikova // Bulletin of NTU "KhPI". Series: Actual problems of management and business activities. – Kharkiv: NTU "KhPI", 2015. – No 61 (1170). – P. 91–93. – Bibliogr.: 3. – ISSN 2304-621X.

Discusses the results of the studies of external economic relations of Ukraine and Poland in the years 2003-2015. Offers recommendations for the development of bilateral economic relations at the state level, regions and enterprises.

Keywords: international business, cooperation, globalization, joint ventures, integration.

ЗМІСТ	
О. О. Агейонок, О. Б. Білоцерківський Інформаційне забезпечення резервування грошових коштів по гривневим кредитам юридичних осіб	3
Н. О. Власова, Т. В. П'ятак, А. О. Скиба Вплив структури капіталу на фінансові результати підприємств машинобудування.....	7
Є. С. Волик, Н. К. Назарченко Оцінка впливу бізнес–циклічності на рентабельність власного капіталу компаній металургійної галузі.....	11
Ю. О. Гармашова Теоретико-методичні підходи до визначення ефективності функціонування ринку фінансових послуг.....	15
Н. Н. Губанова Развитие франчайзинга в условиях глобализации.....	20
Н. В. Гуріненко, А. М. Герасіменко Сучасний погляд на витрати бюджету України на науку та освіту.....	23
Т. В. Данько, О. С. Лапій Інтернаціоналізація компаній шляхом інтеграції у світові кластери.....	27
О. С. Другова, Ш. Амансеїдов Основні категорії теорії конкуренції	31
С. В. Клепікова, М. М. Шевченко Зовнішній борг України: аналіз структури, динаміки та законодавче регулювання	37
М. О. Корженко, І. А. Чекмасова Підвищення міжнародної конкурентоспроможності підприємств кондитерської галузі на основі бенчмаркінгу....	41
А. В. Котлярова, Т. І. Кочетова Фінансова стійкість підприємства та фактори, що впливають на неї.....	46
Н. В. Кузьминчук Державний борг як об'єкт макрофінансового аналізу.....	49
В. О. Мясников Адаптивне управління підприємствами машинобудування у забезпеченні їх інноваційного розвитку.....	52
Т. В. Олексюк Концептуальні основи формування стратегії управління фінансовою безпекою підприємств машинобудування...	57
Т. С. Пічугіна, Л. І. Безгінова, О. М. Шарапова, С. А. Швед Сутність стратегічного управління підприємством ресторанного господарства.....	62
О. С. Сич Методи оцінки конкурентоспроможності будівельних підприємств.....	65
А. В. Сотніков Основні підходи та методи оцінки вартості підприємств.....	70
А. М. Трусов, Н. В. Карпова, Е. М. Тимофеева, А. Н. Сапрыкина Оценка конкурентоспособности продукции горно-обогатительного комбината.....	74
І. А. Федоренко, А. Г. Берулава, А. І. Колонтасьська Проблеми управління партнерськими взаємовідносинами з зовнішньоекономічної діяльності.....	79
Л. В. Фещенко, І. В. Кедріч Управління ризиками в системі оподаткування України.....	83

М. С. Чип Сутність поняття «конкурентоспроможність» та формування конкурентоспроможності потенціалу цементної галузі України.....	88
М. М. Shevchenko, S. V. Klepikova Perspectives of Ukrainian-Polish economic cooperation.....	91
Реферати.....	94
Рефераты.....	97
Abstracts.....	100

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

ВІСНИК НАЦІОНАЛЬНОГО ТЕХНІЧНОГО УНІВЕРСИТЕТУ «ХПІ»

Збірник наукових праць

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

Випуск 61 (1170)

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.