

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ЕКОНОМІКИ І МЕНЕДЖМЕНТУ

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО
УНІВЕРСИТЕТУ**



Серія:
ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ
Випуск 5
Частина 2

Херсон
2014

РЕДАКЦІЙНА КОЛЕГІЯ:

Головний редактор:

Шапошников Костянтин Сергійович, доктор економічних наук, професор (декан факультету економіки і менеджменту, професор кафедри економічної теорії Херсонського державного університету).

Заступник головного редактора:

Соловійова Ніна Ігорівна, доктор економічних наук (професор кафедри менеджменту і адміністрування Херсонського державного університету).

Відповідальний секретар:

Станкевич Юлія Юрївна, кандидат економічних наук (доцент кафедри економічної теорії Херсонського державного університету).

Члени редакційної колегії:

Мохненко Андрій Сергійович, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри економіки підприємства Херсонського державного університету).

Мармуль Лариса Олександрівна, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри економіки підприємства Державного університету телекомунікацій).

Стратонов Василь Миколайович, доктор юридичних наук, професор (декан юридичного факультету Херсонського державного університету).

Іртищева Інна Олександрівна, доктор економічних наук, професор (професор кафедри міжнародної економіки та економічної теорії Миколаївського національного університету імені В.О. Сухомлинського).

Сарапіна Ольга Андріївна, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри обліку та аудиту Херсонського національного технічного університету).

Хрущ Ніла Анатоліївна, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри фінансів та банківської справи Хмельницького національного університету).

Князева Олена Альбертівна, доктор економічних наук, професор (професор кафедри економіки підприємства та корпоративного управління Одеської національної академії зв'язку імені О. С. Попова).

Скидан Олег Васильович, доктор економічних наук, доцент (проректор з наукової роботи та інноваційного розвитку Житомирського національного агроекологічного університету).

Лозова Тамара Іллівна, доктор економічних наук, професор (завідувач кафедри бухгалтерського обліку Бориспільського інституту муніципального менеджменту Міжрегіональної академії управління персоналом).

Грегори Гарднер, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью-Йорк у Потсдамі, США.

Едвін Португал, Ph.D, професор економіки Державного університету штату Нью-Йорк у Потсдамі, США.

Римантас Сташис, Ph.D, професор економіки, завідувач кафедри менеджменту Клайпедського університету, Литва.

Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»

включено до переліку наукових фахових видань України з економіки
на підставі Наказу МОН України від 14 лютого 2014 року № 153

Рекомендовано до друку та поширення через мережу Internet

Херсонським державним університетом
на підставі Протоколу № 9 від 28.04.2014 р.

Свідоцтво про державну реєстрацію
друкованого засобу масової інформації серія КВ № 19747-9547Р,
видане Державною реєстраційною службою України 15.03.2013 р.



ЗМІСТ

СЕКЦІЯ 4
ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Байша К.М. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО Й ІНВЕСТИЦІЙНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ.....	11
Барташевська Ю.М. АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ.....	15
Бегларашвілі О.П. ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАГАЗИНІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	18
Белік В.Д. ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СФЕРИ.....	21
Білошкурський М.В. АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ МАТЕРІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ.....	24
Богославець Г.М., Трубей О.М. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ.....	28
Божидай І.І. КЛАСИФІКАЦІЙНА СИСТЕМА СТРАТЕГІЙ.....	32
Больботенко І.В. ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	36
Вовк Г.Б. БАНКРУТСТВО СЕРЕДНЬОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА: СУТНІСТЬ, ПРИЧИНИ, ШЛЯХИ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПОПЕРЕДЖЕННЯ.....	41
Вовна І.М. ТЕОРЕТИКО-ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ МІНЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА.....	44
Вольська О.М. СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	47
Вяткіна Т.Г. ДІАГНОСТИКА СТАНУ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	50
Гавриленко Є.С. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ.....	55
Гадзевич І.О. РОЗРОБКА АЛГОРИТМУ ПЕРЕХОДУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ДО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ.....	58
Говорушко Т.А., Кроніковський Д.О. ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ.....	63
Гудзь Ю.Ф. ФІНАНСОВІ ОПЕРАЦІЇ АФІЛІЙОВАНИХ ОСІБ В ОФШОРНИХ ЗОНАХ ЯК ЗАГРОЗА ЗРОСТАННЮ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА.....	66
Гутченко А.В. ЕЛЕКТРОННІ ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ З ПРОБЛЕМОЮ КОНТРОЛІНГУ.....	71
Євдокименко В.М., Дергалюк Б.В. РИЗИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ: РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ.....	74
Жигалкевич Ж.М. ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ.....	77

Зарічна О.В. ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЇХ РОЛЬ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ.....	81
Зеліско І.М. ЕВОЛЮЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ.....	85
Зернюк О.В., Ігнатенко В.О. ШЛЯХИ РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ.....	89
Окландер М.А., Златова І.О. ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	93
Змерзла Т.І. ТИПОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ.....	99
Іваненко О.В. ПРОБЛЕМА РОЗМЕЖУВАННЯ КАТЕГОРІЙ «ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ» ТА «ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ» В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	103
Ігнатенко М.М. ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ТА СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ХАРЧОВИХ І ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДНИКАМИ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ.....	105
Кондратюк Н.В. ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКУ.....	109
Конєв С.І. ОСНОВНІ СКЛАДОВІ УПРАВЛІННЯ МИТНО-ТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СТРУКТУРІ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	112
Краснощок А.В. ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНТИКРИЗОВОГО МЕХАНІЗМУ В АПК.....	116
Кривохатсько Н.Д. СТАН ПІДГОТОВКИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	118
Кувшинова А.О., Ткаченко Т.П. ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ НА ПІДПРИЄМСТВІ.....	122
Куделя Л.В. ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ.....	125
Лаптев В.І. РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ НАГЛЯДОВОЇ РАДИ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА ЯК СТРАТЕГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ ЕФЕКТИВНОГО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ.....	129
Латишев К.О., Караулова Ю.В. ПРОБЛЕМИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	132
Лащак В.В., Лащак Т.В. ЗАХОДИ ФІНАНСОВОГО ВПЛИВУ ДЕРЖАВИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТОВАРІВ І ДОТРИМАННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В ПІСЛЯРЕАЛІЗАЦІЙНИЙ ПЕРІОД.....	136
Хрущ Н.А., Лісова А.В. МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ.....	140
Лозинська І.В. ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕТОДІВ УТРИМАННЯ ВРХ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ.....	142
Лозовский А.Н., Кухарчук А.О. ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	145
Лук'яненко Д.І. РОЗРОБКА НОВОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ САНТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	148



Лялюк А.М. ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РІВЕНЬ ЙОГО РИНКОВОЇ БЕЗПЕКИ.....	151
Малюк С.О. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ.....	155
Маслюк О.В. КРИТЕРІЙ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІЙНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ.....	159
Матросова В.О. СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ НАРОЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В КОНТЕКСТІ НОВОЇ ПАРАДИГМИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ.....	163
Матюх С.А. МЕТОДИКА ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ.....	167
Метлицький М.О., Кавтиш О.П. НАПРЯМИ ПІДТРИМКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ У РЕКЛАМНІЙ СФЕРІ.....	171
Мізерна Т.В. ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПЕРСОНАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ.....	175
Михеєнко Е.С. ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ДИАГНОСТИКИ ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	180
Молодецький С.С. РЕЙДЕРСТВО ЯК ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ.....	184
Мохонько Г.А., Малик І.П. ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ КОРПОРАТИВНИХ УТВОРЕНЬ.....	187
Набока Р.М. ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	191
Нагуляк В.О. ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СЕРВІСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ.....	195
Назаров Н.К. КОНФЛІКТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ВИЗНАЧЕННЯ, ПРИЧИНИ, ТИПИ.....	198
Назарчук Т.П., Подвисоцька М.О., Сташук О.В. АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ОБІГОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА.....	201
Некрасова Л.А., Моніч О.В. ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ПРОБЛЕМИ.....	204
Нусінов В.Я., Ярова А.Б. КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК В УКРАЇНІ.....	208
Олійник Л.В. МЕНЕДЖМЕНТ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В СИСТЕМІ КОНВЕРГЕНЦІЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	211
Омелянчук Т.М. ПІДХОДИ ДО НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА.....	217
Остапенко Т.М. АУТСОРСИНГ ЯК ОДНА ІЗ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛІНГУ ВИТРАТ.....	221
Парубець О.М. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ ЯК ФАКТОР ПРИСКОРЕННЯ ЇХ МЕРЕЖЕВОЇ ВЗАЄМОДІЇ.....	225
Пестовська З.С. КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПОТОЧНИМИ ФІНАНСОВИМИ ПОТРЕБАМИ ПІДПРИЄМСТВА.....	229

Петренко В.П., Мацькевич О.Ю. КЛАСИФІКАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ЙОГО ПРОДУКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ.....	234
Пічугіна М.А. НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗІ (НА ПРИКЛАДІ КАБЕЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ)	238
Поклонська Л.С. ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ПРОДУКЦІЯ ВИРОБНИЧО-ТЕХНІЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ».....	243
Полоус О.В. УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ НА СТАДІЯХ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА.....	246
Полянська А.С. СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	249
Пономар Н.В., Гук О.В. УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	253
Пронько Л.М., Самборська О.Ю. МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ БАЗОВОЇ ВАРТОСТІ ЗЕМЕЛЬ НАСЕЛЕНОГО ПУНКТУ.....	257

CONTENTS

SCIENCES 4

ECONOMY AND ENTERPRISE MANAGEMENT

Baysha K.M. MODERN TENDENCIES OF EXTERNAL ECONOMIC AND INVESTMENT COOPERATION OF UKRAINE.....	11
Bartashevs'ka Yu.M. ANALYSIS OF INNOVATION DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING IN UKRAINE.....	15
Beglarashvili O.P. ZAPORIZHIA REGION SHOPS DEVELOPMENT TRENDS.....	18
Belik V.D. THE FORMATION OF CONTROL SYSTEM OF THE PERSONNEL AT THE ENTERPRISES OF POWER SPHERE.....	21
Biloshkurskyi M.V. ANALYSIS OF MARKETING MATERIAL LOGISTICS SYSTEMS PROVIDING OF ENTERPRISES.....	24
Bogoslavets G.M., Trubey O.M. PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF WHOLESALE COMPANIES OF UKRAINE.....	28
Bozhiday I.I. CLASSIFICATION SYSTEM OF THE STRATEGIES.....	32
Bolbotenko I.V. PRINCIPLES OF ORGANIZATION OF ECONOMIC SECURITY SYSTEM AUDIT ENTITY.....	36
Vovk H.B. THE BANKRUPTCY SMALL AND MEDIUM BUSINESSES AS A GLOBAL PROBLEM: THE NATURE, CAUSES, WAYS OF FORECASTING AND PREVENTING.....	41
Vovna I.M. THEORETICAL-PROBLEMATIC ASPECTS OF THE PROCESS COMMERCIALIZATION INTELLECTUAL PROPERTY IN A ENVIRONMENT.....	44
Volsky O.M. STATUS AND PROSPECTS OF DAIRY PRODUCTION KHERSON REGION.....	47
Viatkina T.G. DIAGNOSTIC OF LABOR RESOUECES UTILIZATION AT AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	50
Gavrylenko I.S. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE IN CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT.....	55
Gadzevych I.O. DEVELOPING AN ALGORITHM FOR TRANSITION OF INDUSTRIAL ENTERPRISE TO DIVERSIFICATION OF ITS ACTIVITIES.....	58
Hovorushko T.A., Kronikovskyy D.A. RESEARCH OF METHODS FOR EVALUATING THE CONTROLLING EFFECTIVENESS.....	63
Gudz Y.F. INANCIAL OPERATIONS OF AFFILIATES INDIVIDUALS IN OFFSHORE ZONES AS A THREAT TO THE GROWTH OF COMPANY'S ECONOMIC POTENTIAL.....	66
Gutchenko A.V. ELECTRONIC INFORMATION RESOURCES IN RESEARCH ON PROBLEMS OF CONTROLLING.....	71
Yevdokymenko V.M., Derhalyuk B.V. RISKS OF ENTERPRENEURIAL ACTIVITY: MECHANISM OF MANAGEMENT DEVELOPING.....	74
Zhygalkevych Zh.M. INSTITUTIONAL DEVELOPMENT FOR THE ESTABLISHMENT AND CLUSTERS.....	77
Zarichna O.V. ECONOMIC NATURE OF INVESTMENTS AND THEIR ROLE IN TOURISM ACTIVITIES.....	81

Zelisko I.M. EVOLUTIONARY PRINCIPLES OF THE INTEGRATION PROCESSES IN THE AGRARIAN SPHERE OF UKRAINE.....	85
Zeryuk O.V., Ihnatenko V.O. DEFINING THE BEST WAYS OF PRODUCT QUALITY DEVELOPMENT IN THE INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	89
Oklander M.A., Zlatova I.A. THE FACTORS OF COMPETITIVENESS OF THE AUTOMOTIVE ENTERPRISES.....	93
Znerzla T.I. TYPOLOGY OF ORGANIZATIONAL CULTURE.....	99
Ivanenko O.V. PROBLEM OF DIFFERENTIATING CATEGORIES «ENERGY SAVING» AND «ENERGY EFFICIENCY» IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT.....	103
Ignatenko N.N. THE FORMATION PROCESS OF MANAGING CORPORATE REPUTATION AND SOCIAL RESPONSIBILITY OF FOOD AND PROCESSING ENTERPRISES AS COMPONENTS OF THEIR COMPETITIVENESS.....	105
Kondratyuk N.V. THE ECONOMIC MECHANISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE PRODUCTION OF SUNFLOWER.....	109
Konev S.I. THE MAIN COMPONENTS OF MANAGEMENT OF CUSTOMS AND TARIFF REGULATION AND ITS PLACE IN THE STRUCTURE OF REGULATION OF EXPORT AND IMPORT ACTIVITY OF LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES.....	112
Krasnoshchok A.V. ESTABLISHMENT AND OPERATION OF THE ECONOMIC CRISIS MECHANISM IN AGROINDUSTRIAL COMPLEX.....	117
Kryvohatko N.D. STATE OF MANAGEMENT PERSONNEL PREPARATION AT MACHINE-BUILDING ENTERPRISES.....	118
Kuvshinova A.A., Tkachenko T.P. THE PROBLEMS OF RESOURCE-SAVING MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE.....	122
Kudelya L.V. FORMING A CONCEPT OF PROVIDING ECONOMIC SECURITY AGRICUTURAL ENTERPRISES.....	125
Laptev V.I. PRODUCTIVITY OF THE SUPERVISORY BOARD OF THE COMPANY AS A STRATEGIC COMPONENT OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE.....	129
Latyshev K.O., Karaulova I.V. PROBLEM OF RESOURCE PROVISION OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	132
Laschak V.V., Laschak T.V. FINANCIAL MEASURES OF STATE CONTROL TO ENSURE PRODUCT QUALITY AND RESPECT FOR THE RIGHTS OF CONSUMERS IN THE PERIOD AFTER REALIZABLE	136
Khrushch N.A., Lisova A.V. FORMING MECHANISM AND REALIZATION OF FINANCIAL STRATEGY IN SYSTEM ENTERPRISE MANAGEMENT.....	140
Lozynska I.V. COMPARATIVE CHARACTERISTICS COST-EFFECTIVE METHODS OF CATTLE CONTENT IN AGRICULTURAL ENTERPRISES.....	142
Lozovskii O.M., Kuharchuk A.O. IMPROVING OF THE MANAGEMENT OF INVESTMENT ACTIVITIES OF DOMESTIC ENTERPRISES.....	145
Lukianenko D.I. DEVELOPMENT OF NEW BUSINESS MODEL OF ENTERPRISE ON SANITARY PRODUCTS MARKET.....	148



Lyalyuk A.M. THE EFFECT OF ENTERPRISE MARKETING STRATEGIC PLANNING ON THE LEVEL OF ITS MARKET SECURITY.....	151
Malyuk S.O. CONCEPTUAL APPROACHES TO FORMING COMPETITIVE STRATEGY OF THE FOOD INDUSTRY.....	155
Masliuk O.V. CRITERION OF ESTIMATION TO COMPETITIVENESS OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISE ON BASIS OF ECONOMIC STABILITY.....	159
Matrosova V.A. MODERN PROBLEMS OF INCREASE OF ECONOMIC POTENTIAL ARE IN CONTEXT OF NEW PARADIGM OF STEADY DEVELOPMENT.....	163
Matyukh S.A. METHODOLOGY OF INTEGRAL EVALUATING THE PERFORMANCE OF HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENT.....	167
Metlytskyy M.O., Kavtysh O.P. THE MAINTAINING ACTIVITIES OF PRODUCT COMPETITIVENESS IN THE SPHERE OF ADVERTISING.....	171
Mizerna T.V. DIAGNOSTICS OF COMPETITION POSSIBILITIES OF PERSONNEL OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES OF UKRAINE.....	175
Mikheyenko E.S. PECULIARITIES OF FORMATION AND DIAGNOSTICS OF THE TECHNICAL AND TECHNOLOGICAL POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	180
Molodetsky S.S. RAIDING AS THREAT OF ECONOMIC SAFETY OF UKRAINE.....	184
Mokhonko G.A., Malyk I.P. INSTITUTIONAL PROVIDING OF CORPORATE STRUCTURES SUSTAINABILITY.....	187
Naboka R.M. PECULIARITIES OF MARKETING PERSONNEL MANAGEMENT OF HOTEL ENTERPRISES.....	191
Nagulyak V.A. DETERMINATION OF EFFICIENCY OF THE AGRICULTURAL SERVICE WITH THE COMPREHENSIVE APPROACH.....	194
Nazarov N.K. CONFLICTS ON AN ENTERPRISE: DETERMINATION, REASONS, TYPES.....	198
Nazarchuk T.P., Podvisots'ka M.O., Staschuk O.V. ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF FORMATION AND USE OF WORKING CAPITAL.....	201
Nekrasova L.A., Monich O.V. PROCESS OF FORMATION OF INNOVATIVE COMPANIES INVESTMENT STRATEGY AND ITS PROBLEMS.....	204
Nusinov V.J., Yarova A.B. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. FORMATION AND DEVELOPMENT IN UKRAINE.....	208
Oliinyk L.V. ASSET MANAGEMENT MACHINE-BUILDING ENTERPRISES CONVERGENCE IN ECONOMIC ACTIVITY.....	211
Omelianchuk T.M. APPROACHES TO THE SCIENTIFIC KNOWLEDGE OF THE ESSENCE OF A RESTAURANT ENTERPRISE'S FINANCIAL CONDITION.....	217
Ostapenko T.M. OUTSOURCING AS A FORM OF ORGANIZATION OF COST CONTROLLING	221
Parubets O.M. RESOURCE POTENTIAL OF TRANSPORT COMPANIES AS A FACTOR OF ACCELERATION OF NETWORKING.....	225
Pestovskaya Z.S. CONCEPTUAL APPROACHES TO MANAGEMENT OF CURRENT FINANCIAL NEEDS OF THE ENTERPRISE.....	229

Petrenko V.P., Matskevych O.Y. CLASSIFICATION OF HUMAN CAPITAL ENTERPRISE AS A PREREGUISITE FOR ITS PRODUCTIVE USE.....	234
Pichugina M.A. DIRECTIONS FOR ENTERPRISES PARTNERSHIPS IN INDUSTRY (ON EXAMPLE OF THE CABLE INDUSTRY).....	238
Poklonska L.S. ECONOMIC CONCEPT OF «MANUFACTURING-TECHNICAL PURPOSES».....	243
Polous O.V. MANAGEMENT OF THE FORMATION OF WORK POTENTIAL ON THE STAGES OF DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE.....	246
Polyanska A.S. MECHANISMS OF DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES.....	249
Ponomar N.V., Guk O.V. MANAGEMENT OF TECHNOLOGICAL COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE.....	253
Pronko L.M., Samborska O.Y. METHODOLOGY OF DETERMINATION OF BASE COST OF LANDS OF SETTLEMENT.....	257

СЕКЦІЯ 4 ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 316.14(556)

Байша К.М.*кандидат педагогічних наук,
доцент кафедри економіки підприємства,
Херсонського державного університету*

СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОГО Й ІНВЕСТИЦІЙНОГО СПІВРОБІТНИЦТВА УКРАЇНИ

Досліджено загальносвітова тенденція різкої зміни співвідношень окремих показників розвитку світової економіки, що безпосередньо пов'язані із зовнішньою торгівлею. Серед них – виробництво ВВП, експорт-імпорт товарів і послуг, частка експорту-імпорту товарів і послуг у світовому ВВП тощо. Виділено та розкрито основні сучасні тенденції у сфері зовнішньоекономічної діяльності нашої країни, особливо щодо держав ЕС-25.

Ключові слова: зовнішня торгівля, товарообіг, експорт, імпорт, інвестиції.

Байша К.М. СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОГО И ИНВЕСТИЦИОННОГО СОТРУДНИЧЕСТВА УКРАИНЫ

Исследована общемировая тенденция резкого изменения соотношений отдельных показателей развития мировой экономики, непосредственно связанные с внешней торговлей. Среди них – производство ВВП, экспорт-импорт товаров и услуг, доля экспорта-импорта товаров и услуг в мировом ВВП и тому подобное. Выделены и раскрыты основные современные тенденции в сфере внешнеэкономической деятельности нашей страны, особенно в отношении государств ЕС-25.

Ключевые слова: внешняя торговля, товарооборот, экспорт, импорт, инвестиции.

Baysha K.M. MODERN TENDENCIES OF EXTERNAL ECONOMIC AND INVESTMENT COOPERATION OF UKRAINE

Researched the global trends of sharp changes ratios of individual indicators of the global economy that are directly related to foreign trade. Among them – the production of GDP, exports and imports of goods and services, the share of exports and imports goods and services in world GDP and more. Highlighted and solved major modern tendencies in foreign economic activity of our country, especially for the EU-25 countries.

Keywords: foreign trade turnover, exports, imports, investments.

Постановка проблеми. Глибокі внутрішні зміни відбулися в економіці України за останні десять років. Її соціально-економічні наслідки виявилися далеко неоднозначними і суперечливими. Негативні тенденції з'явилися з моменту початку трансформації економіки та посилились у її ході (сировина спрямувала розвитку, масове зубожіння населення, падіння виробництва, погіршення галузевої структури промисловості, різні коливання сільськогосподарського виробництва, багатомільйонний вплив робочої сили за рубіж, величезні розміри так званої «тіньової економіки»), фактично так і не подолані до цього часу.

Цілком природно, що ці зміни охопили також і зовнішньоекономічну сферу діяльності України. Відбувається складне переплетіння загальних і специфічних тенденцій у розвитку зовнішньоекономічної діяльності нашої країни в умовах посилення регіональної інтеграції та глобалізації. Отже, актуальним є дослідження питань зовнішньоекономічної діяльності України, проблем інтеграції української економіки в європейську і світові системи.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Зазначені вище питання активно обговорюються у новітній економічній літературі. Зокрема слід вказати на праці українських вчених А. Філіпенка, Ю. Василенка, А. Монія, В. Андрійчука, О. Барановського, Ю. Макогона, американських П. Ліндерт, П. Самуельсон, М. Портер.

Цілі статті. З'ясування сучасних тенденцій розвитку зовнішньоекономічної діяльності України набу-

ває особливого теоретичного і практичного значення. Метою статті є виділення та розкриття основних сучасних тенденцій у сфері зовнішньоекономічної діяльності нашої країни, особливо щодо держав ЕС-25.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні в є основа для розгортання певних тенденцій у розвитку зовнішньоекономічної діяльності як спільних з розвитком цієї сфери у світі в цілому та окремих регіонах, так і відмінних від них. Серед цих тенденцій – лібералізація зовнішньоекономічних зв'язків, спрямована на створення відкритої економіки; регіональна переорієнтація зовнішньої торгівлі; інтенсивне розширення зовнішньоторговельного обороту та перебудова його структури; розширення доступу іноземного капіталу на національні ринки; приплив прямих іноземних інвестицій у найбільш вигідні сфери застосування з точки зору отримання найвищого прибутку на ін.

Однак схожість зазначених тенденцій зовсім не виключає певних відмінностей в країнах та регіонах у їхніх проявах і навіть напрямках дії. Таким чином, універсальність проявляється у різноманітності.

Насамперед звернемо увагу на різке розширення кола суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Так, в Україні замість кількох сотень цих суб'єктів, наприкінці 80-ї рр. XX ст. лише експорт товарів у 2004 р. здійснювало 12,2 тис. підприємств різних організаційних форм власності, а імпорт – 17,6 тис. До того ж домінували підприємства недержавної форми власності. Загальносвітова тенденція полягає у різкій зміні співвідношень окремих показників розвитку

світової економіки, що безпосередньо пов'язані із зовнішньою торгівлею. Серед них – виробництво ВВП, експорт-імпорт товарів і послуг, частка експорту-імпорту товарів і послуг у світовому ВВП тощо.

У другій половині ХХ ст. зростання світового експорту товарів і послуг вдвічі випереджало збільшення ВВП, засвідчуючи всезростаючий ступінь втягнення національних економік у міжнародний обмін.

Про подібні та інші тенденції у розвитку зовнішньої торгівлі в Україні у другій половині ХХ - початку ХХІ ст. свідчать дані табл. 1.

Дані табл. 1 свідчать про нерівномірність розвитку зовнішньої торгівлі України товарами і послугами. У трансформаційній економіці 90-х років найбільший обсяг зовнішнього товарообігу припав на 1996 рік. Після наступного трьохрічного спаду рівень 1996 р. вдалось перевершити лише у 2002 році.

Водночас впродовж 2000-2004 рр., в Україні відбувалося зростання зовнішньоторговельного обороту, особливо суттєво після 2002 р., і забезпечувалося позитивне сальдо торговельного балансу. За підсумками 2002 р. воно становило 3844,0 млн. дол. США, а у 2003 р. – 2835,7 млн. дол. США. Сальдо торговельного балансу було позитивним як у торгівлі товарами, так і в торгівлі послугами. Ця тенденція у зовнішньоторговельній діяльності України спостерігалась і в 2004 році. За січень-вересень експорт товарів з України становив 23,8 млрд. дол. США, а імпорт – 20,7 млрд. дол. США. Відбулось істотне зростання (у 8,5 разів) експорту: з 367,3 млн. дол. США за 9 місяців 2003 р. до 3150,3 млн. дол. США в аналогічному періоді 2004 року. Таке суттєве зрушення у сфері зовнішньоторговельної діяльності, сприятливе для платіжного балансу країни, відбиває специфічну тенденцію до швидкого зростання економіки України після 2000 року [3, с. 58].

В останній третині ХХ ст. загальносвітовою тенденцією була лібералізація зовнішньоекономічної діяльності, що супроводжується, однак, застосуванням протекціоністських заходів. На початок 2004 р. членами СОТ, яка виступає оплотом політики лібералізації, були 145 держав. На країни-члени СОТ припадає 97% світової торгівлі товарами і послугами. Протягом останнього десятиріччя переважна більшість країн світу, включаючи й постсоціалістичні, зробили суттєві кроки в напрямку лібералізації своїх торговельних та інвестиційних режимів. Так, торговельна тарифна ставка для країн-членів СОІ знизилась з 47% у 40-х рр. ХХ ст. до 4% на початку ХХІ століття. Тенденція до зменшення рівнів тарифних захистів національної економіки є характерною і для України. Середньозважений рівень імпортного тарифу, згідно з даними уряду, нині складає 7,02%. Щодо ринків ЄС, то вони відзначаються ліберальним

торговельним режимом – середній рівень імпортного ввізного мита у 2004 р. становив 4,1%. Біля 1/4 імпорту здійснювалося без стягнення мита. Водночас у ряді галузей що становлять інтерес для українських експортерів (сільське господарство, рибальство, металургія), застосовуються протекціоністські заходи. Так, у сільському господарстві є значна частка «пікових» (більше 15%) тарифів, утому числі таких, що досягають 75%-го рівня. Єврокомісія (ЄК) ввела нові ввізні мита на зернові, на пшеницю середньої і низької якості як потенційні товари експорту України на ринок СС, а також ячмінь. Вони зросли до 93-95 євро за тону (за умов поставок понад встановлене ЄС ввізне мито). До того ж з січня 2003 р. на ринку зернових введено мито із застосуванням сприятливого режиму для США і Канади. Інші потенційні експортери зернових, включаючи й Україну, змушені діяти на «загальних підставах. Ще одним прикладом протекціоністських заходів з боку ЄС слугує використання квоти в експорті продукції чорної металургії та її виробів з України. В середині грудня 2003 р. Єврокомісія ЄС-15 прийняла рішення про збереження на 2004 р. розміру квот обсягом 184,546 тис. т на імпорт з України металопродукції, що підлягає ліцензуванню. У травні 2004 р. представники України та ЄК досягли домовленості про квотування поставчань української металопродукції до ЄС на цей рік обсягом 606,824 тис. т у разі підписання угоди. ЄК також повідомила, що в разі не підписання угоди квота на імпорт української металопродукції становитиме 530,228 тис. тонн [5, с. 18].

Це чинить суттєвий вплив на економічний розвиток, формування і функціонування ринку, розвиток торговельно-економічних відносин України з ЄС. Необхідно врахувати, що ринок ЄС - основний експортний ринок України. Про це свідчать наступні дані про товарообіг України з країнами ЄС (табл. 2).

Тенденція регіональної переорієнтації зовнішньої торгівлі. Упродовж 10 останніх років загальні обсяги зовнішньої торгівлі України зростали. Водночас відбулась суттєва зміна її регіонального напрямку. Ця зміна характеризує спільну для України, країн ЦСС та Балтії тенденцію регіональної переорієнтації зовнішньої торгівлі. Йдеться про зміну спрямування в

Таблиця 2
Експорт-імпорт товарів і послуг України з країнами ЄС, млрд. дол. США [3, с. 3]

	2001 р.	2002 р.	2003 р.
Євросоюз (ЄС-15)	7,2	8,5	11,4
10 нових членів ЄС	3,5	4,0	5,9

Таблиця 1

Зовнішня торгівля України товарами і послугами [4, с. 36; 6, с. 28]

Показники	Роки				
	1996	2000	2001	2002	2003
Обсяг зовнішнього товарообігу, млн.дол.США у°/о до попереднього року	37955,3	33166,2 87,3 ¹	36731,7 110,7	40180,8 109,4	51794,9 128,8
Експорт, млн. дол. США у°/о до попереднього року	19147,4	18059,3 94,3 ¹	19809,1 109,6	22012,4 111,1	27314,8 124,1
Імпорт, млн. дол. США у°/о до попереднього року	18807,9	15106,9 80,0 ¹	16922,6 112,0	18168,4 107,4	24479,1 134,7
Сальдо зовнішньоторговельного балансу, млн. дол. США	339,5	2952,4	2886,5	3844,0	2835,7

¹ До 1996 р.

першу чергу експорту з країн, які раніше становили внутрішній ринок СРСР та РЕВ, на європейський ринок та ринки інших держав Заходу.

Регіональна переорієнтація зовнішньої торгівлі України, країн ЦСЕ та Балтії призвела до посилення домінуючого становища ЄС. Воно знайшло свій прояв у зниженні частки Росії, України та інших країн СНД і збільшенні частки ЄС, в окремих випадках досить значної і динамічної. Так, в українському експорті товарів і послуг питома вага Росії та інших країн СНД за період 1996- 2002 рр. скоротилась з 56,8% до 30,9%, тоді як частка ЄС зросла з 8,3% до 16%. Подібна тенденція спостерігалась і в імпорті товарів і послуг, де частка країн СНД зменшилась з 61,2 до 50,0%, а частка ЄС підвищилась з 15,5% до 23,3%.

Тенденції до змін у структурі зовнішньої торгівлі є суперечливими. З одного боку, наслідком дії цінових чинників і лібералізації зовнішньої торгівлі стало вимивання з внутрішньо-регіонального товарообігу країн СНД готових виробів і зростання в ньому частки конкурентоспроможних, але відносно дешевих паливно-сировинних ресурсів, металів та інших базових товарів.

Спостерігається «зачароване» коло: своєрідний негативний взаємозв'язок і взаємодія двох складових економіки України. З одного боку – нестійкість позицій українських експортерів на ринку ЄС, «важка» структура товарообігу обумовлена сучасною галузевою структурою економіки України, з іншого – відсутність належних структурних змін в експортному потенціалі країни (концентрація на продукції з вузьким ступенем обробки) спричиняють помітний негативний вплив на вітчизняну економіку. Як доречно підкреслює Г. П'ятницька, інтенсивний розвиток зазначених експортоорієнтованих галузей призводить до перерозподілу ресурсів і зміни відносних цін на їхню користь з прогресуючим знекровленням значно менше орієнтованих на експорт (та й то переважно в країни СНД і країни, що розвиваються) галузей, які випускають продукцію з підвищеним рівнем переробки [5, с. 156]. Наслідком стає с тримання розвитку торгівлі України з країнами ЄС, рівня її диверсифікації. До того ж торговельно-економічні зв'язки України з ЄС здійснюються, як правило, на міжгалузевій основі, що обмежує реальну економічну інтеграцію, яка розвивається переважно на основі внутрішньогалузевих економічних зв'язків.

Значною мірою вирішення проблем нашою хується, по-перше, на необхідність поліпшення галузевої структури промисловості, по-друге - на розв'язання питань, пов'язаних із підвищенням ефективності використання енергоносіїв, предметів і засобів праці, по-третє - на широке використання в економіці нових джерел енергії [5, с. 3].

Загальноприйнятим у сучасній вітчизняній та зарубіжній економічній літературі стало твердження про конкурентоспроможність українського експорту товарів у зв'язку з дешевиною оплати праці. Постійне підкреслювання того, що низька вартість робочої сили (оплати праці) і водночас наявність висококваліфікованої робочої сили – це переваги конкурентоспроможності українського експорту товарів і припливу прямих іноземних інвестицій в країну [5, с. 17].

Тенденції в експорті-імпорті прямих іноземних інвестицій. Між торгівлею, формуванням та функціонуванням ринку і сучасною технологією існує найтісніший зв'язок. Значною мірою його опосеред-

кують прямі іноземні інвестиції (ПІІ). У цій сфері діють дві тенденції. Перша – нерівномірність потоків ПІІ за окремими країнами і регіонами. Друга – різнопріоритетність вкладання ПІІ галузі економіки за окремими країнами. Для всіх країн з перехідною економікою характерним є відносно незначне порівняно з реальними потребами надходження ПІІ. Левова частка їх припала на Польщу, Угорщину та Чехію (більше половини іноземного капіталу, який надійшов до країн ЦСС), а в останні роки – на Словаччину. Проте навіть у групі найбільш розвинених перехідних країн спостерігаються розбіжності у використанні ПІІ. За підрахунками, для економіки України потрібно не менше 40 млрд. дол. США іноземних інвестицій. Їх потребують майже всі галузі національної економіки, зокрема, металургія, хімічна та нафтохімічна промисловість, машинобудування, транспорт, агропромисловий комплекс та ін. Фактично впродовж 1991-2003 рр. українська економіка отримала лише 6,658 млрд. дол. США іноземних інвестицій, або близько 140 дол. США на одного жителя [2, с. 46]. Для порівняння: ПІІ на душу населення становили: у Чехії – 4000 дол. США, в Угорщині – 2400 дол. США, у Польщі – 1200 дол. США, в Росії – 370 дол. США. В Україні продовжує діяти попередня тенденція у структурі використання іноземних інвестицій, а саме, зосередження їх у харчовій тютюновій промисловості, торгівлі, фінансах, енергетиці, тобто у галузях зі швидкою оборотністю капіталів і забезпеченими ринками збуту без митних і протекціоністських заходів.

Соціально-економічні наслідки залучення ПІІ в українську економіку неоднозначні. Приплив іноземного капіталу в українську економіку чинить позитивний вплив по лінії реструктуризації економіки, стримування інфляції внаслідок розширення виробництва, створення нових робочих місць, впровадження новітніх технологій та ефективних методів управління тощо. Водночас відбуваються і негативні процеси. Найбільш значні серед них: переміщення в країну екологічно шкідливих і небезпечних підприємств; поглиблення структурних деформацій національної економіки; перехід провідних фахівців у зарубіжні фірми; привласнення зарубіжним інвесторами значної частини природної ренти; що вивозиться з країни у формі трансферту прибутків, дивідендів, ліцензійних платежів [4, с. 28].

Висновки з проведеного дослідження. Становлення, розвиток і функціонування системи зовнішньоекономічної діяльності на принципово новин засадах всіх постсоціалістичних країнах, включаючи й Україну, викликали до життя ряд нових тенденцій. Вони мають різноманітні прояви, залежно від специфіки тієї чи іншої країни або регіональної інтеграції. Розвиток економічних відносин України з державами розширеного Євросоюзу стримується відсутністю позитивних структурних зрушень у галузевій структурі її економіки, технологічних укладах. Товарообіг України з ЄС здійснюється в основному на міжгалузевій основі, що обмежує реальну економічну інтеграцію, яка розвивається переважно на основі внутрішньогалузевих економічних зв'язків.

Позитивний результат експорту може бути досягнутий лише за умови забезпечення конкурентоспроможності продукції – цінової та нецінової. Хоча так чи інакше вона реалізується за допомогою цінового механізму. В українському експорті часткам високотехнічних товарів та послуг є низькою конкурентоспроможність вітчизняної економіки за-

снована на цінових факторах і порівняльних перевагах, пов'язаних в основному експортом природних ресурсів і низькою вартістю робочої сили. Достатньою мірою використовуються наявні передумови для формування високотехнологічного типу конкурентоспроможності. Результативність українського експорту поки що забезпечується головним чином ціновими перевагами. Вони не можуть сповна проявитися через захисні обмеження, що їх встановлюють наші торговельні партнери, зокрема США та Європейський союз. До того ж, значна частина прибутків від експорту осідає в офшорних зонах. Невідповідальність стандартам Євросоюзу стримує розвиток зовнішньоекономічної діяльності України на його ринку, а також визнання України країною з ринковою економікою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Маніловська Г.Я., Яремко Л.А. Господарська глобалізація та управління зовнішньоекономічною сферою. – Львів.: Вид-во ЛКА, 2012.
2. Кайзер В., Вінценс Ф. Інтеграція України у світову економіку // – К.: Фенікс, 2013.
3. Клемицкий А.Е. О торгово-экономических связях Украины со странами Евросоюза // Бюллетень иностранной коммерческой информации. – 2004. – 16.09. – С. 3.
4. Мокій А. Регіонально-секторальна модель зовнішньоекономічної інтеграції. – Львів: Укоопспілка, 2005.
5. П'ятницька Г. Торговельна політика України в контексті Європейської інтеграції // Навч.-метод. пос. – К.: Макрос. 2002.
6. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004-2015 роки). «Шляхом європейської інтеграції»/ Ваш. кол.: А.С. Гальчинський, В.М. Геєць та ін. – К.: ІВЦ Держкомстату України, 2004.

УДК 658

Барташевська Ю.М.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економічної кібернетики та сучасних інформаційних технологій
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля

АНАЛІЗ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ МАШИНОБУДУВАННЯ УКРАЇНИ

У статті проаналізовано сучасний стан інноваційного розвитку машинобудування України. Розглянуті проблеми розвитку галузі на сучасному етапі, зокрема фінансування та впровадження інновацій. Визначено тенденції інноваційного розвитку машинобудування у сучасних умовах.

Ключові слова: машинобудування, обсяги виробництва, інновації, збиткові підприємства, перспективи.

Барташевская Ю.Н. АНАЛИЗ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ МАШИНОСТРОЕНИЯ УКРАИНЫ

В статье проанализировано современное состояние машиностроения Украины. Рассмотрены проблемы развития отрасли на современном этапе, а именно финансирование и внедрение инноваций. Определены тенденции инновационного развития машиностроения в современных условиях.

Ключевые слова: машиностроение, объемы производства, инновации, убыточные предприятия, перспективы.

Bartashevs'ka Yu.M. ANALYSIS OF INNOVATION DEVELOPMENT OF MACHINE-BUILDING IN UKRAINE

The current condition of the innovation development of Ukraine's machine-building has been analyzed in the article. Also there have been considered the main issues of the branch development at the current stage, in particular financing and innovation implementation. The latest trends of machine-building innovation development under the present conditions have been defined.

Keywords: machine-building, production volumes, innovation, loss-making enterprises, the prospects.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання машинобудівна галузь відіграє вирішальну роль у створенні матеріально-технічної бази господарства та є основою економіки будь-якої держави. Випускаючи засоби виробництва для різних галузей національної економіки, машинобудування забезпечує комплексну автоматизацію виробництва, тим самим виконуючи важливу роль у прискоренні науково-технічного прогресу.

Машинобудування виступає основою економічного потенціалу країни, від рівня ефективності діяльності підприємств якого залежить стан її соціально-економічного розвитку. Проте сучасний стан машинобудівної галузі є важким. Це пов'язано з використанням застарілих традиційних технологій виробництва, значними втратами виробничого та кадрового потенціалу, більше ніж двократним скороченням частки продукції машинобудування у промисловому виробництві, зниженням активності в інноваційно-інвестиційній діяльності тощо. Для оновлення виробничих технологій, розробки нової конкурентоспроможної продукції потрібне впровадження інновацій. У зв'язку з цим аналіз сучасного стану та визначення перспектив інноваційного розвитку машинобудування України є досить актуальним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналізом основних тенденцій розвитку машинобудування України, інноваційно-інвестиційного розвитку займалися такі науковці, як: Данилишин Б.М., Ємельянов В.М. [2], Клименко Л.П., Тарасова Н.В. [2], Чупир О.М. [4] та інші. У літературі розглядається великий спектр проблем, пов'язаних з машинобудуванням, однак, зважаючи на постійну динаміку та зміни у галузі, залишаються недостатньо висвітленими питання сучасного стану та перспектив інноваційного розвитку.

Постановка задачі. Метою статті є аналіз сучасного стану та перспектив інноваційного розвитку машинобудування України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Машинобудування – одна з галузей сучасної економіки, стан та темпи розвитку якої визначають перспективи та виробничий потенціал усіх галузей національної економіки, здійснюють значний вплив на формуван-

ня основних макроекономічних показників. Саме тому машинобудування виконує функції, які не притаманні жодній іншій галузі, а саме:

- інноваційно-технологічне оновлення виробництва;
- створення матеріально-технологічної бази для забезпечення обороноздатності країни;
- забезпечення відновлювального процесу в економіці;
- задоволення кінцевого попиту населення на товари та послуги;
- участь машинобудування у міжнародному розподілі праці [1, с. 143].

Машинобудівна галузь складається з підгалузей з виробництва машин і устаткування (механічного устаткування, машин і устаткування загального призначення, для сільського та лісового господарства, верстатів, інших машин та устаткування спеціально призначення, побутових приладів); електричного, електронного та оптичного устаткування; транспортного устаткування (автомобілів, причепів, напівпричепів, мотоциклів, літаючих апаратів, включаючи космічні, будування та ремонт суден) [2, с. 197].

Відзначимо, що на даному етапі машинобудівна галузь України переживає не найкращі часи, про що свідчать дані щодо виробництва продукції за останні роки (рис. 1).

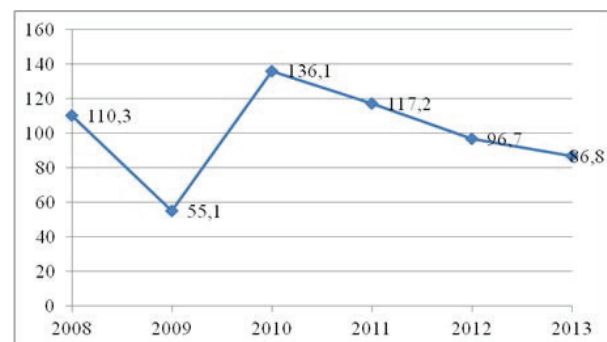


Рис. 1. Динаміка зміни обсягів виробництва продукції машинобудування 2008-2013 рр., %

Згідно з даними рис. 1, найбільш вдалим для машинобудування є 2008 та 2010-2011 рр., а найгіршим – 2009 р., коли обсяги виробництва продукції зменшилися відповідно до попереднього року майже вдвічі. Тенденціями, що призвели до зменшення обсягів виробництва можна вважати: зниження попиту на внутрішньому ринку, відсутність обігових коштів для розвитку виробництва, зниження світової інвестиційної діяльності, скорочення зовнішнього попиту на вітчизняну машинобудівну продукцію, а також втрати окремих зовнішніх ринків збуту.

Підставами для зростання виробництва у 2008 та 2010 рр., на думку фахівців [2, с. 195], були:

- дешева, порівняно з низкою країн, високваліфікована робоча сила;
- достатнє співвідношення ціни та якості товарів;
- науково-технічні розробки, здійснені у попередні роки;
- вигравш експортерів від ревальвації євро у 2006-2008 рр.;
- недостатня жорсткість законодавства щодо природоохоронних заходів, що зменшило витрати на них тощо.

Однак світова фінансова криза та її наслідки негативним чином позначилася на промисловому виробництві, зокрема машинобудівній галузі, і починаючи з 2011 р. галузь демонструє стійке падіння обсягів виробництва. Ця негативна тенденція зберігається і у поточному році.

Зниження обсягів господарських операцій підприємств проявляється в зростанні боргів, нестачі грошових засобів, зростанні простроченої кредиторської заборгованості, зростанні кількості збиткових підприємств (табл. 1).

Як видно з наведених даних (табл. 1), питома вага збиткових підприємств машинобудування є досить вагомою і складає більше третини від загальної кількості підприємств галузі. Найбільш збитковими є підприємства з виробництва транспортних засобів та устаткування, найменш збитковими – з виробництва електричного, електронного та оптичного устаткування.

Зазначимо, що, згідно з даними табл. 1, найбільш успішною діяльністю підприємств машинобудівного комплексу була у 2008 та 2011 рр., коли кількість збиткових підприємств становила 36,1% і 33,4% відповідно, тоді як у попередніх роках частка збиткових підприємств складала 37-39%. Відповідно до статистичних даних [3], така негативна тенденція збереглася і у 2013 р., а питома вага збиткових підприємств по деяким напрямкам діяльності машинобудівної галузі перевищила 47%. Також слід зазначити, що ситуація у промисловості є гіршою, а частка неприбуткових підприємств перевищує 40-45%.

Як уже було зазначено вище, значну роль у збільшенні збиткових підприємств у машинобудуванні України відіграли дебіторська та кредиторська заборгованість. Так, у 2009 році порівняно з 2008 роком відбулося збільшення дебіторської заборгованості на 14593 млн. грн. та кредиторської на 22658,2 млн. грн. [4]. Зменшенню прибутковості підприємств машинобудівної галузі України сприяло і зменшення обсягу виробництва продукції.

2010 рік вважається періодом подолання кризових явищ, відновлення виробничих потужностей та нарощування обсягів виробництва (рис. 1). Про інноваційний розвиток галузі свідчить і зростання кількості інноваційно-активних підприємств (табл. 2) протягом 2008 та 2010 рр., коли їх кількість поступово збільшувалась. У 2009 р. ситуація дещо погіршилася, але у 2010 р. почали відбуватися позитивні зрушення в даній ситуації, хоча з боку держави належна інноваційна підтримка була відсутня.

Про відсутність державної допомоги у підтримці інноваційного розвитку підприємств свідчить кількість коштів, що виділяє держава – 1-2% від загального обсягу коштів. Основна частина коштів, що йде на впровадження інновацій – власні кошти підприємств (53-73%) [3]. Основною статтею інновацій сучасних машинобудівних підприємств є придбання нових машин, обладнання та програмного забезпечення – приблизно 70% від загальної кількості коштів, спрямованих на інноваційний розвиток підприємств.

Таблиця 1

Частка збиткових підприємств машинобудування за роками, % *

Галузь (підгалузь) / Роки	2008	2009	2010	2011	2012
Машинобудування	36,1	39,3	37,6	33,4	33
у тому числі:					
виробництво машин та устаткування	37,1	41,5	38,2	36,2	28,6
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	33,9	36,1	35,2	30	30
виробництво транспортних засобів та устаткування	40,9	43,1	45,6	33,7	34,3

*Складено за даними Державної служби статистики України [3]

Таблиця 2

Кількість підприємств машинобудування, що займаються інноваційною діяльністю, % *

Галузь (підгалузь) / Роки	2008	2009	2010	2011	2012
Машинобудування	21,2	21,1	22,2	24,5	24,7
у тому числі:					
виробництво машин та устаткування	17,8	18,4	19	21,5	21,5
виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	25,3	23,8	24,1	26,2	26
виробництво транспортних засобів та устаткування	23,8	24,3	28,7	30,7	31,5

*Складено за даними Державної служби статистики України [3]

На проведення та стимулювання науково-дослідних робіт виділяється близько 10% коштів [3].

Така недосконалість інноваційної політики в машинобудуванні гальмує процес створення конкурентоспроможної продукції, і як наслідок – неспроможність забезпечити інші галузі економіки високоефективною власною продукцією, зайняти певну нішу світового машинобудування. Щоб змінити ситуацію на краще потрібні великі кошти, більша частина яких повинна бути інвестиціями.

Зауважимо, що в Україні все ж є певний науково-технічний потенціал, який розвивається у: окремих галузях оборонної промисловості (радіолокація, системи ПРО тощо), при певному сприянні держави; енергетичному атомному машинобудуванні (Україні належить понад 12% світового ринку); авіаційному та енергетичному турбінобудуванні (43% світового експорту); ракетній, авіаційній та космічній техніці (стабільно позитивне торговельне сальдо і участь у міжнародних проектах) [5, с. 565].

Зауважимо, що сучасному машинобудівному комплексу України доводиться функціонувати в нестабільних політичних та економічних умовах і для виходу з цього кризового становища необхідно застосовувати ефективні механізми господарювання. Слід акцентувати свою увагу на діях, спрямованих на поліпшення структури ресурсного потенціалу машинобудівних підприємств. В першу чергу це стосується його інноваційної складової, що може надати значну допомогу в підвищенні конкурентоспроможності підприємств і їх продукції, інвестиційній привабливості.

На жаль, проведені нами дослідження показують, що кількість машинобудівних підприємств, які займаються інноваційною діяльністю постійно скорочується; частка реалізованої інноваційної продукції в загальному обсязі – лише 3,5-4% (у 2000 р. кількість таких підприємств становила 6,8%); обсяг імпорту високотехнологічної продукції перевищує в рази розміри власного виробництва; наукоємність промислового виробництва знаходиться на рівні 0,3%.

Для виходу з цього становища необхідне державне стимулювання процесу технічного та технологічного оновлення виробничих фондів; державне фінансування та матеріальне забезпечення фундаментальних

досліджень; прогнозування тенденцій науково-технічного та інноваційного розвитку; розвиток пріоритетних галузей машинобудування. Держава повинна концентрувати ресурси для реалізації пріоритетних напрямів науки і техніки, впроваджувати наукові досягнення в усі сфери суспільного життя, а також створити ринок наукової та науково-технічної продукції.

Висновки. Машинобудівна галузь – галузь національної економіки, яка найбільше постраждала внаслідок світової фінансової кризи, проте має достатній природний та інтелектуальний потенціал. Сучасне машинобудування володіє достатнім потенціалом для забезпечення високотехнологічної модернізації національної економіки та її належний науково-технічний розвиток. Основною проблемою на шляху до інноваційного розвитку є брак коштів, недостатньо ефективного їх використання, відсутність ефективних механізмів господарювання у сучасних невизначених умовах тощо. Також необхідно брати до уваги той момент, що саме держава повинна надати максимальну можливу підтримку задля стабільного функціонування насамперед тих підприємств галузі, що знаходяться сьогодні в скрутному становищі на межі ліквідації, оскільки саме ця галузь є потужним виробником промисловості України.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кузык Б.Н., Яковец Ю.В. Интегральный макропрогноз инновационной технологической и структурной динамики экономики России на период до 2030 года / Б.Н. Кузык, Ю.В. Яковец. – М. : Институт экономических стратегий, 2006. – 432 с.
2. Тарасова Н.В. Промисловість України: тенденції, проблеми, перспективи : монографія / Н. В. Тарасова, Л. П. Клименко, В. М. Смельянов та ін. – Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, 2011. – 320 с.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
4. Чупир О.М. Тенденції розвитку машинобудівного комплексу України: сучасний стан і перспективи / О.М. Чупир // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2013. – № 43. – С. 99-103.
5. Стратегія інноваційного розвитку України на 2010-2020 роки в умовах глобалізаційних викликів / За ред. В.І. Полохала. Матеріали Парламентських слухань у Верховній Раді України, 2009. – 632 с.

УДК 339.176(477.64)

Бегларашвілі О.П.

кандидат економічних наук,

старший викладач кафедри торговельного підприємництва
Київського національного торговельно-економічного університету**ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ МАГАЗИНІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ**

У статті висвітлено регіональні аспекти основних показників розвитку магазинів роздрібної торгівлі Запорізької області. Проаналізовано динаміку показників кількості підприємств, торгової площі магазинів роздрібної торгівлі, товарообороту роздрібної торгівлі підприємств-юридичних осіб, забезпеченості населення торговельною площею, доходи і витрати населення, індекси споживчих цін.

Ключові слова: роздрібна торговельна мережа, магазин, роздрібний товарооборот.

Бегларашвили О.П. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАГАЗИНОВ ЗАПОРОЖСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье освещены региональные аспекты основных показателей развития магазинов розничной торговли Запорожской области. Проанализирована динамика показателей количества предприятий, торговой площади магазинов розничной торговли, товарооборота розничной торговли предприятий-юридических лиц, обеспеченности населения торговой площадью, доходы и издержки населения, индексы потребительских цен.

Ключевые слова: розничная торговая сеть, магазин, розничный товарооборот.

Beglarashvili O.P. ZAPORIZHIA REGION SHOPS DEVELOPMENT TRENDS

The article highlights the regional aspects of the main indicators of retail trade in the Zaporizhia region. The dynamics performance of enterprises, retail space retail trade turnover of retail trade enterprises entities of retail space availability, income and expenditure, consumer price indices.

Keywords: retail network, shop, retail turnover.

Постановка проблеми. Постійне збільшення роздрібно товарообороту висуває завдання кількісного зростання та якісного вдосконалення роздрібно торговельної мережі. Останнім часом великого розвитку отримали сучасні типи магазинів. Проте якість торгового обслуговування залежить не тільки від кількості торговельних об'єктів, але і від правильного їх розміщення на території міста з урахуванням соціально-економічних ознак і демографічних особливостей адміністративного центру. Актуальність дослідження зумовлена диспропорцією регіонального розвитку магазинів в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблем розвитку роздрібно торговельної мережі займаються зарубіжні і вітчизняні науковці, а саме: Б. Берман визначає стратегічні підходи до роздрібно торгівлі, Л. Лігоненко досліджує проблеми регіональної експансії та глобалізації роздрібно торгівлі, О. Голошубова та О. Кавун працюють над вивченням особливостей функціонування торговельних мереж в Україні. Однак залишається низка проблем розвитку роздрібно торговельної мережі на регіональному рівні, які потребують більш детального розгляду.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження регіональних аспектів і тенденцій розвитку магазинів у роздрібно торгівлі Запорізької області.

Вклад основного матеріалу дослідження. Динамічність розвитку галузі торгівлі потребує системного і постійного вивчення, оскільки коливання її параметрів є індикатором змін соціально-економічної ситуації в Україні, досягнення сталою розвитку споживчого ринку або виникнення проблем формування товарної пропозиції [6, с. 63].

На нашу думку, для аналізу стану та проблем розвитку роздрібно торговельної мережі необхідно дослідити такі фактори впливу на неї, як доходи і витрати населення у Запорізькій області, які представлені на рис. 1.

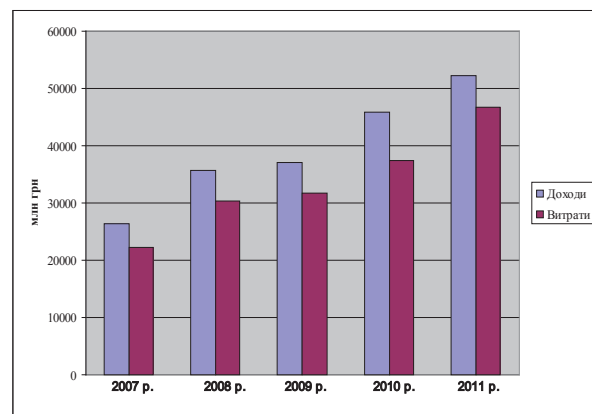


Рис. 1. Доходи і витрати населення у Запорізькій області у 2007-2011 рр. [3, с. 17, 31]

Аналізуючи дані діаграми, можна дійти висновку, що протягом досліджуваного періоду доходи населення у Запорізькій області зросли із 26424 млн. грн. до 52272 млн. грн., або на 98%. Проте, слід зауважити, що витрати населення зросли з 22164 млн. грн. до 46648 млн. грн., тобто на 111%. Таким чином, можна зробити висновок, що темп росту витрат перевищує темп росту доходів населення Запорізької області у 2007-2011 рр.

Важливим фактором впливу на роздрібно торговельну мережу будь-якого регіону є загальний рівень цін на товари та послуги, які набуває населення для кінцевого споживання. Індекси споживчих цін у Запорізькій області у 2008-2012 рр. представлено у вигляді таблиці 1.

Показники таблиці 1 свідчать про те, що індекс споживчих цін у Запорізькій області протягом 2008-2011 рр. вище, ніж у середньому по Україні за цей період. Проте у 2012 р. можна спостерігати протилежну

ситуацію. Так, якщо в Україні індекси споживчих цін у 2012 р. становить 100,6% до попереднього року, то в Запорізькій області даний показник відповідає 100,2% до попереднього року, тобто на 0,4% менше.

Таблиця 1
Індекси споживчих цін у Запорізькій області
у 2008-2012 рр. [4, с. 69]
(до попереднього року, %)

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.
Україна	125,2	115,9	109,4	108,0	100,6
Запорізька обл.	126,2	116,2	110,3	108,2	100,2

Основним індикатором розвитку роздрібною торгівлі традиційно вважається роздрібний товарооборот. Це пояснюється тим, що через показник товарообороту виражається суспільне визнання вартості та споживчої вартості частини суспільного продукту, який спрямований у сферу споживання. Формування умов стійкого економічного зростання торговельної галузі, задоволення потреб покупців та безперерйне здійснення торгово-технологічного процесу.

Роздрібний товарооборот підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. представлений у таблиці 2.

Варто зазначити, що, згідно з даними офіційного сайту Запорізької ОДА, в області з 2009 р. розроблено і впроваджено Програму розвитку місцевих виробників під гаслом «Купуй запорізьке». До цього руху долучилося вже близько 100 роздрібних торговельних підприємств області. Її метою виступає створення нових форм співпраці товаровиробників з оптовими і роздрібними торговцями регіону, зворот-

ний зв'язок із громадою та підвищення якості місцевих товарів та послуг тощо.

Показники таблиці 2 демонструють зростання роздрібною товарообороту підприємств роздрібною торгівлі, (крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) у Запорізькій області у 2010-2012 рр. на 46%. Товарооборот в магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах зріс на 49% – з 3963 млн. грн. у 2010 р. до 5909 млн. грн. у 2012 р. Значно зріс товарооборот у магазинах, що торгують переважно продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах в 1,5 рази – з 115 млн. грн. у 2010 р. до 177 млн. грн. у 2012 р. Аналогічна тенденція спостерігається і з показником товарообороту в магазинах, що торгують переважно непродовольчими товарами. Так, у неспеціалізованих магазинах цей показник зріс на 54%, проте у спеціалізованих магазинах він знизився на 4%. Значимо, що товарооборот поза магазинами протягом аналізованого періоду збільшився на у 4,1 рази.

Основним видом роздрібною торговельної мережі є магазин. Магазины роздрібною торговельної мережі підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. характеризують показники таблиці 3.

Аналізуючи дані таблиці 3, можна зробити висновки, що протягом досліджуваного періоду у Запорізькій області зменшилась кількість магазинів з 1935 од. у 2008 р. до 1725 од. у 2012 р., що становить 11%. Про це свідчить зменшення кількості магазинів у міських поселеннях з 1541 од. у 2008 р. до 1452 од. у 2012 р., що становить 6%, та у сільській місцевості на 31%. Разом з тим можна спостерігати збільшення торговельної площі магазинів на 10% за досліджуваний період.

Таблиця 2

Роздрібний товарооборот роздрібною торгівлі,
(крім торгівлі автомобілями, мотоциклами та пальним) у Запорізькій області у 2010-2012 рр. [5, с. 46-55;
7, с. 104-148]

(млн. грн.)

Товарооборот	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Товарооборот усього у тому числі, що торгують переважно продовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	6286	7893	9170	146
продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	3963	4829	5909	149
продовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	115	131	177	154
непродовольчими товарами у неспеціалізованих магазинах	211	226	203	96
непродовольчими товарами у спеціалізованих магазинах	1987	2690	2849	143
поза магазинами	10	18	41	410

Таблиця 3

Магазини підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. [5, с. 46-55; 7, с. 104-148]

Показники	2008 р.	2009 р.	2010 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Кількість магазинів, од.	1935	1820	1812	1731	1725	89
у міських поселеннях, од.	1541	1477	1508	1449	1452	94
їх частка, %	80	81	83	84	84	4
у сільській місцевості, од.	394	343	304	282	273	69
Торговельна площа магазинів, тис. м ²	370	349	374	392	407	110
у міських поселеннях, тис. м ²	347	329	356	374	389	112
їх частка, %	94	94	95	95	96	2
у сільській місцевості, тис. м ²	23	20	18	19	18	78
Забезпеченість населення торговельною площею магазинів, м ² на 10000 осіб	2031	1926	2074	2191	2281	112
у міських поселеннях	2481	2367	2568	2711	2829	114
у сільській місцевості	548	467	431	450	441	80
Торговельна площа на 1 магазин, м ²	191	192	206	227	236	124
у міських поселеннях	225	223	236	258	268	119
у сільській місцевості	58	58	59	66	66	114

Варто зауважити, що за рахунок зростання забезпеченості населення торговельною площею магазинів у міських поселеннях на 14% та зменшення у сільській місцевості на 20%, забезпеченість населення торговельною площею магазинів на 10000 осіб зросла з 2031 м² у 2008 р. до 2281 м² у 2012 р., що відповідає 12%. Протягом досліджуваного періоду значно зріс показник торговельної площі на 1 магазин у сільській місцевості. Так, у 2008 р. торгова площа одного магазину у становила 58 м², то у 2012 р. – 66 м², тобто збільшилася на 14%. Аналогічна ситуація складається і у міських поселеннях Запорізької області – торговельна площа на один магазин протягом аналізованих п'яти років збільшилася на 19% (з 225 м² у 2008 р. до 268 м² у 2012 р.).

Досліджуючи тенденції розвитку роздрібною торговельної мережі Запорізької області, варто проаналізувати показники, що характеризують мережу магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств-юридичних осіб, які містяться в таблиці 4.

Таблиця 4
Мережа магазинів з торгівлі продовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. [5, с. 58-61; 7, с. 104-148]

Магазини	2008 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	598	498	443	74
їхня торговельна площа, тис. м ²	55	38	44	80
Супермаркети і гіпермаркети, од.	86	100	101	117
їхня торговельна площа, тис. м ²	145	194	188	117
Спеціалізовані продовольчі магазини, од.	116	111	141	122
їхня торговельна площа, тис. м ²	9	9	13	144
Разом продовольчі магазини, од.	800	709	685	86
їхня торговельна площа, тис. м ²	210	241	245	116

Виходячи з даних таблиці 4, можна стверджувати про зменшення загальної кількості магазинів, що реалізують продовольчі товари протягом 2008-2012 рр. з 800 од. у 2008 р. до 685 од. у 2012 р. на 14%. Разом з тим можна зробити висновок про зростання кількості супермаркетів та гіпермаркетів на 17% протягом досліджуваного періоду. Можна спостерігати зменшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують продовольчі товари, з 598 од. у 2008 р. до 443 од. у 2012 р., що становить 26%, а також кількості спеціалізованих продовольчих магазинів із 116 од. у 2008 р. до 141 од. у 2012 р., що становить 22%, у 1,4 рази збільшилася їх торговельна площа. Це свідчить про зміну структури об'єктів роздрібною торговельною мережі Запорізької області протягом аналізованого періоду.

Тенденції розвитку роздрібною торговельною мережі у Запорізькій області у 2008-2012 рр. допомагають виявити показники, що характеризують мережу магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств-юридичних осіб, які містяться в таблиці 5.

Аналізуючи показники таблиці 5, можна зробити висновок про збільшення кількості неспеціалізованих магазинів, що реалізують переважно непродо-

вольчі товари, з 71 од. у 2008 р. до 79 од. у 2012 р., що відповідає 11%. Разом з тим можна спостерігати тенденцію до зменшення їхньої торговельної площі на 43% – з 14 тис. м² у 2008 р. до 8 тис. м² у 2012 р. Також у 2008 р. у Запорізькій області функціонувало 9 будинків торгівлі та універмагів з торговельною площею 16 тис. м², але вже у 2012 р. шість з них припинили свою діяльність.

Таблиця 5
Мережа магазинів з торгівлі непродовольчими товарами підприємств-юридичних осіб у Запорізькій області у 2008-2012 рр. [5, с. 58-61; 7, с. 104-148]

Магазини	2008 р.	2011 р.	2012 р.	2012 р. до 2008 р., %
Неспеціалізовані магазини, од.	71	49	79	111
їхня торговельна площа, тис. м ²	14	8	8	57
Універмаги і будинки торгівлі, од.	9	3	3	33
їхня торговельна площа, тис. м ²	16	20	20	125
Спеціалізовані непродовольчі магазини, од.	1055	970	988	94
їхня торговельна площа, тис. м ²	130	123	135	104
Разом непродовольчі магазини, од.	1135	1022	1040	92
їхня торговельна площа, тис. м ²	160	151	162	101

Так, на 1 січня 2013 р. торговельна площа 3 діючих будинків торгівлі та універмагів у досліджуваному регіоні України становила 20 тис. м². На нашу думку, основною причиною такої ситуації є значна конкуренція з боку позамагазинних каналів продажу товарів.

Якість торговельного обслуговування населення та ефективність використання торговельної мережі значною мірою визначається раціональним розподілом торговельної площі для реалізації продовольчих і непродовольчих товарів. Економічною наукою і практикою в країні та закордоном доведено, що це співвідношення має становити 30:70, враховуючи частку непродовольчих товарів у товарообороті, широту асортименту продовольчих і непродовольчих товарів, оборотність запасів. Разом з тим на Запоріжжі розподіл часток торговельної площі для реалізації окремих груп товарів далекий від рекомендованого, адже спостерігається чітка тенденція до збільшення та переважання частки торговельної площі магазинів, відведеної для торгівлі продовольчими товарами.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, можна зробити висновок, що роздрібна торговельна мережа магазинів Запорізької області у 2008-2012 рр. мала певні структурні зрушення. Так, можна стверджувати про зменшення кількості об'єктів роздрібною торгівлі, зменшення кількості магазинів у міських поселеннях і сільській місцевості, збільшення кількості продовольчих супермаркетів та гіпермаркетів, їхньої торгової площі. Однак забезпеченість населення торговою площею магазинів, м² на 10000 осіб у міських поселеннях значно вища за аналогічний показник у сільській місцевості. Спо-

стерігається певна диспропорція розвитку роздрібно-торговельної мережі у міських поселеннях та сільській місцевості Запорізької області.

Перед роздрібними торговцями ще гостріше стануть надзвичайно важливі питання щодо визначення стратегічних цілей діяльності, вибору стратегічних зон господарювання, формування стратегічного товарного портфелю, визначення політики ціноутворення, диверсифікації діяльності, доцільності кількісного розширення підлеглих торговельних об'єктів і забезпечення керованості ними, формування ефективних взаємовідносин з партнерами, які б сприяли розвитку вітчизняного товаровиробника, а отже, й створенню масового платоспроможного споживача [2, с. 23].

Отже, побудова адекватної сучасним вимогам торговельної мережі Запоріжжя вимагає наступних заходів:

- структурної переорієнтації роздрібно-торговельної мережі і доведення забезпеченості населення торговельної площі до затверджених нормативів. При цьому прискореними темпами повинна розвиватися мережа магазинів з реалізації непродовольчих товарів;

- посилення координації процесів розвитку і розміщення торговельної мережі магазинів з боку органів місцевого самоврядування відповідно до Гене-

ральних планів розвитку територій.

Саме ці заходи вимагають подальших розвідок у даному напрямку дослідження.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бакунов О.О. Удосконалення пріоритетних напрямів регулювання розвитку роздрібно-торговельної мережі / О.О. Бакунов, О.В. Сергєєва, В.А. Распопова // Сталій розвиток економіки. – 2011. – № 7(10). – С. 224-277.
2. Голошубова Н.О. Розвиток торговельних мереж в Україні / Н.О. Голошубова // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 15-24.
3. Доходи і витрати населення за 2011 рік за регіонами України : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 177 с.
4. Індеси споживчих цін. 2012 рік : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 175 с.
5. Мережа роздрібно-торгівлі та ресторанного господарства підприємств на 1 січня 2013 року : статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 123 с.
6. Павлова В.А. Торговельні мережі в Україні: особливості та проблеми розвитку / В.А. Павлова // Академічний огляд. – 2011. – № 1(34). – С. 63-69.
7. Роздрібна торгівля України у 2011 році : статистичний збірник / Державна служба статистики України. – К., 2012. – 177 с.
8. Чужкова О.Ю. Стратегічні імперативи розвитку роздрібно-торговельної мережі регіонів / О.Ю. Чужкова // Економічний форум. – 2012. – № 4. – С. 236-237.

УДК 331.108

Бєлік В.Д.
старший викладач
Кримського гуманітарного університету

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЕНЕРГЕТИЧНОЇ СФЕРИ

У статті розроблено теоретичні положення і практичні рекомендації щодо формування системи управління персоналом на підприємствах енергетичної сфери в сучасних умовах. Формування соціально спрямованого управління в Україні потребує відповідних змін в системі управління персоналом, яка повинна створювати можливі перспективи для формування конкурентоспроможних працівників. Удосконалення управління персоналом шляхом узгодження стратегії розвитку підприємств енергетичної сфери та кадрової політики можливе на основі запропонованого ринкового підходу, який враховує системні особливості управління персоналом в умовах ринкової економіки.

Ключові слова: ефективність, система, управління, персонал, підприємство, процес, виробництво, якість.

Бєлік В.Д. ФОРМИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ

В статье разработаны теоретические положения и практические рекомендации по формированию системы управления персоналом на предприятиях энергетической сферы в современных условиях. Формирование социально направленного управления в Украине нуждается в соответствующих изменениях в системе управления персоналом, которая должна создавать возможные перспективы для формирования конкурентоспособных работников. Совершенствование управления персоналом путем согласования стратегии развития предприятий энергетической сферы и кадровой политики возможно на основе предложенного рыночного подхода, учитывающего системные особенности управления персоналом в условиях рыночной экономики.

Ключевые слова: эффективность, система, управление, персонал, предприятие, процесс, производство, качество.

Belik V.D. THE FORMATION OF CONTROL SYSTEM OF THE PERSONNEL AT THE ENTERPRISES OF POWER SPHERE

The theoretical positions and practical recommendations on formation of a control system by the personnel at the enterprises of power sphere in modern conditions are developed. The formation of socially directed management in Ukraine requires respective alterations in control system of the personnel which should create possible prospects for formation of competitive workers. The perfection of management by the personnel by the coordination of strategy of development of the enterprises of power sphere and personnel selection probably on the basis of the offered market approach which is taking into account system features of management by the personnel in conditions of market economy.

Keywords: efficiency, system, management, personnel, enterprise, process, manufacture, quality.

Постановка проблеми. Розвиток глобалізаційних процесів, які відбуваються в теперішній час, супроводжується становленням якісно нових умов ринкового господарства і передбачає формування єдиного

світового ринкового простору. На фоні цих трансформаційних процесів відбуваються серйозні зміни в усіх сферах діяльності, розвиваються принципово нові економічні зв'язки і виробничі відносини.

Складні умови періоду ринкових перетворень, які переживає Україна, актуалізують роль людського фактора у виробничому процесі, що вимагає нового підходу до управління персоналом на підприємствах енергетичної сфери.

Для сучасної економіки України характерні деякі особливості, які необхідно враховувати при формуванні системи управління персоналом. По-перше, нестача корпоративних фінансових ресурсів значно обмежує діапазон засобів та інструментів управління в цілому та його персоналу зокрема. По-друге, з введенням технологій виробництва товарів і послуг у відповідність з розвитком НТП, ускладнився менталітет працівника; зокрема, його емоційна і психологічна сфера все більшою мірою здійснює вплив на кінцевий результат діяльності. По-третє, загальний стан економіки України змінюється настільки швидко, що важко його прогнозувати і вчасно вживати превентивних заходів.

Додатковий динамізм в системі управління сповіщає загострення конкуренції в різних сферах бізнесу. Ці та інші обставини дозволяють визначити сучасну управлінську діяльність як одну з найскладніших технологій, які сприяють досягненню цілей підприємства енергетичної сфери.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми управління персоналом, як одного з найважливіших напрямів роботи підприємств енергетичної сфери, постійно привертають увагу вчених-економістів. Процес соціально-економічних перетворень ініціював зростання дослідницького інтересу в цьому напрямку багатьох вітчизняних науковців, результатом якого стали роботи С.І. Бандура, Д.П. Богині, О.А. Грішнєвої, В.М. Данюка, А.В. Каліни, І.Л. Петрової, М.В. Семікіної, О.М. Уманського, в яких обґрунтовано теоретико-прикладні аспекти управління персоналом на підприємстві.

Водночас за наявної великої кількості пропозицій поки що відсутні комплексні розробки щодо системного вирішення проблеми управління персоналом на підприємстві енергетичної сфери, що обумовлює необхідність комплексного аналізу цієї проблеми і визначає її актуальність. Потребують дослідження і подальшого розвитку також підходи до розв'язання завдань управління персоналом, розробки рекомендацій щодо підвищення його ефективності, недостатньо вивченою залишається проблема запровадження аудиту персоналу.

Постановка завдання. Метою статті є розробка теоретичних положень і практичних рекомендацій щодо формування системи управління персоналом підприємств енергетичної сфери в сучасних умовах.

Результати дослідження. На основі розглянутих концепцій і проблем в сучасній теорії управління персоналом виділено наступні тенденції в роботі з персоналом: зниження питомої ваги заробітної плати в собівартості продукції і оплати праці; максимізація винахідливості, творчості, мотивації, дружніх людських стосунків, безперервний розвиток можливостей і здібностей персоналу як єдине джерело довгострокової переваги організацій на ринку, а не копіювання досвіду кращих підприємств енергетичної сфери.

Аналітичний огляд основних теорій та положень щодо управління персоналом показав, що вони не в повній мірі відповідають принципам системності, однак кожна з них містить позитивні елементи, які необхідно враховувати при розробці теоретико-методологічних засад системного управління персоналом на підприємстві енергетичної сфери.

Системний підхід до управління персоналом в сучасних економічних умовах дозволяє оптимізувати взаємозв'язки між суб'єктами та об'єктами управління персоналом з урахуванням цілей підприємства та прийнятої концепції управління персоналом [1, с. 55].

З цих позицій система управління персоналом нами розглядається як складна, цілеспрямована система, яка спрямована на отримання бажаного вихідного результату та досягнення загальної мети.

Основні властивості, притаманні системі управління персоналом підприємств енергетичної сфери включають: відкритість, організованість, структурність, синергізм, якісний розвиток. Це дозволило запропонувати положення функціонування системи управління персоналом, які дозволять активізувати особистісно-позиційний фактор виробництва та принципово змінити соціально-економічні аспекти трудової діяльності: функціонування і розвиток підприємства енергетичної сфери як «відкритої системи»; поєднання директивних і демократичних методів управління персоналом; забезпечення функціонування підприємства енергетичної сфери як соціально-орієнтованої системи; самоуправління на всіх рівнях підприємства і узгодження цілей персоналу з цілями енергетичного підприємства.

Дослідження дозволили виділити підсистем системи управління персоналом за змістом виконуваних робіт. Відповідно до цього нами виділено підсистеми: розвитку персоналу; трудових відносин; аналізу і розвитку стимулювання праці; умов праці; розвитку соціальної інфраструктури; планування прогнозування та маркетингу; розробки організаційних структур управління; юридичних послуг. Дані підсистеми є логічно взаємопов'язаними і взаємозалежними. Для забезпечення ефективності системи управління персоналом підприємств енергетичної сфери необхідне ефективне функціонування усіх її підсистем та елементів.

З точки зору цільової характеристики розвитку системи управління персоналом підприємств енергетичної сфери розглядається нами як цілеспрямована діяльність працівників підрозділів системи управління персоналом, лінійних і функціональних керівників, яка включає: розробку стратегії кадрової політики, концепцію управління персоналом, формування і удосконалення системи управління персоналом, виконання процедур роботи з людьми.

В результаті розвитку системи управління персоналом ефективність управління персоналом досягається шляхом приведення у відповідність до вимог ринку цілей, форм, методів і процедур управління персоналом, а також можливості їх трансформації.

Суть управління персоналом виявляється в його меті, яка формується як підвищення ефективності підприємства енергетичної сфери в цілому системи та її підсистеми «управління персоналом» на основі оптимізації взаємодії її елементів, узгодженості і впорядкованості виробничої діяльності працівників.

На основі виявлених закономірностей в управлінні персоналом підприємств енергетичної сфери нами запропоновано загальні принципи системи управління персоналом, які предстали двома групами: принципи, які характеризують вимоги до формування системи управління персоналом, та принципи, які визначають напрямки розвитку системи управління персоналом.

Принципи побудови системи управління персоналом реалізуються у взаємодії керівника з підлеглими і є особливо актуальними у сучасний період,

оскільки завдяки своїй динамічності передбачають залучення висококваліфікованих працівників і орієнтовані на безперервний розвиток персоналу.

На засадах системного підходу в управлінні персоналом нами пропонується ринковий підхід до управління персоналом, метою якого є максимальне зближення очікувань підприємства енергетичної сфери, інтересів працівника і споживача в умовах динамічного розвитку зовнішнього середовища та орієнтації на споживачів.

Головною метою системи управління персоналом на підприємствах, які орієнтовані на споживача, – забезпечення персоналом, організація його ефективного використання, професійного і соціального розвитку, створення синергетичних взаємовідносин в процесі роботи, що сприяє виробництву продукції із високими споживчими якостями [3, с. 74].

Факторний аналіз взаємозв'язку і взаємовпливу трудових факторів на результативні показники діяльності підприємств енергетичної сфери показує пріоритет зростання освітньо-професійного рівня персоналу та розміру інвестицій в інновації для досягнення ефективної діяльності. Тому нагальним вважаємо: внесення до статистичної звітності підприємств енергетичної сфери показника «Кількість працівників, які мають другу вищу освіту»; розширення можливостей здобуття другої вищої освіти на базі діючих вищих навчальних закладів, особливо на основі дистанційної форми навчання з широким залученням сучасних інформаційних технологій і наявних засобів не лише закладів освіти, а й підприємств.

Запропоновані заходи дозволять перейти до безперервної освіти безпосередньо на робочих місцях спеціалістів підприємств енергетичної сфери, що сприятиме ширшому залученню до підвищення кваліфікації персоналу, більш ефективному використанню наявних інформаційних ресурсів підприємств енергетичної сфери та освітніх закладів тощо.

З метою оцінки компонентної структури якості персоналу використано метод експертних оцінок. Оцінку проведено за участю 25 експертів, що є кваліфікованими фахівцями в сфері управління персоналом та працюють на посадах: директора, заступника директора з персоналу, фахівця з управління персоналом, науковців. Процедура експертної оцінки факторів якості персоналу здійснено на прикладі підприємств енергетичної сфери.

В ході експертизи оцінено рівні значимості якостей персоналу за категоріями: робітничі професії, спеціалісти та керівники. Результати обробки експертних даних засвідчили визначальний вплив на якість персоналу професійно-освітнього рівня та стимулюючих факторів, які визначають рівень матеріального стимулювання на підприємстві енергетичної сфери.

Узгодженість думок експертів визначено за допомогою коефіцієнта конкордації W . Для оцінки значимості коефіцієнта конкордації використано χ^2 -критерій. Величина $m \cdot W(n-1)$ має χ^2 – розподіл із $v = n - 1$ ступенями свободи. Отже, оцінка узгодженості думок експертів за категорією робітничих професій: $Wp = \frac{12 \cdot 4877,5}{25^2(6^3 - 6)} = 0,446$; $\chi^2 = 55,75$, при $\rho = 0,95$, χ^2 табл. = 1,145. Узгодженість думок експертів за категорією спеціалістів: $Wc = \frac{12 \cdot 6413,5}{25^2(6^3 - 6)} = 0,586$; $\chi^2 = 73,3$, при $\rho = 0,95$, χ^2 табл. = 1,145. Узгодженість думок експертів за категорією керівників: $Wk = \frac{12 \cdot 10362}{25^2(7^3 - 7)} = 0,592$; $\chi^2 = 88,8$, при $\rho = 0,95$, χ^2 табл. = 1,635.

Отримані значення χ^2 – критерію для трьох категорій персоналу більші від табличних χ^2 , що доводить значимість коефіцієнта конкордації і свідчить про високий ступінь узгодженості в думках експертів при оцінці факторів якості персоналу.

Висновки. 1. Формування соціально спрямованого управління в Україні потребує відповідних змін в системі управління персоналом на підприємстві енергетичної сфери, яка повинна створювати можливі перспективи для формування конкурентоспроможних працівників.

2. Отримала подальший розвиток ідея системності в управлінні персоналом підприємств енергетичної сфери шляхом обґрунтування висновку, що вирішення питань з управління персоналом має здійснюватися комплексно на основі спільного функціонування і взаємодії синергетично поєднаних його підсистем з урахуванням принципів, цілей, функцій і структури, а також участі персоналу у цьому процесі.

3. Вдосконалення управління персоналом шляхом узгодження стратегії розвитку підприємства енергетичної сфери та кадрової політики можливе на основі запропонованого ринкового підходу, який враховує системні особливості управління персоналом в сфері промисловості в умовах ринкової економіки і підкреслює значимість управління персоналу в господарській діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Белоусов А.В. Кадровая политика предприятия: теория и практика / А.В. Белоусов, В.В. Назаренко, Л.В. Батченко, Г.П. Стрюковский // Менеджер: Вісник ДонДАУ. – 1999. – № 2(4). – С. 54-66.
2. Булеев И.П. Проблемы управления персоналом на предприятии / И.П. Булеев, В.В. Синельник // Проблемы повышения эффективности функционирования предприятий различных форм собственности : сб. науч. тр. / НАН Украины. Ин-т экономики пром-ти. – Донецк, 2003. – С. 19-25.
3. Еськов А.Л. Повышение эффективности мотивации работников на основе усиления ее связи с конечными результатами труда / А.Л. Еськов, И.И. Симакова // Вісник Харківського нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна. Економічна серія. – 2005. – Вип. 663. – С. 73-76.
4. Ляшенко О.О. Щодо стратегії розвитку персоналу підприємства / О.О. Ляшенко, Л.М. Романюк // Наукові праці Кіровоградського державного технічного університету. Економічні науки. – Кіровоград : КДТУ, 2002. – Вип. 3. – С. 180-186.

УДК 658.7

Білошкурський М.В.*кандидат економічних наук,**доцент кафедри маркетингу та управління бізнесом**Уманського державного педагогічного університету імені Павла Тичини*

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВИХ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ МАТЕРІАЛЬНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Проведено аналіз існуючих маркетингових логістичних систем матеріального забезпечення виробничої діяльності та визначено перспективи їх застосування на промислових підприємствах. Серед понад 20 систем відібрано основні, придатні до використання у діяльності вітчизняних підприємств. Доведено, що ефект від маркетингових логістичних систем, який отримує підприємство, значно перевищує витрати на їх впровадження.

Ключові слова: матеріальне забезпечення, логістична система, матеріальні ресурси, підприємство, виробництво, процес.

Белошкурский Н.В. АНАЛИЗ МАРКЕТИНГОВЫХ ЛОГИСТИЧЕСКИХ СИСТЕМ МАТЕРИАЛЬНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ

Проведен анализ существующих маркетинговых логистических систем материального обеспечения производственной деятельности и определены перспективы их применения на промышленных предприятиях. Среди более 20 систем отобраны основные, пригодные к использованию в деятельности отечественных предприятий. Доказано, что эффект от маркетинговых логистических систем, который получает предприятие, существенно превышает затраты на их внедрение.

Ключевые слова: материальное обеспечение, логистическая система, материальные ресурсы, предприятие, производство, процесс.

Biloshkurskyi M.V. ANALYSIS OF MARKETING MATERIAL LOGISTICS SYSTEMS PROVIDING OF ENTERPRISES

The analysis of existing marketing logistics systems provide productive activities and defined the prospects for their use in the industry. Among the 20 selected major systems suitable for use in the activities of domestic enterprises. It is proved, that the effect of marketing logistics systems, which receives the company, is significantly higher, than the costs of their implementation.

Keywords: material support, logistic system, material resources, enterprise, production, process.

Постановка проблеми. Матеріальне забезпечення виробничої діяльності в сучасних умовах набуває важливого значення для українських підприємств, оскільки вітчизняна економіка, порівняно з економіками розвинених країн, є більш матеріалоємною. В умовах постійного зростання цін на матеріали, необхідності впровадження енерго- та ресурсозберігаючих технологій, ефективність діяльності промислових підприємств значною мірою залежить від функціонування системи управління матеріальним забезпеченням. У зв'язку з цим системний підхід до управління матеріальними потоками може бути застосованим для вдосконалення організації логістичних систем на промислових підприємствах.

Огляд останніх джерел досліджень і публікацій. Аналізуючи наукові публікації, присвячені вирішенню теоретичних та прикладних проблем матеріального забезпечення промислових підприємств, слід виокремити два основних напрямки наукових досліджень: формування системи операційного та виробничого менеджменту на підприємствах – Є. Бородин та А. Коган [1], Л. Гелловей [4], Р. Чейз, Н. Еквілайн та Р. Якобс [11]; впровадження логістичних систем на підприємствах – І. Васюк [2], В. Кислий, О. Біловодська, О. Олефіренко, О. Смоляник [6], М. Окландер [8], Г. Чекмарева [12]. Проте у перелічених друкованих працях поза увагою науковців залишається дослідження перспектив впровадження існуючих систем матеріального забезпечення виробничої діяльності на українських підприємствах.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в аналізі особливостей функціонування існуючих систем матеріального забезпечення виробничої діяльності на підприємствах.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах процес управління матеріальним

забезпеченням виробництва на підприємствах все більше набуває наукового характеру та системності. Очевидно, що управління матеріальним забезпеченням виробничої діяльності промислових підприємств має базуватися на засадах маркетингу та логістики і спрямовуватися на досягнення таких результатів:

1) забезпечення оптимальної організації всіх видів матеріальних запасів у сфері виробництва та обігу з метою досягнення безперервності виробничих процесів та їх ритмічності;

2) постійний моніторинг співвідношення «ціна-якість» необхідних матеріальних ресурсів з метою адаптації до кон'юнктури ринків виробничих ресурсів;

3) оптимізація логістичних витрат з метою зниження собівартості одиниці продукції;

4) вирішення проблем складування та зберігання матеріальних запасів;

5) вибір між логістичним аутсорсингом та власним департаментом логістики з метою підвищення ефективності маркетингу.

Аналізуючи процес матеріального забезпечення, варто зазначити, що головна мета його реалізації на підприємстві полягає у зниженні матеріаломісткості продукції. При цьому А. Жулавський та Н. Сидоренко основною метою матеріального забезпечення виробництва вбачають в отриманні підприємством достатньої кількості матеріальних ресурсів відповідної якості в необхідний час, у необхідному місці від надійних постачальників, за своєчасного виконання всіх зобов'язань та досягнення оптимальних сукупних витрат управління матеріальним потоком [5, с. 53].

Маркетингові аспекти матеріального забезпечення і логістики постачання на промислових підприємствах доцільно розглядати у контексті організації управління вхідними матеріальними потоками. На це вказує А. Рязанов [9, с. 131-132] та М. Ліндерс [7, с. 178-180].

Матеріальні потоки утворюються в результаті транспортування, складування і виконання інших матеріальних операцій із сировиною, напівфабрикатами і готовими виробами – починаючи від первинного джерела сировини до кінцевого споживача [7, с. 178]. Тобто матеріальний потік є рухом, що починається з транспортування від постачальників сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів і закінчується післяпродажним сервісом для споживачів, інтегруючи в собі три логістичні функції: постачання, підтримку виробництва та фізичний розподіл [8, с. 35].

Таким чином, матеріальне забезпечення виробничої діяльності підприємств включає лише перші дві частини матеріального потоку – постачання і підтримку виробництва. При цьому постачання пов'язане з рухом сировини, матеріалів, напівфабрикатів у взаємовідносинах «постачальник – підприємство» (логістика постачання), а підтримка виробництва – з рухом та зберіганням матеріалів між стадіями виробничої діяльності всередині підприємства (виробнича логістика). Матеріальний потік на своєму шляху від сировини до кінцевого споживача проходить низку виробничих ланок. Тому головною метою виробничої логістики є оптимізація матеріальних потоків усередині підприємств, які створюють матеріальні блага або надають матеріальні послуги.

Серед основних підходів щодо управління матеріальними потоками підприємства, можна виокремити традиційний та логістичний (табл. 1).

З даних, наведених у табл. 1, видно, що логістичний підхід найбільш прийнятний для реалізації на промислових підприємствах, оскільки в умовах нестабільності попиту на ринках промислової продукції, виробництво суттєво залежить від зовнішнього фактору – обсягу попередніх замовлень, і, відповідно, не передбачає утримання значних обсягів матеріальних запасів, а тому потребує сучасних систем організації матеріального забезпечення на засадах маркетингу, логістики та операційного менеджменту.

Незалежно від того, чи логістичні функції виконуються безпосередньо відділом логістики або зовнішньою спеціалізованою компанією, реалізуються опосередковано – через інші відділи підприємств,

останні проте застосовують методи маркетингового логістичного управління, зокрема це особливо стосується великих та середніх підприємств. Серед найчастіше використовуваних логістичних систем та методів можна виокремити наступні:

- 1) JIT – Just in Time – точно в строк;
- 2) KANBAN – японська система виробничої логістики;
- 3) MRP 1 – Material Requirements Plannin – планування матеріальних потреб;
- 4) MRP 2, 3 – Material Recourse Planning – планування матеріальних ресурсів;
- 5) ERP – Enterprise Resource Planning – планування ресурсів підприємства;
- 6) DRP 1 – Distribution Requirements Planning – планування збутових потреб;
- 7) DRP 2 – Distribution Recourse Planning – планування збутових ресурсів;
- 8) LRP – Logistics Recourse Planning – планування логістичних ресурсів;
- 9) ECR – Efficient Consumer Response – ефективне обслуговування клієнта;
- 10) OPT – Optimized Production Technology – оптимізована виробнича технологія;
- 11) ABC, XYZ – методи управління запасами;
- 12) CRM – Continious Replenishment Management – менеджмент безперервного поповнення запасів;
- 13) EDI – Electronic Data Interchange – електронний обмін даними;
- 14) LP – Lean Production – заощадливе виробництво;
- 15) SCM – Supply chain management – управління ланцюгом (ланцюгами) поставок;
- 16) TMB – Time-Based Logistics – логістика в реальному масштабі часу;
- 17) VAL – Value Added Logistics – логістика доданої вартості;
- 18) E-Logistics – електронна логістика;
- 19) VL – Virtual Logistics – віртуальна логістика;
- 20) CALS – Computer-aided Acquisition & Logistic Support – автоматизована система логістичного управління дослідженнями, проектуванням, виробництвом та експлуатацією високотехнологічної продукції.

Таблиця 1

Порівняльна характеристика традиційного та логістичного підходів до управління матеріальними потоками промислового підприємства [12, с. 132]

Критерій порівняння	Підхід	
	Традиційний	Логістичний
1. Переважаючий спосіб управління підприємством	Функціональний	Процесний
2. Рівень матеріальних запасів виробництва	Високий	Низький
3. Переважаючий характер відносин з постачальниками матеріалів	Короткостроковий, антагоністичний	Довгостроковий, партнерський
4. Ступінь завантаженості виробничого обладнання	Якнайвищий	Оптимальний, відповідно до замовлення
5. Розміри партій продукції, що виробляється	Переважно великі	Оптимальний, відповідно до замовлення
6. Орієнтир управлінських зусиль	Зниження виробничих витрат шляхом досягнення ефекту масштабу виробництва	Оптимізація логістичних витрат виробництва відповідно концепції загальних логістичних витрат
7. Тип ринку, на якому доцільно застосовувати підхід	Ринок продавця	Ринок покупця
8. Переважаючий тип ринкової кон'юнктури	Дефіцит	Надлишок
9. Переважаючий характер попиту	Високий, стійкий	Нестійкий, ймовірнісний
10. Адаптивність підприємства до вимог ринку	Низький рівень	Високий рівень

Розглянемо ті з них, які доцільно застосовувати у виробничій діяльності вітчизняних промислових підприємств. Так, найбільш розповсюдженою логістичною системою матеріального забезпечення виробничої діяльності на промислових підприємствах є система «точно в строк» (just-in-time, JIT), яка з'явилася в Японії в кінці 50-х років ХХ ст., коли японська фірма Toyota Motors, а потім й інші автомобільні підприємства Японії, почали впроваджувати карткову сигнальну систему KANBAN. У даний час система JIT широко використовується в Японії, США і Європі, але, наприклад, в управлінні вітчизняними машинобудівними підприємствами, крім ПрАТ «Криворізький завод гірничого обладнання», в Україні практично не зустрічається, хоча у випадку впровадження може надавати підприємствам можливість підвищити ефективність виробництва товарів та послуг за рахунок зниження запасів, гнучкості системи, якості продукту тощо [6, с. 29]. Логістична система JIT базується на тому, що постачання матеріалів, товарів та послуг має проводитися саме у той час, коли вони стають потрібні для роботи чи процесу з використанням мінімальних матеріально-товарних запасів.

Однією з перших спроб практичного впровадження концепції JIT стала розроблена корпорацією Toyota Motor у 1972 р. мікрологістична система KANBAN, впровадження якої було неможливе без раціональної організації та збалансованості виробництва, постійного контролю якості на всіх стадіях виробничого процесу та якості вихідних матеріальних ресурсів у постачальників, партнерство з надійними постачальниками та перевізниками, професійна відповідальність всього персоналу.

Сутність системи KANBAN полягає в тому, що всі виробничі підрозділи підприємства забезпечуються тією кількістю матеріальних ресурсів та у такі строки, які необхідні для виконання замовлення. Засобом передачі інформації в цій системі є картка KANBAN. Поширено два види карток: картка відбору – зазначається кількість деталей, яку необхідно взяти на попередній ділянці обробки; картка замовлення – кількість деталей, яку потрібно виготовити на попередній виробничій ділянці. Ці картки циркулюють як всередині підприємства, так і між підприємством та компаніями-співробітниками. За замовленням споживача готової продукції, кожна наступна ділянка ланки технологічного ланцюга диктує асортиментну програму попередній ділянці, яка отримує своє завдання, оформлене в картці замовлення, з наступної ділянки.

Використання систем MRP дозволяє збільшити рівень сервісу – від 15 до 26%, знизити рівень запасів – від 16 до 30%, підвищити ефективність роботи виробничих підрозділів – від 11 до 20%, знизити витрати на закупівлю – від 7 до 13% [2, с. 168]. MRP-системи найбільш ефективні на виробництвах дискретного типу, зорієнтованих на виробничий процес, які мають тривалий цикл обробки, складне багатоступінчасте виробництво, при нерівномірному попиті та великому асортименті виробленої продукції. Запорукою ефективного використання MRP-систем є: ефективна комп'ютерна система; точна інформація про специфікацію продуктів та стан запасів на підприємстві готової продукції та її компонентів, матеріалів, сировини; надійність встановлених строків виробничих та закупівельних циклів; підтримка та участь верхніх рівнів управління підприємством (топ-менеджменту) [3].

Ефект системи OPT полягає у збільшенні виходу готової продукції, зниженні виробничих та тран-

спортних витрат, зменшенні обсягів незавершеного виробництва, скороченні виробничого циклу, зниженні потреби у складських та виробничих площах, підвищенні ритмічності відвантаження готової продукції споживачам. Цю систему використовують понад 20 корпорацій, зокрема такі, як Ford, General Electric, Westinghouse, British Aerospace, British Still, Philips та інші [2, с. 169].

Проблемними процесами на підприємстві є неефективне використання складських запасів, надлишкове виробництво, висока вартість матеріалів. Усі ці проблеми покликана вирішити ERP-система, що дозволяє менеджерам встановити оптимальний виробничий графік, вести облік фінансових і матеріальних витрат, управляти розподілом готової продукції і управляти закупівлями. Найсучасніші ERP-системи призначені для управління не тільки окремою компанією, але і її постачальниками, партнерами й клієнтами (Collaborative Commerce), що відповідає концепції управління інтегрованою системою логістики. Ці відносини зручніше вести в електронній формі, тому ERP-системи інтегруються з Інтернет-технологіями [3, с. 58-63].

Щоб бути конкурентоспроможним на ринку, промислому підприємству необхідна гнучкість і динамічність, тобто швидка адаптація до мінливих умов ринкового середовища та попиту на продукцію. Таким чином, важливе значення набуває фактор часу. Концепція Time-Based Logistics спрямована на оптимізацію всіх фаз життєвого циклу виробу в часі: науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок, поставок сировини і матеріалів, виробництва, обробки замовлення та доставки готової продукції споживачам, виконання після продажного сервісу тощо. Для скорочення тривалості повного логістичного циклу передбачена інтеграція з логістичними посередниками в системах дистрибуції.

Концепція Value added logistics – логістика доданої вартості – заснована на досить простій ідеї: будь-яка логістична операція додає вартість продукту або послуги. Однак, додавання вартості ще не означає додавання цінності (корисності) з позицій споживача. Концепція VAL визначає логістичний сервіс як процес створення істотних вигод, що містять додану вартість, у логістичному ланцюзі найбільш ефективним, з точки зору споживача, способом. Головне – визначити потреби клієнта в логістичних послугах і включити в логістичний процес тільки ті операції або функції, які дійсно виконуються з мінімальними витратами ресурсів.

Таким чином, впровадження логістичних систем в управління матеріальним забезпеченням виробничої діяльності промислових підприємств дозволяє отримати такі переваги:

- підвищення продуктивності праці;
- зміцнення господарських зв'язків із постачальниками та споживачами;
- підвищення ефективності роботи підприємства;
- підвищення конкурентоспроможності;
- скорочення виробничого циклу на 35-65%;
- зменшення оборотних коштів у запасах на 25-55%;
- підвищення ефективності використання ресурсів на 15-40%;
- підвищення рівня обслуговування клієнтів на 25-60%;
- прискорення виводу нового товару на ринок на 25-75%;
- зниження транспортних та виробничих витрат на 5-20%;
- зниження рівня виробничого браку на 35-65%;

- збільшення оборотності коштів у розрахунках на 25-55% [10, с. 163-164].

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити наступні висновки:

по-перше, найбільш популярною у сфері матеріального забезпечення логістичною системою є система «точно в строк» (JIT);

по-друге, на таких підприємствах як General Motors, Massey-Ferguson, Renault реалізована логістична система KANBAN, яка підтримує мінімальний рівень запасів, що забезпечує безперервну роботу виробничих ділянок та персоналу і знижує вартість виробничих запасів при зростанні продуктивності праці;

по-третє, ефект системи OPT полягає у збільшенні виходу готової продукції, зниженні виробничих та транспортних витрат, зменшенні обсягів незавершеного виробництва, скороченні виробничого циклу, зниженні потреби у складських та виробничих площах, що має своє втілення у логістичній діяльності таких підприємств, як Ford, General Electric, Westinghouse, British Aerospace, British Still, Philips;

по-четверте, для вирішення проблеми неефективного використання складських запасів, надлишкового виробництва, високої вартості матеріалів підприємствам машинобудівної галузі доцільно впровадити ERP-систему;

по-п'яте, застосування логістичної концепції Time-Based Logistics забезпечує оптимізацію всіх фаз життєвого циклу виробу в часі шляхом інтеграції з логістичними посередниками в системах дистрибуції;

по-шосте, у концепції Value added logistics головною метою є специфікація потреб клієнтів у логістичних послугах і включення в логістичний процес тільки операції, що виконуються з мінімальними витратами ресурсів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бородин Е.А. Организационные аспекты производственного менеджмента / Е.А. Бородин, А.Б. Коган // Вестник Оренбургского государственного университета. – 2006. – № 8. – С. 96-107.
2. Васюк І.В. Зарубіжний досвід впровадження маркетингових логістичних концепцій на підприємстві / І.В. Васюк // ПВНЗ «Буковинський університет»: Зб. наук. праць «Економічні науки». – Вип. 7/2011. – Чернівці, 2011. – С. 163-173.
3. Гаврилов Д.А. Управление производством на базе стандарта MRP II / Д.А. Гаврилов. – [2-е изд.] – СПб.: Питер, 2008. – 416 с.
4. Гэлловей Л. Операционный менеджмент: Пер. с англ. / Л. Гэлловей. – СПб.: Питер, 2002. – 320 с.
5. Жулавський А.Ю. Організація матеріально-технічного забезпечення підприємства як об'єкт логістичних рішень / А.Ю. Жулавський, Н.В. Сидоренко // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2011. – № 2'2011. – С. 51-58.
6. Кислий В.М. Логістика: Теорія та практика: [навч. посіб.] / В.М. Кислий, О.А. Біловодська, О.М. Олефіренко, О.М. Смолянник. – К.: Центр учбової літератури, 2010. – 360 с.
7. Линдерс М. Управление снабжением и запасами. Логистика: [пер. с англ.] / М. Линдерс. – Х.: Фирон. – СПб.: ООО «Виктория плюс», 2002. – 768 с.
8. Окландер М.А. Логістика: [підручник] / М.А. Окландер. – К.: Центр учбової літератури, 2008. – 346 с.
9. Рязанов А.В. Організація системи управління матеріальними потоками промислового підприємства / А.В. Рязанов // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 11(101). – С. 131-136.
10. Селезньова Н.О. Використання логістичної концепції при управлінні рухом матеріального потоку підприємства / Н.О. Селезньова // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 2. – С. 157-165.
11. Чейз Р. Производственный и операционный менеджмент / Ричард Б. Чейз, Николас Дж. Эквилайн, Роберт Ф. Якобс; Пер. с англ. – 8-е изд. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 704 с.
12. Чекмарева Г.И. К вопросу о границах логистической системы машиностроительного предприятия / Г.И. Чекмарева // Вестник Ростовского государственного университета путей сообщения. – 2001. – № 1. – С. 99-106.

УДК 339.33(477)

Богославец Г.М.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та фінансів підприємства
Київського національного торговельно-економічного університету***Трубей О.М.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки та фінансів підприємства
Київського національного торговельно-економічного університету*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Стаття присвячена вивченню сучасного стану оптової торгівлі України, дослідженню основних проблем та перспектив розвитку галузі у ринковій системі господарювання. На основі державної статистичної інформації розраховано основні фінансово-економічні показники діяльності підприємств оптової торгівлі. Із залученням матеріалів спеціальних вибіркових досліджень та експертних оцінок узагальнені позитивні та негативні явища функціонування суб'єктів оптової торгівлі на споживчому ринку. Для вирішення зазначеного кола проблем запропоновано комплекс заходів, що базуються на засадах стратегічного менеджменту та концепції інтеграції. Обґрунтовано використання економічних важелів розвитку оптової торгівлі як на рівні державного регулювання, так і на рівні управління окремими підприємствами.

Ключові слова: оптова торгівля, товарний ринок, підприємства оптової торгівлі та посередництва в торгівлі, проблеми, економічні важелі розвитку.

Богославец Г.Н., Трубей О.Н. ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ УКРАИНЫ

Статья посвящена изучению современного состояния оптовой торговли Украины, исследованию основных проблем и перспектив развития отрасли в рыночной системе хозяйствования. На основе информации государственной статистики рассчитаны основные финансово-экономические показатели деятельности предприятий оптовой торговли. С использованием материалов специальных выборочных исследований и экспертных оценок обобщены позитивные и негативные явления функционирования субъектов оптовой торговли на потребительском рынке. Для решения выявленных проблем предложен комплекс мер, которые базируются на принципах менеджмента и концепции интеграции. Обосновано использование экономических рычагов развития оптовой торговли как на уровне государственного регулирования, так и на уровне управления отдельными предприятиями.

Ключевые слова: оптовая торговля, товарный рынок, предприятия оптовой торговли и посредничества в торговле, проблемы, экономические рычаги развития.

Bogoslavets G.M., Trubey O.M. PROBLEMS AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF WHOLESALE COMPANIES OF UKRAINE

The article is devoted to the modern state of wholesale trade in Ukraine and to the research of the main problems and prospects of development of this branch in market conditions. Using the data of national statistics, there were calculated main financial and economic indicators of development of the wholesale companies. Using materials of special sampling inquiries and expert estimations, there are generalized the positive and negative aspects of functioning of the subjects of wholesale trade at the consumers' market. In order to solve the discovered problems, there is offered a complex of measures which are based on the principles of strategic management and on the concept of integration. There is explained the use of economic leverages of development of wholesale both at the level of government regulation and at the level of corporate management.

Keywords: wholesale, goods market, wholesale enterprises and distributors, problems, economic leverages of development.

Постановка проблеми. Оптова торгівля є тією ланкою товарного ринку України, яка має не тільки організувати, але й забезпечувати прискорений рух товарів, впливаючи на виробництво й ефективний міжгалузевий обмін, активізуючи споживання. Деформація і негативні тенденції розвитку сфери внутрішньої торгівлі в умовах глобалізації економічних процесів і появи зовнішніх викликів зумовлює необхідність дослідження проблем і перспектив розвитку оптової торговельної ланки економіки України. До цього ж спонукають наявні і прогресуючі недоліки функціонування оптової торгівлі – спад фізичних обсягів товарообороту, чисельно зростаючий ланцюг посередників в каналах просування товарів, значна частка тінювих та фіктивних структур на оптовому ринку, нераціональний механізм ціноутворення тощо. Протягом 2010-2013 рр. більше третини загальної кількості оптових підприємств були збитковими. Через значний обсяг операційних витрат і низьку результативність оптової торговельної діяльності скорочуються платежі оптових підприємств до бюджету

України, а також знижуються можливості їх інвестиційно-інноваційного розвитку. Переважна більшість вітчизняних підприємств оптової торгівлі – це дрібні фірми з кількома працівниками, що не володіють належною матеріально-технічною базою, частка таких підприємств складає більше 94% загальної кількості [1]. Об'єктивно такі підприємства не в змозі здійснювати повний цикл обслуговування клієнтів і позитивно впливати на функціонування ринку.

Поряд з нерівномірним регіональним розподілом оптових підприємств, 45% яких сконцентровано у чотирьох регіонах (м. Київ, Донецька, Дніпропетровська, Харківська області), продовжуються негативні тенденції скорочення кількості таких підприємств у Запорізькій, Черкаській, Полтавській та ряду інших областей України [1]. Слабким залишається рівень державного регулювання оптової торговельної діяльності, до того ж не підкріплений сучасними науковими методами, системними принципами та інструментами державної стратегії та політики управління розвитком внутрішнього товарного ринку.

Таким чином, враховуючи вищезазначене, можна говорити про актуальність та необхідність дослідження сучасного стану і перспектив підприємств оптової торгівлі для забезпечення сталого розвитку як даної галузі, так і економіки країни в цілому.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Базові теоретико-методологічні засади та сучасні аспекти діяльності суб'єктів оптової торгівлі України мають відображення у дослідженнях багатьох вітчизняних науковців. Так, науковою школою Львівської комерційної академії – В.В. Апопій, І.М. Копич, О.Г. Біла [2] – розроблено систему регулювання внутрішнього ринку України і оптової торгівлі зокрема. Подібні наукові доробки належать і В.Д. Лагутіну [3]. В той же час Н.О. Голошубова та В.М. Торопков [4] особливо увагу приділяють організаційно-економічним аспектам діяльності підприємств оптової торгівлі та визначенню пріоритетних засад державного регулювання оптової торгівлі. Концептуальні засади розробки методичного інструментарію оцінки ефективності функціонування та обґрунтування стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації запропоновані М. П. Балабаном [5]. Ю.Ю. Юрченко досліджує сутнісну конкретизацію місця оптової торгівлі в системі товароруку та концептуальні напрямки розвитку оптової торгівлі [6].

Однак недостатньо розробленими залишаються на сьогодні питання, пов'язані з подоланням збитковості та незадовільного фінансового стану суб'єктів оптової торговельної діяльності, використанням сучасних економічних інструментів щодо забезпечення їх подальшого функціонування і розвитку.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає у визначенні сучасних економічних аспектів діяльності підприємств оптової торгівлі, узагальненні основних проблем, що супроводжують їх функціонування та розвиток на товарному ринку України та формуванні пропозицій щодо їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Функціонування суб'єктів оптової торгівлі в економіці нашої країни здійснюється в умовах ринкових товарно-грошових відносин, що обумовлені дією об'єктивних економічних законів: конкуренції, вартості, зростання потреб, єдності товарного і грошового обігу, відповідності попиту і пропозицій.

Правове регулювання умов діяльності забезпечується державою з урахуванням специфіки сфери господарювання та видів господарських операцій. На сьогодні законодавчо регламентовані організаційно-правові форми суб'єктів оптової торгівлі, процедура їх державної реєстрації, ліцензування для конкретних видів діяльності, обов'язковість сертифікації товарів та послуг, захист інтересів на ринку. Тобто держава певною мірою створює необхідні організаційно-економічні та правові засади функціонування суб'єктів оптової торговельної діяльності. Однак з метою виявлення відповідності їх діяльності функ-

ціям, які покладені на оптову торгівлю ринковим господарством та визначення напрямів регулювання даної сфери торгівлі, варто з'ясувати та узагальнити основні проблеми, що супроводжують розвиток суб'єктів оптової торговельної діяльності в сучасних економічних умовах.

Аналіз основних показників розвитку оптової торгівлі України дозволяє констатувати наступні факти. У структурі загальної кількості суб'єктів оптової торговельної діяльності переважають дрібні оптові посередники. Значна частина яких здійснює посередницьку діяльність без набуття статусу юридичної особи. За даними на 01.01.2013 р., частка таких суб'єктів склала 37,5,8% від загальної кількості. На долю малих підприємств на цю дату припадало 95,5%, середніх і великих – 4,4 та 0,3% відповідно [7, с. 445].

За організаційно-правовою формою господарювання переважають товариства з обмеженою відповідальністю, частка яких становить близько 60% загальної кількості оптових підприємств; частка акціонерних товариств склала – 7%; приватних підприємств – 30,5%. Формування конкурентного середовища на оптовому ринку сприяло зростанню кількості оптових посередників. Цей процес тривав до 2010 р., коли кількість підприємств досягла свого найбільшого значення – 78 368 одиниць. Однак на початок 2012 р. за видом економічної діяльності оптова торгівля і посередництво в торгівлі – було зареєстровано вже 64 345 підприємств, що на 17,9% менше показника попереднього року.

Середня ланковість продажу становила 5-6 організованих ланок [2, с. 10]. За розрахунковими даними Державної служби статистики України, продовольчі товари проходять від 1,5 до 4,3 ланки перепродажу, парфуми та косметичні товари – до 4-х ланок, взуття – 5-6 ланок.

Показники ресурсовіддачі, на жаль, демонструють зниження рівня результативності діяльності підприємств оптової торгівлі (табл. 1).

Наведені дані свідчать про те, що незважаючи на загальне збільшення обсягів використання активів та трудових ресурсів на підприємствах оптової торгівлі, спостерігається зниження показників ефективності використання та інтенсивності їх віддачі. Це в найбільшій мірі стосується оборотних активів та трудових ресурсів, ресурсовіддача яких у 2012 р. у порівнянні з 2009 р. зменшилася відповідно на 7,4% та 26,3%.

Товарні запаси підприємств оптової торгівлі характеризуються позитивною динамікою (табл. 2).

Усі види товарних запасів мають чітку тенденцію до зростання, що обумовлено передусім прямою залежністю між обсягами оптового продажу товарів та їх запасами на підприємствах оптової торгівлі. Однак для оцінки забезпеченості оптового товарообороту та визначення якісних параметрів формування товарних запасів більш інформативними є відносні

Таблиця 1

Ресурсовіддача діяльності підприємств оптової торгівлі України у 2009-2012 рр., млн. грн.

Рік	Обсяги реалізованої продукції	Вид ресурсів			Ресурсовіддача		
		Необоротні активи (сер. обсяг)	Оборотні активи (сер. обсяг)	Фонд оплати праці	Необоротні активи	Оборотні активи	Фонд оплати праці
2009	945310,2	113670,0	501426,0	12869,3	8,98	1,89	73,45
2010	1094626,7	119989,8	559270,8	14920,6	9,12	1,96	73,36
2011	1218966,3	126207,2	652929,2	19038,3	9,66	1,87	64,03
2012	1219047,1	117904,2	696006,0	22522,2	10,34	1,75	54,13

Розроблено авторами за даними [7; 8].

показники, що характеризують рівень управління цими ресурсами на підприємствах оптової торгівлі (табл. 3).

Таким чином, незважаючи на загальну тенденцію щодо зростання обсягу товарних запасів, можна спостерігати щорічне зниження якісних показників управління ними.

Так, по усій сукупності підприємств за три роки період обертання товарних запасів збільшився майже на 7 днів, а коефіцієнт обертання зменшився на 3 пункти. Негативні зміни відбулися щодо ефективності управління запасами продовольчих і непродовольчих товарів. Стосовно останніх, такі зміни найбільш відчутні.

Рентабельність діяльності суб'єктів оптової торгівлі до 2012 р. характеризується позитивними змінами, однак за підсумками 2012 р. цей показник суттєво зменшився і становив 1,4% проти 4,1% у 2011р. Частка підприємств, що фінансовим результатом діяльності у 2012 р. мала прибуток, становила – 63,2%, що в цілому відповідає загальним тенденціям розвитку торгівлі, як галузі економіки.

Проте серйозною проблемою господарювання суб'єктів оптової торгівлі є зростання обсягів наданих товарних кредитів, що свідчить про зниження їх ділової активності. Достатньо підкреслити, що дебіторська заборгованість сягає в середньому три чверті оборотних активів підприємств оптової торгівлі.

Кількість найманих працівників у сфері оптової торгівлі протягом останніх років має тенденцію до скорочення. Так, у 2007 р. цей показник становив 721, 2 тис. осіб, а у 2012 р. – 586,3 тис. осіб. У середньому на одне підприємство припадає лише 9-10 працівників.

Складська площа також має тенденцію до зменшення. Так, середній темп скорочення загальної складської площі протягом останніх років становить 8,4%. Цей показник у 2012 р. зменшився відносно докризового, 2007 р., на 8100,5 тис. м², або на 42,8%, а площа закритих складів – на 6166,3 тис. м² або на 43,3%. Площа, що в середньому припадає на одне підприємство, протягом останніх років, суттєво зменшувалася і склала у 2012 р. лише 195,7 м², у тому числі закритих складів – 145,8 м². Рівень забез-

печеності складськими площами підприємств оптової торгівлі в Україні суттєво нижчий у порівнянні з іншими країнами, що стає перешкодою в обслуговуванні як вітчизняних товаровиробників, так і оптових покупців.

Як відомо, виробничі підприємства зацікавлені у стрімкому та масштабному проникненні на ринок (територіальне охоплення, присутність ключового товарного асортименту та оперативна зміна асортиментної матриці, завоювання простору на полицях магазинів), а також у ефективному управлінні простроченою дебіторською заборгованістю. В той же час роздрібна торгівля вимагає раціональної, малоланкової системи товарозабезпечення в рамках значного переліку асортиментних позицій, яка здатна запропонувати оптимальний портфель додаткових послуг (зберігання та транспортування товарів, кредитування закупівельних операцій, рекламно-інформаційна та маркетингова підтримка, тощо). У зв'язку з цим основна задача оптового торговельного посередника полягає у балансуванні на межі потреб виробництва і торгівлі, з метою найбільш ефективного суміщення економічних інтересів суб'єктів, що працюють у цих галузях.

Тому з метою оцінки діяльності оптових торговельних посередників було проведено дослідження щодо рівня задоволення виробничих підприємств та підприємств роздрібною торгівлю співпрацею з оптовиками. Це дозволило окреслити негативні тенденції діяльності з точки зору споживачів їх послуг [11].

Так, найбільш негативними аспектами практики співпраці виробничих підприємств з оптовими торговельними підприємствами, які певним чином визначають міру невідповідності їх послуг потребам виробничих підприємств щодо збуту продукції, виявилися: порушення фінансових зобов'язань оптовиками, їх низька ділова активність щодо розширення частки ринку збуту та недостатній рівень виконання ними договірних зобов'язань. Основними причинами відмови виробників споживчих товарів від використання послуг оптових торговельних посередників найбільш часто є наявність фінансових можливостей для створення власної збутової мережі та економічна недоцільність такої співпраці. Це підтверджує тезу, що основною передумовою побудови ділових зв'язків

Таблиця 2

Товарні запаси підприємств оптової торгівлі на початок 2010-2013 рр., млн. грн.

Запаси товарів	2010		2011		2012		2013	
	Обсяг, млн. грн.	у % до підсумку	Обсяг, млн. грн.	у % до підсумку	Обсяг, млн. грн.	у % до підсумку	Обсяг, млн. грн.	у % до підсумку
Всі товари, в т.ч.:	73080,8	100	83944,7	100	109240,6	100	112148,2	100
продовольчі товари	17843,2	24,4	20647,8	24,6	21507,8	19,7	25555,2	22,8
непродовольчі товари	55237,6	75,6	63296,9	75,4	87732,8	80,3	86593,0	77,2

Джерело: [1; 9]

Таблиця 3

Стан товарних запасів на підприємствах оптової торгівлі у 2010-2012 рр.

Запаси товарів	2010		2011		2012	
	Період обертання, дн.	Коефіцієнт обертання	Період обертання, дн.	Коефіцієнт обертання	Період обертання, дн.	Коефіцієнт обертання
Всі товари, в т.ч.:	25,8	14,0	28,5	12,6	32,7	11,0
продовольчі товари	35,7	10,1	39,0	9,2	39,4	9,1
непродовольчі товари	23,4	15,4	29,8	12,1	35,7	10,1

Розроблено авторами за даними [1, 9]

виробничих підприємств з оптовими посередницькими структурами, виступає економічна доцільність такої співробітництва.

Для торговельних підприємств доцільність співпраці з оптовиками визначається передусім економією витрат на організацію товарного забезпечення їх товарообороту. Тому основною причиною самостійної організації закупівельної діяльності роздрібними торговельними підприємствами є економічна недоцільність співпраці з оптовиками через високі цінові параметри, відсутність або недосконалість комплексу логістичних послуг та негативний досвід роботи з посередниками. Таким чином, виявлення прагнень і бажань торговельних підприємств щодо організації процесу закупівельно-постачальницьких операцій створює можливість для оптових посередницьких структур здійснити корегування своєї діяльності на споживчому ринку та визначити пріоритетні напрями розвитку.

Узагальнюючи проблеми функціонування оптових торговельних підприємств, слід підкреслити, що їх розвиток стримується:

- відсутністю чіткої стратегії функціонування на ринку;
- недостатністю фінансових ресурсів;
- неприйнятною системою кредитування продажу;
- обмеженістю складських приміщень та складської обробки товарів;
- низькою спеціалізацією (за товарним асортиментом, функціональним спрямуванням, за набором послуг);
- недостатнім рівнем відповідності послуг оптових торговельних посередників вимогам основних клієнтів;
- недостатнім рівнем інформаційного забезпечення клієнтів ринку;
- слабкою участю у формуванні іміджу вітчизняних товаровиробників на ринку.

Необхідність застосування стратегічного методу управління на оптових торговельних підприємствах продиктована сучасними реаліями розвитку вітчизняного товарного ринку, що пов'язані передусім із загальною кризою економіки та підвищенням вимог товаровиробників і роздрібних торговців до кількості, якості та структури закупівельно-збутових послуг. Використання інструментів стратегічного управління дає змогу об'єктивно визначити позицію оптового торговельного посередника на товарному ринку, створює засади для здійснення адаптивних або докорінних змін у його діяльності, дає змогу окреслити пріоритетні, стратегічні цілі подальшого розвитку та забезпечити відповідний рівень його конкурентоспроможності.

Удосконалення управління оптовими торговельними підприємствами на засадах стратегічного менеджменту, на нашу думку, має привести до:

- створення нових форматів діяльності оптових торговельних підприємств, що здатні пропонувати найбільш повний спектр основних та додаткових послуг;
- формування нових умов співпраці оптових торговців з товаровиробниками та роздрібними торговельними підприємствами;
- посилення інтеграційних процесів на ринку оптових торговельних послуг, тобто утворення об'єднаних торговельних посередників, здатних найбільш повно та ефективно задовольняти інтереси клієнтів;
- фінансового оздоровлення та підвищення ефективності діяльності суб'єктів оптового торговельного бізнесу.

Нагальними кроками для подолання чинників, що стримують розвиток суб'єктів оптової торгівлі, має стати паритетне інвестування об'єктів оптової торгівлі державою і приватним бізнесом, насамперед, для створення ефективної логістичної системи, впровадження сучасних складських технологій. Інтенсивне впровадження принципів логістики дозволить налагодити систему товаропостачання, пакування, зберігання, транспортування і продажу. Це сприятиме трансформації багатоступеневої і багатоланкової оптової торгівлі у ефективну систему постачання та сервісного обслуговування клієнтів.

Також визначальне значення для розвитку вітчизняної оптової торгівлі має зниження податкового тиску з боку держави. Такі заходи стимулювання та мотивації діяльності варто застосовувати для оптових підприємств, що використовують сучасні технології, прогресивні форми та методи обслуговування, здійснюють просування товарів вітчизняних товаровиробників, загалом здійснюють інноваційну та інвестиційну діяльність.

Проблеми розвитку суб'єктів оптової торгівлі значною мірою обумовлені відсутністю системи державного регулювання оптової сфери, низьким рівнем фінансування державних програм з формування товарних ресурсів та впливу на стабільність цін на споживчому ринку України. Розвиток оптової торгівлі, як засвідчує світовий досвід, є неминучим наслідком і в той же час одним з основних показників зрілості ринку. Ускладнення торговельного бізнесу, поліпшення якості оптових послуг має призвести до скорочення непрофільних видів діяльності, які перебувають до посередників. Поступово прямі зв'язки будуть витіснятися розвитком прошарку посередницьких підприємств оптової торгівлі, які мають взяти на себе роль сполучної ланки між виробником кінцевої продукції і роздрібним торговцем.

Крім того, дуже важливою є проблема слабкої розвиненості оптової торгівлі у сільській місцевості, що призводить до звуження асортименту товарної пропозиції, перекосів у структурі витрат торговельних підприємств і як наслідок відволікання значних коштів і зниження якості обслуговування покупців.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати проведеного дослідження дозволили виявити суттєві проблеми функціонування підприємств оптової торгівлі на товарному ринку України, що обумовлені як об'єктивним впливом зовнішніх чинників на їх розвиток, так і суб'єктивними факторами недосконалого менеджменту на окремих підприємствах. З огляду на те, що оптовій торгівлі належить виняткова роль у прискоренні обороту товарів на внутрішньому ринку, і як наслідок, у підвищенні ефективності функціонування економіки в цілому, актуальність подальших досліджень цієї сфери тільки зростає. Напрямки таких досліджень мають стосуватися як розробки засад загальнодержавного і регіонального регулювання сфери оптової торгівлі, так і особливостей фінансово-економічної діяльності окремих її суб'єктів. Лише комплексний підхід до вирішення окреслених проблем дозволить досягти найкращих результатів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Оптова і біржова торгівля України : стат. зб. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 97 с.
2. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / [В.В. Апопій, І.М. Копич, О.Г. Біла та ін.]; за ред. В.В. Апопій та І.М. Копича. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.

3. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія / В.Д. Лагутін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 327 с.
4. Голошубова Н.А. Опт XXI века. Концепция развития оптовой торговли / Н.А. Голошубова, В.М. Торопков, И.С. Луценко // Торговое дело. – 2006. – № 6. – С. 4–11.
5. Балабан М.П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку : монографія / М.П. Балабан. – Полтава : РВЦ ПУСКУ – 2005. – 153 с.
6. Юрченко Ю.Ю. Сутнісна конкретизація місця оптової торгівлі в системі товароруху / Ю.Ю. Юрченко // Вісник Донец. нац. ун-у економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського. – 2009. – № 3 – С. 195-202. – (Серія «Економічні науки»).
7. Діяльність суб'єктів господарювання. 2012 р. : статист. зб. – К. : Держкомстат України, 2013. – 841 с.
8. Діяльність суб'єктів господарювання. 2009 р. : статист. зб. – К. : Держкомстат України, 2010. – 448 с.
9. Продаж і запаси товарів (продукції) в оптовій торгівлі за 2012 р. : стат. зб. – К. : Державна служба статистики України, 2013. – 30 с.
10. Трубей О.М. Торговельне посередництво на ринку споживчих товарів України : дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 / О.М. Трубей. – К., 2012. – 241 с.

УДК 338.242.2:338.26

Божидай І.І.

аспірант кафедри економіки

Харківського національного університету будівництва та архітектури

КЛАСИФІКАЦІЙНА СИСТЕМА СТРАТЕГІЙ

У статті представлено критичний огляд фахової наукової літератури щодо класифікацій стратегій, відображено їх переваги та недоліки, виявлено основні тенденції. Сформовано та обґрунтовано систему пріоритетних ознак для подальшого формування узагальненої класифікаційної системи. Представлена конструкція побудована у відповідності до ієрархічності, акцент зроблений на взаємозв'язках визначальних категорій конкурентної стратегії.

Ключові слова: стратегія, класифікація, пріоритетність, стратегічне управління, конкурентна перевага, конкурентна позиція.

Божидай И.И. КЛАССИФИКАЦИОННАЯ СИСТЕМА СТРАТЕГИЙ

В статье представлен критический обзор профессиональной научной литературы по классификации стратегий, отражены их преимущества и недостатки, выявлены основные тенденции. Сформулирована и обоснована система приоритетных признаков для дальнейшего формирования обобщенной классификационной системы. Представленная конструкция построена в соответствии с иерархичностью, акцент сделан на взаимосвязях определяющих категорий конкурентной стратегии.

Ключевые слова: стратегия, классификация, приоритетность, стратегическое управление, конкурентное преимущество, конкурентная позиция.

Bozhiday I.I. CLASSIFICATION SYSTEM OF THE STRATEGIES

This paper presents a critical review of the scientific literature on professional classification strategies, are reflected their advantages and disadvantages, the main tendencies. Formulated and substantiated the system of the priorities the signs for further formation of the general classification system. The presented design is built according to the hierarchy; the focus is on the relationship the defining categories of the competitive strategy.

Keywords: strategy, classification, priority, strategic management, competitive advantage, competitive position.

Постановка проблеми. У теорії стратегічного менеджменту досліджується та використовується на практиці велика кількість різних стратегій. Практично безмежна величина можливих стратегічних цілей та багатоваріантність умов та засобів їх досягнення, відсутність чітких класифікаційних ознак та різне їх трактування науковцями ускладнює вибір базової стратегії для підприємства. Навіть якщо стратегія було обрана вірно, чітко сформульована та детально описана, вона потребує постійного контролю на кожному її етапі та оперативних дій у разі змін у внутрішньому або зовнішньому середовищі підприємства, що дозволить використати наявні можливості та уникнути або мінімізувати загрози. В рамках даного питання виникає необхідність удосконалення існуючих стратегій, їх модифікація, видозміна та відповідність реальному стану речей. Тому розробка нових стратегічних рішень і альтернатив – процес безперервний і є обов'язковою умовою для ефективного функціонування підприємств.

З розвитком стратегічного управління існуючі класифікації стратегій постійно зазнають змін, саме тому досі не існує єдиної загальноприйнятої системи класифікації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед провідних вітчизняних науковців, що зробили зна-

чний внесок у розвиток стратегічного управління підприємством, слід відмітити В.В. Пастухову [1], О.І. Ковтуна [2], О.М. Тридід [3], І.А. Дмитрієва [4], В.Д. Немцова, Л.Є. Довгань [5], А.П. Наливайко [6]. Запропоновані класифікації стратегій, з урахуванням специфіки національного ринку, є дуже розгалуженими або, навпаки, наведені лише ключові ознаки, що дозволяє стверджувати про доцільність їх поєднання ті відображення взаємозв'язків.

Постановка завдання. На основі викладеного сформулюємо завдання дослідження, яке полягає у побудові узагальненої класифікаційної системи стратегій, що обґрунтована пріоритетними ознаками.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як значає В.В. Пастухова, досить поширеною у класифікації стратегій є ознака «рівень прийняття рішень». Але відсутня єдність поглядів вчених на виділені типи стратегій, що обумовлює різне тлумачення їх суті і змісту.

Прихильники іншого підходу до класифікацій стратегій підприємств, ґрунтуючись на багатоаспектності стратегій, без використання будь-яких класифікаційних ознак, подають перелік певних стратегій підприємств. Такий підхід не завжди забезпечує чіткість і взаємопов'язаність системи використовуваних стратегій.

Підхід заснований на використанні множини ознак класифікації щодо виявлення типів стратегій ускладнює упорядкованість стратегій, призводить до тавтології змісту деяких з них [1, с. 34-36].

У зв'язку з цим аналіз зазначеного питання, виокремлення найбільш вагомих класифікаційних ознак для однорідних груп стратегій та подальшої побудови на їх основі загальної системи класифікації є актуальним питанням стратегічного менеджменту.

Провівши аналіз джерел [1, 6-14], було виділено безліч класифікаційних ознак стратегії, але, базуючись на кількості прихильників серед науковців, було виокремлено наступні:

- ієрархія в системі управління;
- характер конкурентних переваг;
- стадія «життєвого циклу»;
- характер конкурентної позиції на ринку;
- характер поведінки на ринку.

Як вже зазначалося, *рівень прийняття рішень або ієрархія в системі стратегічного управління* є досить поширеною ознакою, бо вона знайшла найбільшої підтримки серед науковців.

У проаналізованих джерелах найчастіше виокремлюють три або чотири рівні, а ось щодо їх змістовного наповнення існують відповідні суперечності.

Найвищий рівень управління – корпоративний або ж загальний, рідше – портфельний. О.І. Ковтун [2], М.Г. Саєнко та співавтори [14] об'єднують їх в єдину групу, І.А. Дмитрієв та Д.А. Горовий [4] наголошують лише на корпоративній та портфельній.

Другий рівень – ділова, конкурентна, бізнесова – відображений у роботі М.Г. Саєнко [14]; ділову та конкурентну стратегію ототожнюють І.А. Дмитрієв, Д.А. Горовий [4] та С.П. Мармашова [8]; ділову та бізнесову об'єднують у працях В.А. Зінченко [9], О.М. Таряник [15], та О.І. Ковтун [2]; В.В. Пастухова [1] для даного рівня управління вводить поняття «підприємницька» стратегія.

Наступний рівень – функціональний, тут присутня єдність думок, лише О.І. Ковтун [2] розширює його та додає ресурсну стратегію, акцентуючи увагу на їх забезпечуючи функціях.

Найнижчий рівень – операційний – знаходить відображення у значній кількості вчених. О.М. Таряник [15] додає лінійні стратегії, а О.І. Ковтун [2] відображає операційні та виробничі стратегії. Хоча дане твердження, на думку автора, не досить вірне, так як виробництво більш доречно на функціональному рівні.

Таким чином, на основі даних [1; 3-5; 7-9; 11; 13-22] виокремлено наступні рівні стратегічного управління: корпоративний (загальна стратегія), бізнес-одиниці (діловий, конкурентний), функціональний та операційний.

Розглянемо інші ключові ознаки класифікаційної системи стратегії: характер конкурентних переваг, стадію життєвого циклу, характер конкурентної позиції та характер поведінки (дій).

М.Е. Портер виділяє три потенційно успішних базових стратегічних підходи, що залежать від *конкурентної переваги* та сфери конкуренції (цілового ринку) [16, с. 73]: 1) абсолютне лідерство за витратами; 2) диференціація; 3) фокусування. А.А.Томпсон та А.Дж. Стрікленд доповнюють класифікацію М.Е. Портера, пропонують її модифіковану систему та виокремлюють п'ять видів стратегій конкуренції [19, с. 165]: 1) стратегія лідерства за витратами; 2) стратегія широкої диференціації; 3) стратегія оптимальних витрат; 4) сфокусована (нішева) стратегія на базі низьких витрат; 5) сфокусована (нішева) стратегія на

базі диференціації продукції. Ж.-Ж. Ламбен виходить з конкурентних переваг, яких можуть досягти підприємства, та поділяє їх на зовнішні та внутрішні [22, с. 277].

Переважна більшість авторів [1; 3; 7; 9-14; 19-21; 23; 24] підтримує точку зору М.Е. Портера [16], стверджуючи, що конкурентні переваги досягаються за рахунок цінового лідерства, диференціації чи фокусування.

Так, цінове лідерство досягається за допомогою мінімізації виробничих витрат, а О.М. Тридід [3], В.А. Павлова, Р.В. Губарев [12] роблять наголос на їх економії. Стратегія диференціації не викликає жодних сумнівів та одноставно підтримується всіма науковцями. Щодо сфокусованої стратегії, А.А.Томпсон та А.Дж. Стрікленд [19] розділяють її на сфокусовану на базі низьких витрат та на основі диференціації продукції, а Л.М. Романюк [11], навпаки, – зводить до єдиної групи – сфокусованої стратегії на базі низьких витрат та диференціації.

В аспекті стадій життєвого циклу наявна розбіжність поглядів щодо його об'єкту. Деякі автори наголошують на галузі, в якій діє підприємство, ринку, безпосередньо суб'єкті господарювання, окремому напрямку діяльності чи товарі; інші – абстрагуються від цього та акцентують увагу лише безпосередньо на стадіях життєвого циклу не уточнюючи об'єкт.

Б. Карлоф [17, с. 125] життєвий цикл продукції розділяє на п'ять етапів: 1) впровадження; 2) початковий ріст; 3) подальше зростання; 4) зрілість; 5) спад.

О.І. Ковтун виділяє наступні стадії життєвого циклу бізнесу: зростання, стабілізації (утримання), скорочення, ліквідації [2].

На основі джерел [2; 3; 5; 9; 12; 17; 25; 26] було узагальнено та розроблено наступну систему стадій життєвого циклу (рис. 1).



Рис. 1. Структурно-логічний взаємозв'язок стадій життєвого циклу об'єкта стратегічного управління

Таким чином, об'єкт управління проходить наступні стадії життєвого циклу: зародження або впровадження, далі наступає фаза зростання, після – слідує зрілість (стабілізація), та наступає спад. В

даному випадку підприємства мають два шляхи вирішення проблеми: ліквідація даного проекту, або його реструктуризація. У другому випадку найбільш бажаним результатом є повернення до стадії зростання, чи оптимальним, на думку автора, – стадія зрілості, у випадку неефективної реструктуризації перед підприємством постає питання щодо ліквідації.

Конкурентна позиція на ринку. Ф. Котлер конкурентну стратегію підприємства визначає залежно від ролі, яку вона виконує на цільовому ринку, – лідера, претендента на лідерство, послідовника або нішера [23, с. 212-225]. А.О. Длігач доповнює класифікацію Ф. Котлера, виходячи з частки ринку, та вказує на наявність і можливість ефективного застосування ще двох варіантів конкурентної поведінки – стратегія «домінатора» та стратегія «загарбника». Під доміноматором розуміється особливий тип лідера, який є домінуючим у свідомості споживачів та має ринкову частку більшу ніж у 2 рази за частку наступного конкурента. А стратегія загарбника є прийнятною для підприємства із значними фінансовими результатами, що диверсифікує свою діяльність на ринок, новий для себе [30, с. 33-36].

Грунтуючись на [3; 5; 7; 8; 10; 12; 23; 27] виокремлено наступні позиції підприємств в конкурентному середовищі: лідер, претендент на лідерство (членджер), послідовник та нішер.

Характер дій підприємства в конкурентному середовищі. Е. Райс та Дж. Траут за характером дій підприємств на ринку виділяють наступні стратегії [28]: оборонний тип війни – для лідерів; наступальна – для претендента на лідерство; фалангова – для підприємства з невеликою часткою ринку; партизанська – для нішерів. Т.М. Борисова [10] підтримує дану точку зору лише частково, вона виділяє оборонну та наступальну стратегії. Ж.-Ж. Ламбен [22] конкурентну поведінку підприємств поділяє на: незалежну, кооперативну, адаптивну, випереджальну та агресивну стратегії. Ю.Д. Морозов, І.В. Тараненко

[7] виділяють одразу два напрямки у характері дій підприємства. По-перше, тип конкурентної поведінки (реакція на умови зовнішнього оточення): конфронтаційна, коопераційна, адаптивна та креативна; по-друге, характер дій (ступінь агресивності в конкурентній боротьбі): наступальна, наступально-захисна, захисна, відхід від зіткнення (нейтралізація атаки конкурента). В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань [5] та В.А. Зінченко [9] акцентують увагу лише на двох типах конкурентної поведінки – це активна (наступальна) та пасивна (захисна).

Автор підтримує точку зору В.Д. Немцова, Л.Є. Довганя [5], В.А. Зінченко [9] та доповнює виокремлені напрямки – комбінованою або ж наступально-захисною стратегією. Вважається, що в даному аспекті захисна, наступальна та наступально-захисна стратегії можуть в повній мірі охопити всі зазначені типи конкурентної поведінки підприємств та їх багачення різними науковцями.

Провівши аналіз пріоритетних ознак стратегій, пропонуємо наступну систему класифікації (рис. 2).

Висновки. Після аналізу фахової наукової літератури було виявлено дефініцію поглядів науковців щодо базових теоретичних засад стратегічного менеджменту. Насамперед проблема класифікації стратегій знайшла своє відображення у значній кількості зарубіжних та вітчизняних вчених, але дане питання розкрито не в повній мірі, так можливе виокремлення одного фактора або взаємозв'язок декількох [24; 26], зведення можливих ознак до табличного виду з відповідними варіантами стратегій [7; 10], наведення переліку ключових, на думку науковців, ознак [3; 5] чи побудова розгалуженої системи класифікації, в якій не відображено взаємозв'язок категорій [1].

На основі проведеного аналізу було виокремлено існуючі класифікаційні ознаки стратегії. В залежності від пріоритетності даних категорій серед науковців були виділені п'ять найбільш значущих серед них: ієрархія в системі управління, характер конкурентних переваг, стадія «життєвого циклу», характер конкурентної позиції та характер поведінки на ринку. В свою чергу, до наведених вище ознак були додані їх варіації або альтернативи можливих чи наявних характеристик стану об'єкта управління.

Так як першочерговим серед них є ієрархія в системі управління, то класифікаційну систему було побудовано, ґрунтуючись саме на даній ознаці. Наведена система класифікації стратегій охоплює чотири рівні управління (корпоративний, конкурентний, функціональний, операційний), акцент у ній робиться саме на другому рівні – конкурентному (діловому, бізнесовому). Тут визначені інші ключові ознаки (характер конкурентних переваг, стадія життєвого циклу, характер конкурентної позиції та характер поведінки на ринку) та наведений їх взаємозв'язок. Вони прямо впливають один на одного, тобто мають двохсторонній взаємозв'язок, окрім одного напрямку. Так, стадії життєвого циклу об'єкту управління не мають прямого впливу на характер конкурентних переваг, а діють опосередковано через характер поведінки на ринку та конкурентну позицію.

Ключові ознаки конкурентного рівня управління в загальному вигляді характе-

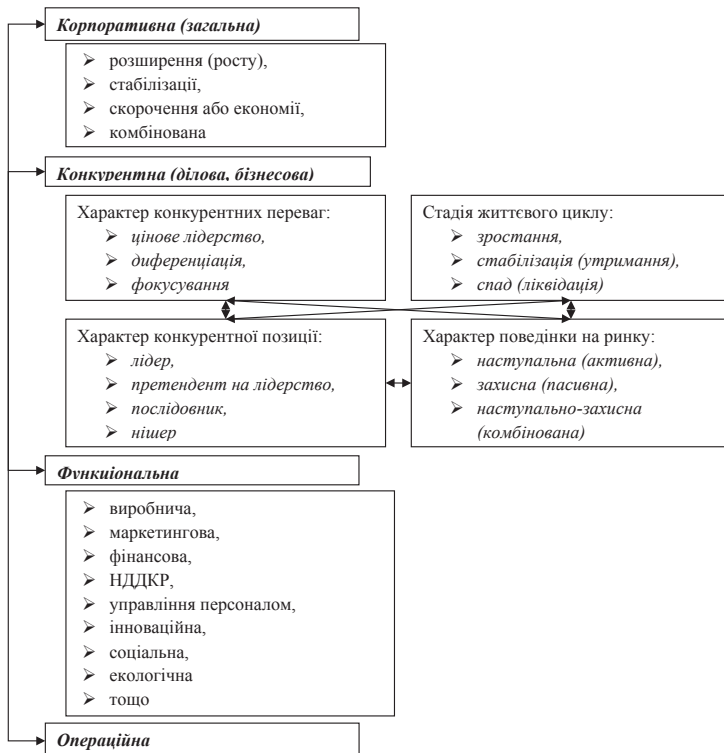


Рис. 2. Класифікація стратегій

ризують внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства, саме ґрунтуючись на них, побудовані найбільш розповсюджені методи добору стратегії.

Таким чином, побудована класифікаційна система є досить розгалуженою, відображає пріоритетні ознаки та їх взаємозв'язок, тобто враховує переваги існуючих систем, дозволяє уникнути протиріччя між ознаками та не є заплутаною.

Перспективою подальшого дослідження є процес формування та оцінки стратегії підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність: монографія / В.В. Пастухова. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.
2. Ковтун О.І. Стратегія підприємства: монографія / Ковтун О.І. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2008. – 424 с.
3. Тридід О.М. Організаційно-економічний механізм стратегічного розвитку підприємства: монографія / О.М. Тридід. – Харків: Вид. ХНЕУ, 2002. – 364 с.
4. Дмитрієв І.А. Стратегічне управління автотранспортним підприємством: навчальний посібник / Дмитрієв І.А., Горовий Д.А. – Харків: ХНАДУ, 2008. – 120 с.
5. Немцов В.Д. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник / В.Д. Немцов, Л.Є. Довгань. – К.: ТОВ «УВП «ЕксОб», 2004. – 560 с.
6. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрямки розвитку: монографія / А.П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2001. – 227 с.
7. Морозов Ю. Д. Стратегія як фактор забезпечення економічного благополуччя організації в контексті мирових тенденцій устойчивого розвитку / Ю. Д. Морозов, І. В. Тараненко // Академічний огляд. – 2011. – № 2(35). – С. 164-175.
8. Мармашова С.П. Теоретические аспекты формирования и развития конкурентных стратегий в современных условиях / С.П. Мармашова // Научные труды республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки: сб. науч. ст. Вып. 3 (8) / под ред. В.Ф. Беркова. – Минск: РИВШ, 2007. – С. 226-232.
9. Зинченко В.А. Эволюция теории стратегического управления за рубежом и в Украине / В.А. Зинченко // Бизнесинформ. Экономика. Менеджмент и маркетинг. – 2009. – № 7. – С. 104-117.
10. Борисова Т.М. Конкурентна стратегія на міжнародному ринку: сутність, основні характеристики та види / Т.М. Борисова // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 2. – Т. 1. – С. 156-160.
11. Романюк Л.М. Теоретичні аспекти стратегічного управління підприємством та його персоналом [Електронний ресурс] // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – Режим доступу: http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/64.pdf. – Назва з екрану.
12. Павлова В.А. Розробка моделі вибору конкурентної стратегії промислового підприємства / В.А. Павлова, Р.В. Губарев // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики. – 2010. – № 1(9). – С. 5-17.
13. Довбня С.Б. Стратегія підприємства. Частина 1: навч. посібник / С.Б. Довбня, А.О. Найдовська, М.М. Хитько. – Дніпропетровськ: НМетаАУ, 2011. – 71 с.
14. Стратегія підприємства в умовах ринкових відносин: навчальний посібник [2-вид., перероб. та доповн.] / М.Г. Саєнко, П.С. Смоленюк, З.Ф. Бриндзя, Л.М. Маланчук. – Хмельницький: «Наукова думка». – 2009. – 215 с.
15. Таряник О.М. Формування стратегії підприємства на основі пріоритетів розвитку: дис. ... канд. екон. наук: 08.06.01 / Таряник Олена Михайлівна. – Х., 2004. – 204 с.
16. Porter M. Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors / M. Porter. – N.Y.: Free Press. – 1980. – 396 p.
17. Карлоф Б. Деловая стратегия / Б. Карлоф; пер. с англ. [Науч. ред. и авт. послесловия В.А. Приписнов]. – М.: Экономика, 1991. – 239 с.
18. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб., 1999. – 416 с.
19. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: концепции и ситуации для анализа, 12-е издание / А.А. Томпсон, А. Дж. Стрикленд; пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2006. – 928 с.
20. Грант Р. М. Современный стратегический анализ. 5-е изд. / Грант Р. М.; пер. с англ. под ред. В.Н. Фунтова. – СПб.: Питер, 2008. – 560 с.
21. Гончарова С.Ю. Стратегічне управління: навчальний посібник / С.Ю. Гончарова, І.П. Отенко. – Харків: Вид. ХДЕУ, 2004. – 172 с. (Укр. мов.)
22. Ламбен Ж.-Ж. Стратегический маркетинг. 3-е изд. / Жан-Жак Ламбен; пер. с фр. – СПб.: Наука, 1996. – XV+589 с.
23. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс. 2-е изд. / Ф. Котлер. [пер. с англ. под ред. С.Г. Божук]. – СПб., 2006. – 464 с. ил. – (Серия «Деловой бестселлер»).
24. Омае К. Мышление стратега: Искусство бизнеса по-японски / Кеничи Омае; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 215 с.
25. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
26. Арутюнова Д.В. Стратегический менеджмент [Електронний ресурс]: учебное пособие / Д.В. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с. – Режим доступу: <http://www.aup.ru/books/m205/>.
27. Длігач А.О. Стратегії конкурентної поведінки в системі стратегічного маркетингу / А.О. Длігач // Культура народов Причерноморья. Проблемы материальной культуры. Экономические науки. – 2006. – № 80. – С. 33-37.
28. Райс Э. Маркетинговые войны / Эл Райс, Джек Траут. – СПб.: ПИТЕР, 2000. – 255 с.

УДК 65.012.8 (477)

Большотенко І.В.

здобувач

Університету економіки та права «КРОК»

ПРИНЦИПИ ОРГАНІЗАЦІЇ СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ АУДИТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглянуто сутність принципів організації системи економічної безпеки як базових орієнтирів, яких має дотримуватися система економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності для досягнення своїх цілей. Наведена змістовна характеристика цільових, функціональних, структурних, процесних, операційних та системних принципів.

Ключові слова: економічна безпека, система економічної безпеки, принцип, суб'єкти аудиторської діяльності, принципи організації системи економічної безпеки.

Большотенко И.В. ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СУБЪЕКТОВ АУДИТОРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассмотрена сущность принципов организации системы экономической безопасности как базовых ориентиров, которых должна придерживаться система экономической безопасности субъектов аудиторской деятельности для достижения своих целей. Представлена характеристика целевых, функциональных, структурных, процессных и системных принципов.

Ключевые слова: экономическая безопасность, система экономической безопасности, принцип, субъекты аудиторской деятельности, принципы организации системы экономической безопасности.

Bolbotenko I.V. PRINCIPLES OF ORGANIZATION OF ECONOMIC SECURITY SYSTEM AUDIT ENTITY

The article deals with the essence of the principles of economic security as a basic orientation, which must adhere to the system of economic security auditing entities to achieve their objectives. The following substantive characteristics of the target, functional, structural, process and system principles.

Keywords: economic security, system of economic security, principle, audit entity, principles of organization of economic security system.

Постановка проблеми. В сучасних умовах господарювання життєдіяльність будь-якого суб'єкта господарської діяльності визначається його здатністю до протидії негативним чинникам впливу зовнішнього та внутрішнього середовища. Результативність захисних дій багато в чому залежить від уміння господарюючого суб'єкта організувати належну систему економічної безпеки. Побудова та діяльність системи економічної безпеки суб'єкта господарювання повинна здійснюватися на основі низки принципів, що визначають базові орієнтири для впровадження відповідних заходів з організації відповідної системи захисту. Це актуалізує проблему дослідження принципів економічної безпеки суб'єкта господарювання як елемента методології забезпечення економічної безпеки. Адже саме принципи характеризують основні правила й системні властивості природи цього явища та виступають методологічним підґрунтям при розробці заходів з організації системи економічної безпеки суб'єкта господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В дослідженнях проблематики економічної безпеки достатньо широко висвітлені питання формулювання змісту та сутності принципів економічної безпеки суб'єктів господарювання. Бібліографічний аналіз підходів до формулювання принципів економічної безпеки суб'єктів господарювання представлено в табл. 1.

Аналіз літературних джерел свідчить, що, формулюючи принципи економічної безпеки суб'єкта господарювання, науковці спираються на власне бачення проблематики економічної безпеки, виходячи із захисного, стійкісного, конкурентного, активного, системного чи інших підходів.

Так, на думку О.І. Захарова [1, с. 316], побудова системи економічної безпеки підприємства має виходити, насамперед, із принципу законності, економічної доцільності, комплексності та безперервного характеру діяльності системи безпеки. Група авто-

рів під керівництвом В.Л. Ортинського [3, с. 90], В.Д. Зеркалов [2, с. 25] наголошують на необхідності застосування принципів поєднання конфіденційності й гласності, пріоритетів заходів попередження, як таких, що відображають специфіку здійснення захисної діяльності підприємства від негативних проявів чинників оточуючого середовища. Деякі дослідники вводять додаткові принципи, які, на їх думку, підкреслюють окремі риси та властивості економічної безпеки суб'єкта господарювання. Так, О.В. Локотецька [4, с. 201] вважає за необхідне керуватися принципом контролю з метою з'ясування доцільності та ефективності проведених захисних дій. На думку В.І. Франчука [7, с. 224], З. Якубович [8, с. 85], застосування принципу гнучкості надає мобільності в реалізації функції економічної безпеки підприємства та підвищує її ефективність. При цьому більшість дослідників визнає необхідним дотримуватися таких принципів, як законність, економічна доцільність, своєчасність, безперервність, спеціалізація управління, взаємодія й координація, спеціалізація, поєднання конфіденційності й гласності.

Невирішені раніше частини загальної проблеми. Визнаючи вагомість та значущість теоретичних й практичних розробок з економічної безпеки суб'єктів господарювання, слід зазначити, що проаналізовані принципи мають характер безсистемних наборів, які відрізняються за своєю суттю та змістом, також наявні розбіжності у визначенні та трактуванні принципів. Крім того, сформульовані принципи окреслюють, насамперед, загальні риси системи економічної безпеки, не враховуючи її унікальні властивості щодо кожного окремого суб'єкта господарювання. Вони є узагальненими і не стосуються безпосередньо процесів організації системи економічної безпеки. На сьогодні залишається нерозв'язаною проблема формулювання саме принципів організації системи економічної безпеки суб'єкта господарювання. Проте фокусування уваги саме на принципах організації

Таблиця 1

Бібліографічний аналіз підходів до формулювання принципів економічної безпеки суб'єктів господарювання

Принципи	Автор, джерело Захаров О.І., [1, с. 316-318]	Зеркалов В.Д., [2, с. 25]	Ортинський В.Л., [3, с. 90]	Докоготецька О.В., [4, с. 201]	Мойсеєнко І.П., [5, с. 142-143]	Кириченко О.А., [6, с. 69-70]	Франчук В.І., [7, с. 224-225]	Якубович З., [8, с. 85]
законності	*	*	*	*	*	*	*	*
економічної доцільності	*	*	*	*	*	*	*	*
комплексності	*	*			*	*		*
своєчасності	*				*	*	*	*
безперервності	*	*	*	*	*	*		*
активності	*				*	*		
обґрунтованості	*				*			
самостійності й відповідальності	*				*			
удосконалювання	*					*		*
централізації управління	*				*	*	*	
взаємодії й координації	*	*	*	*	*	*	*	
спеціалізації	*				*	*	*	
поєднання конфіденційності й гласності	*	*	*			*	*	
системності			*				*	
пріоритет заходів попередження		*	*					
плановості		*	*					
компетентності		*	*	*				
гнучкості							*	*
достатності							*	
контролю				*				

системи економічної безпеки є важливим, оскільки порушення таких принципів призводить, перш за все, до додаткових втрат ресурсів, обсяг яких для цілей забезпечення економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності є завжди обмеженим.

Формулювання цілей статті. Метою статті є з'ясування сутності та змісту принципів організації системи економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності.

Для досягнення поставленої мети вирішували наступні завдання:

- розглядали поняття принципів як базових орієнтирів організації системи економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності;

- формулювали критерії класифікації принципів, виходячи зі змісту таких елементів системи економічної безпеки, як цілі, структура, функції та процеси;

- з'ясовували зміст цільових, функціональних, структурних, процесних, операційних та системних принципів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічну безпеку суб'єкта аудиторської діяльності можна представити як складну систему, яка взаємодіє із зовнішнім середовищем та перебуває у постійному розвитку. Багатоаспектність цієї категорії дозволяє її розглядати як систему окремих підсистем та елементів, що взаємодіють один з одним та зазнають взаємного впливу. Для того щоб організувати ефективну систему економічної безпеки, необхідне осмислення її цілей, структури, функцій та процесів.

Розуміння цілі виступає базисним системоутворюючим фактором, оскільки саме ціль зумовлює діяльність системи та її головну властивість – цільове

призначення. Структура є головним поняттям системософії, каркасом або внутрішньою опорою об'єкту, що зберігає її властивості та взаємозв'язки за наявності мінливих умов [9, с. 178]. У свою чергу, функція – це специфічне відображення дії, що обумовлює отримані результати, описує особливості, явні та латентні характеристики. Функція відображає роль економічної безпеки, яку та відіграє в життєдіяльності суб'єкта аудиту в ході його взаємодії з внутрішнім та зовнішнім середовищем. Процес виступає наслідком діяльності системи, в ході якої відбувається зміни в початкових характеристиках об'єкта й детально описується алгоритм послідовних дій, необхідних для досягнення поставленої цілі. Процес має пояснити, яким чином структура виконує функцію.

Всі окреслені елементи системи економічної безпеки функціонують одночасно і взаємопов'язані між собою. Об'єднуючи в собі окремі елементи, що мають притаманні тільки їм характеристики та особливості, система представляє собою не просто суму окремих елементів, а виступає цілим, що має інші якості, ніж складові елементи.

Під організацією системи економічної безпеки суб'єкта аудиту розуміємо сукупність заходів організаційно-правового та організаційно-економічного характеру, що передбачає визначення основних завдань, методів, інструментів, засобів, об'єктів та суб'єктів економічної безпеки, а також створення нормативного та інформаційного забезпечення для комплексної протидії загрозам з метою забезпечення стійкої реалізації економічних інтересів суб'єкта аудиторської діяльності.

Організація системи економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності повинна відбуватися згідно

з певними принципами. Принцип (лат. *principium* – початок, основа) – це твердження, яке приймається як правдиве завжди і всюди там, де воно може бути застосовним. Це певне правило, сформульоване на основі пізнання законів чи закономірностей чинити саме так [10].

Виходячи зі змісту окреслених елементів системи економічної безпеки суб'єкта аудиту, спираючись на думку Л.О. Корчевської [11, с. 44], принципи організації системи економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності можна розділити на шість блоків: цільові, структурні, функціональні, процесні, операційні та системні принципи (рисунок).

Системні принципи виступають базисним підґрунтям для організації системи економічної безпеки, оскільки на їх основі встановлюються закономірності між елементами системи та виявляються нові властивості, що притаманні лише системі економічної безпеки суб'єктів господарювання. До фундаментальних системних принципів належать: цілеспрямованість, комплексність, емерджентність, адаптивність.

Принцип цілеспрямованості вимагає від системи економічної безпеки максимальної орієнтації на виконання її місії, тобто всі цілі, функції, структура та процеси мають бути зосереджені на виявленні, прогнозуванні та попередженні небезпек та загроз, активну протидію негативним впливам, локалізацію й усунення наслідків загроз у випадку їх реалізації.

Системні принципи	– цілеспрямованість – комплексність – емерджентність – відкритість – зв'язність* – адаптивність	Цільові принципи	– досяжність – конкретність – гнучкість – вимірність – сумісність
Функціональні принципи	– автономність – актуалізація – зосередженість – багатofункціональність – нейтралізація	Операційні принципи*	– пропорційність – прямоточність – рівномірність – паралельність – безперервність – спеціалізація
Структурні принципи	– принцип одночасності «чотирьох ролей» – поєднання централізації і децентралізації – ієрархічність – пріоритет об'єкта над суб'єктом – координованість – єдиноначальність – мінімальна складність структури – персональна відповідальність	Процесні принципи	– комбінація превентивних та реакційних заходів – комбінація гласності й конфіденційності – правомірність (законність) – економічна доцільність – еквіфінальність*

Рис. Принципи організації системи економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності

Джерело: скомпоновано автором на підставі [1; 3; 6; 7; 11]; Примітка* принцип додано автором

Принцип комплексності передбачає всебічне охоплення всіх елементів системи економічної безпеки в просторі й часі на основі розробки взаємообумовлених та взаємопов'язаних методологічних, організаційних та технічних заходів, з метою забезпечення надійного захисту суб'єктів аудиторської діяльності від негативного прояву чинників ендегенного та екзогенного середовища.

Сутність принципу емерджентності виходить з наявності в системі саме таких елементів, що дозволяють отримати нову системну якість, за рахунок взаємодії її складових елементів, які окремо мають

інші незалежні властивості. Як наслідок, локальні цілі складових елементів системи можуть не співпадати з глобальною метою системи економічної безпеки, досягти якої можливо лише інтегруючи цілі всіх складових системи економічної безпеки.

Принцип відкритості випливає з того, що система економічної безпеки суб'єкта аудиту представляє собою складну цілісність, яка складається із взаємозв'язків та взаємозалежностей ендегенного та екзогенного середовища. Виділення цих середовищ дозволяє зрозуміти, якими його складовими можна управляти, на які легко впливати, проте важко прогнозувати наслідки загроз і навпаки, які загрози не можна прогнозувати, а лише оцінити ймовірність їх виникнення та створити необхідні умови для запобігання негативних наслідків їх реалізації.

Сутність принципу зв'язності виходить з того, що розподіл системи економічної безпеки на складові частини слід здійснювати, виходячи зі збереження цілісних уявлень про систему. До того ж будь-яка частина системи економічної безпеки повинна розглядатися з врахуванням її зв'язків з іншими елементами системи та зовнішнього оточення. Виходячи зі змісту елементів системи економічної безпеки можемо виділити поняття функціональної, структурної, ресурсної, просторової та часової зв'язності. Ступінь щільності зв'язку між окремими елементами може коливатися в межах від жорсткої до слабкої зв'язності. Належний рівень зв'язності між компонентами ендегенної складової дозволяє говорити про раціональну та ефективну організацію системи економічної безпеки суб'єктів аудиту. Слід зазначити, що зв'язність характеризує єдність складових економічної безпеки суб'єктів аудиту не тільки в локальних просторових рамках мікро- та макросередовища. Принцип зв'язності також має бути врахований й під час організації міжрівневої взаємодії суб'єкта аудиту із зовнішнім та внутрішнім середовищем на всіх ієрархічних рівнях забезпечення економічної безпеки від системи внутрішніх бізнес-процесів до світової економічної системи.

Адаптивність полягає у здатності системи економічної безпеки пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, інтенсивності його впливу, до нової стратегії розвитку суб'єкта аудиторської діяльності. Адаптивність визначається стійкістю суб'єкта аудиту до негативних проявів чинників небезпеки та загроз.

Визначення цілей є необхідним для успішного функціонування суб'єкта аудиторської діяльності, а їх невірне формулювання може призвести до вкрай негативних наслідків. Ціль виступає основою побудови критеріїв оцінки діяльності суб'єкта аудиту, виявлення проблем та прийняття відповідного управлінського рішення. До цільових принципів належать: досяжність, конкретність, гнучкість, вимірність і сумісність.

Функція як елемент в системі економічної безпеки суб'єктів аудиту може розглядатися з таких позицій: по-перше, функція є специфічним відображенням дії, що обумовлює отримані результати, описує особливості, явні та латентні характеристики; по-друге, функція представляє собою набір можливостей, що властиві системі економічної безпеки суб'єктів аудиту; по-третє, функція відображає роль економічної безпеки, яку та відіграє в життєдіяльності суб'єкта аудиту в ході його взаємодії з внутрішнім та зовнішнім середовищем. Виходячи з цього можемо виділити такі функціональні принципи, як автономність, актуалізація, зосередженість, багатofункціональність та нейтралізація.

Змістовна характеристика цільових та функціональних принципів організації системи економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності представлена в табл. 2.

До структурних принципів належать: принцип одночасності «чотирьох ролей», поєднання централізації і децентралізації, пріоритет об'єкта над суб'єктом, координованість, єдиноначальність, мінімальна складність структури, персональна відповідальність.

Принцип одночасності «чотирьох ролей». Будь-який елемент за межами та всередині суб'єкта аудиту з погляду забезпечення його безпеки може виступати одночасно у чотирьох ролях: по-перше, суб'єкта забезпечення безпеки; по-друге, об'єкта забезпечення безпеки (елемент, що захищається); по-третє, джерела загрози; по-четверте, об'єкта загрози. При цьому кожен елемент може представляти собою як загрозу економічній безпеці, так і бути способом захисту для забезпечення економічної безпеки суб'єкта аудиту.

Поєднання централізації та децентралізації. Ступінь централізації чи децентралізації повинна виходити із розуміння їх раціонального сполучення. Співвідношення між централізацією та децентралізацією має визначатися по кожній окремій складовій економічної безпеки суб'єкта аудиту відповідно до його потреб в захисті. Так, рівень централізації силової безпеки повинен бути вищим, оскільки ця складова вимагає жорсткої внутрішньої узгодженості роботи підрозділів у рамках цілісної системи. Відносно інших складових, наприклад, операційної, фінансової, інформаційної безпеки, рівень централізації може бути меншим, оскільки саме децентралізація сприяє активній оперативній реакції на непередбачувані зміни в рамках окремих складових економічної безпеки.

Пріоритет об'єкта над суб'єктом. Формування системи економічної безпеки суб'єкта аудиторської діяльності є доцільним, коли цього вимагають об'єктивні чинники, зокрема цілі, функції, параме-

три небезпеки тощо. Створення ж відповідного підрозділу з безпеки лише через потреби конкретної особи, зокрема керівника, може повністю знівелювати доречність витрачених зусиль з боку суб'єкта аудиторської діяльності.

Координованість. Раціональність у роботі досягається за умови повної взаємодії всіх елементів системи економічної безпеки та відсутності протиріч між ними.

Єдиноначальність. Дає змогу запобігати конфліктам управління за допомогою чіткого закріплення повноважень за керівниками стосовно кожного об'єкту управління (підрозділу або робочого місця).

Мінімальна складність структури. За простішої структури легше досягається повна скоординованість всіх елементів і зв'язків. При занадто складній структурі послаблюється рівень адаптивності та порушується єдність цільової орієнтації (особливо, коли стан економічної безпеки підприємства знаходиться в області ризику).

Персональна відповідальність. Всі елементи безпеки підприємства (посадові особи, підрозділи, клієнти) несуть персональну відповідальність за дотримання безпеки.

До процесних принципів належать: комбінація превентивних та реакційних заходів, комбінація гласності й конфіденційності, правомірність (законність), економічна доцільність, спеціалізація, еквіфінальність.

Комбінація превентивних та реакційних заходів. Цей принцип полягає у збалансуванні заходів превентивного та реакційного характеру. Безперечно, превентивна діяльність, спрямована на недопущення виникнення та розвитку небезпек чи загроз, має більш істотні економічні переваги в порівнянні з реакційними заходами. Проте, суб'єкт аудиту повинен також мати й заздалегідь розроблений перелік заходів, які будуть вживатися у випадку реального виникнення загроз та ліквідації негативних наслідків їх проявів.

Таблиця 2

Змістовна характеристика цільових та функціональних принципів організації системи економічної безпеки суб'єктів аудиту

Найменування принципів	Змістовна характеристика принципів організації системи економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності	
Цільові принципи	Досяжність	Цілі повинні бути розраховані на відповідний рівень зусиль виконавців та викликати бажання її досягнути. Якщо поставлена ціль вимагає надмірних зусиль, виникає демотивація працівників та втрата ними основного цільового орієнтуру.
	Конкретність	Чітко визначені зміст, терміни та виконавці значно полегшують вибір стратегії досягнення поставленої цілі.
	Гнучкість	Цілі не є жорстко заданими. Сформульована ціль має містити простір для коригування внаслідок змін внутрішнього та зовнішнього середовища.
	Вимірність	Цілі повинні бути сформульовані таким чином, щоб їх можна було кількісно виміряти або об'єктивно оцінити.
	Сумісність	Слід встановити єдиний вектор цільової орієнтації всієї системи економічної безпеки суб'єкта аудиту та забезпечити взаємоузгодження цілей за особами, змістом, часом, сферою взаємодії.
Функціональні принципи	Автономність	Кожна функція повинна мати певну незалежність та дієву самостійність, не порушуючи при цьому цілісність та єдність структури системи економічної безпеки.
	Актуалізація	Принцип реалізується, якщо будь-яка властивість економічної безпеки здобуває функціональний характер за певних умов. Так, функціональні можливості захисту від небезпеки актуалізуються, коли з'являється потенційна чи реальна загроза
	Зосередженість	Складові ендогенної та екзогенної компоненти економічної безпеки повинні функціонувати в режимі повної зосередженості на виконанні своїх головних функцій, без «розпорощення» на другорядні
	Багатофункціональність	Сутність принципу полягає у здатності елементної структури системи економічної безпеки виконувати все більшу кількість функцій, сприяючи їх взаємозамінності без істотної зміни самої структури системи економічної безпеки суб'єкта аудиту
	Нейтралізація	Розкриває механізм реалізації дисфункцій за умов внутрішнього або зовнішнього впливу. Оскільки в цілях самовивітання системи її елементи повинні мати властивості, які здатні відновити рівновагу.

Джерело: скомпоновано автором на підставі [5; 8; 11]

Комбінація гласності й конфіденційності. Принцип спрямований на створення такої системи економічної безпеки, яка була б зрозумілою та прийнятною для всіх без винятку працівників аудиторської компанії. Проте окремі заходи із забезпечення безпеки мають бути відомі лише керівникові та безпосереднім їх виконавцям, задля уникнення загрози витоку конфіденційної інформації, яка може бути використана на шкоду суб'єкту аудиту.

Правомірність (законність). Цей принцип зобов'язує всіх без винятку суб'єктів безпеки реалізувати функцію економічної безпеки, виходячи з верховенства права в межах чинного законодавства.

Економічна доцільність. Процес здійснення превентивних та реакційних заходів повинен мати позитивну орієнтацію на збалансування своїх кінцевих цілей. При цьому рівень витрат суб'єкта аудиту на досягнення цілей економічної безпеки не повинен перевищувати рівня, за якого втрачається доцільність та раціональність здійснених вкладень.

Еквіфінальність. Змістова характеристика цього принципу проявляється як своєрідна форма стійкості системи економічної безпеки по відношенню до початкових та межових умов функціонування суб'єкта аудиторської діяльності. Еквіфінальність визначає здатність системи економічної безпеки досягати потрібної мети при різних початкових умовах шляхом здійснення регуляторних процесів, спрямованих на виявлення, оцінку, попередження та ліквідацію загроз. Незалежно від того, під впливом дії яких негативних чинників функціонує суб'єкт аудиту, результатом захисних заходів має бути створення та зростання ринкової вартості суб'єкта аудиторської діяльності.

Процес організації системи економічної безпеки суб'єкта аудиту складається з певного набору операцій, склад яких обумовлюється організаційними функціями. Звідси витікає необхідність виділення операційних принципів, до яких належать: пропорційність, прямоточність, паралельність, рівномірність, безперервність, спеціалізація.

Принципи пропорційності, прямоточності, паралельності, рівномірності обумовлюють технологію аудиту в процесі виконання аудиторських процедур та визначають певні орієнтири щодо раціональної організації процесу надання аудиторських послуг в цілому. Дія цих принципів спрямована, насамперед, на операційну складову економічної безпеки суб'єкта аудиту.

Дія принципу безперервності полягає в безперервному функціонуванні процесів із забезпечення економічної безпеки, тобто наступна операція базується на основі попередніх. Це призводить до отримання більш стабільного результату діяльності суб'єкта аудиту, дозволяє своєчасно відреагувати та діяти на попередження розвитку загрози чи небезпеки.

Принцип спеціалізації передбачає залучення до протидії загрозам профільних фахівців з безпеки чи спеціалізованих структур у сфері безпеки. Можливі також організаційні заходи щодо професійної підготовки фахівців з числа працівників аудиторської компанії, відповідальних за забезпечення економічної безпеки суб'єкта аудиту. Безперечно, створення спеціалізованої служби безпеки в струк-

турі аудиторської компанії є неодмінною умовою організації комплексного захисту, оскільки саме такий підрозділ здатен розробити та впровадити відповідні заходи захисту, здійснити оперативний та надійний контроль за їх виконанням.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, з'ясовано сутність та зміст принципів організації системи економічної безпеки як базових орієнтирів, яких має дотримуватися система економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності для досягнення своїх цілей. В якості критерію класифікації обрано зміст елементів організаційної побудови системи економічної безпеки, через осмислення її цілей, функцій, структури та процесів. Виходячи з цього, сутність та зміст принципів організації системи економічної безпеки суб'єктів аудиту сформульовано за такими блоками: цільові, функціональні, структурні, процесні, операційні та системні принципи. Системні принципи не є підсумком цільових, функціональних, структурних, процесних чи операційних правил, вони спрямовані на встановлення закономірностей між елементами, що властиві саме системі економічної безпеки. Системні принципи формують нові правила-орієнтири, виконання яких повинно забезпечити належний рівень економічної безпеки суб'єктів аудиторської діяльності.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Захаров О.І. Комплексність економічної безпеки підприємства та вплив зовнішнього середовища / О.І. Захаров. – Ефективність управління в процесі реформування: макро- та мікро-економічний аспекти : колективна монографія / За наук. ред. проф. Радіонової І.Ф. – К. : ВНЗ «Університет економіки та права «КРОК», 2012. – 364 с.
2. Зеркалов Д.В. Экономическая безопасность [Электронный ресурс] : монография. – Электрон. данные / Д.В. Зеркалов. – К. : Основа, 2011. – 587 с.
3. Економічна безпека підприємств, організацій та установ : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / В.Л. Ортинський, І.С. Керницький, З.Б. Живко та ін. – К. : Правова єдність, 2009. – 544 с.
4. Локотецька О.В. Використання системного підходу при дослідженні економічної безпеки підприємства / О.В. Локотецька // Вісник НТУ «ХП». Зб. наук. праць. Тем. вип. «Технічний прогрес і ефективність виробництва». Вип. 8. – С. 197-202.
5. Мойсеєнко І.П., Шолок О.О. Механізм управління фінансово-економічною безпекою підприємства / І.П. Мойсеєнко, О.О. Шолок // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.2. – С. 141-146.
6. Управління фінансово-економічною безпекою : навчальний посібник / О.А. Кириченко [та інші] ; за ред. В.С. Сідака. – К. : Дорадо-друк, 2010. – 480 с.
7. Франчук В.І. Особливості організації системи економічної безпеки вітчизняних акціонерних товариств в умовах трансформаційної економіки : монографія / В.І. Франчук. – Львівський державний університет внутрішніх справ, 2010. – 440 с.
8. Якубович З. Формування системи економічної безпеки машинобудівного підприємства / З. Якубович // Вісник ТНЕУ. – 2010. – № 1. – С. 81-86.
9. Корчевська Л.О. Ітеративний підхід до дослідження економічної безпеки підприємства / Л.О. Корчевська // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 4(130). – С. 175-183.
10. Принцип [Електронний ресурс] // Матеріал з Вікіпедії – вільної енциклопедії. – Режим доступу : <http://uk.wikipedia.org/wiki>.
11. Корчевська Л.О. Система принципів забезпечення економічної безпеки підприємства / Л.О. Корчевська // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2012. – № 38. – С. 44-49.



УДК 65.016.8

Вовк Г.Б.
студентка

Чернігівського національного технологічного університету

БАНКРУТСТВО СЕРЕДЬОГО ТА МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК ГЛОБАЛЬНА ПРОБЛЕМА: СУТНІСТЬ, ПРИЧИНИ, ШЛЯХИ ПРОГНОЗУВАННЯ ТА ПОПЕРЕДЖЕННЯ

У статті досліджено сутність банкрутства середнього та малого бізнесу як глобального економічного явища, висвітлено соціальну та економічну небезпеку даного процесу. Крім того, в публікації виявлено основні причини краху в бізнесі, порівняні світові методичні підходи діагностики банкрутства та досліджено шляхи попередження неплатоспроможності підприємства. При дослідженні значну роль відведено дослідженню управлінських та фінансових рішень керівництва підприємства, а також аналізу державної підтримки середнього та малого бізнесу.

Ключові слова: банкрутство, неплатоспроможність, фінансова стабільність, фінансова автономія, державна підтримка бізнесу, валюта балансу, активи підприємства, робочий капітал.

Вовк Г.Б. БАНКРУТСТВО СРЕДНЕГО И МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ГЛОБАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА: СУЩНОСТЬ, ПРИЧИНЫ, ПУТИ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ПРЕДУПРЕЖДЕНИЯ

В статье исследована сущность банкрутства среднего и малого бизнеса как глобального экономического явления, освещена социальная и экономическая опасность данного процесса. Кроме того, в публикации выявлены основные причины краха в бизнесе, сравнены мировые методические подходы диагностики банкрутства и исследованы пути предупреждения неплатежеспособности предприятия. При исследовании значительная роль отведена исследованию управленческих и финансовых решений руководства предприятия, а также анализу государственной поддержки среднего и малого бизнеса.

Ключевые слова: банкрутство, неплатежеспособность, финансовая стабильность, финансовая автономия, государственная поддержка бизнеса, валюта баланса, активы предприятия, рабочий капитал.

Vovk H.B. THE BANKRUPTCY SMALL AND MEDIUM BUSINESSES AS A GLOBAL PROBLEM: THE NATURE, CAUSES, WAYS OF FORECASTING AND PREVENTING

In the article the nature of bankruptcy small and medium businesses as a global economic phenomenon highlights are investigated, the social and economic dangers of this process are highlighted. In addition to the publications the major reasons for the collapse of a business are identified, the world diagnostic methodological approaches of bankruptcy are compared to and ways to prevent the insolvency of the company are explored. At research a significant role of managerial and financial decision was devoted and analysis of government support of small and medium enterprises.

Keywords: bankruptcy, insolvency, financial stability, financial autonomy, state support of business, balance currency, assets, working capital.

Постановка завдання. В умовах ринкових трансформацій великої уваги потребує фінансовий стан дрібного та середнього бізнесу, а також показники, що гарантують виживання підприємства на ринку. Адже розвиток малого та середнього підприємництва це не тільки надійне підґрунтя для створення нових робочих місць та реалізації трудових здібностей працівників, а й зростання добробуту країни в цілому, що виступає структуро-творчим фактором економіки. Так підприємницька діяльність стає запорукою економічного зростання, забезпечуючи значну частину ВВП та експортну діяльність країни, створюючи велику кількість робочих місць та залучаючи прямі іноземні інвестиції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемі дослідження банкрутства малого та середнього бізнесу, а також антикризового управління присвячено праці багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених: М. Білика, М. Білухи, С. Брукса, В. Загорського, Л.А. Костирка, Л.І. Лігоненко, К. Мастерса, Т. Мітчела, А.О. Подольської, Г. Савицької, О. Терещенка, О.О. Тарасенка, О.В. Яріша та інших. Значна кількість робіт економістів присвячена організації антикризового управління на підприємстві та прогнозуванню кризового стану на підприємстві.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сьогодні банкрутство підприємства є настільки ж ймовірним, як і позитивні фінансові результати. Адже вітчизняний бізнес нашої країни наразі перебуває на різноманітні проблеми, такі як: світові економічні кризи та тисок економіки, політичний тиск, недосконалість економічного та податкового законодавства, адміністра-

тивні бар'єри та відсутність державної підтримки. Як результат – неплатоспроможність перед кредиторами, а отже і ліквідація підприємства з подальшим продажем усього його майна.

Нині банкрутство стає природним процесом, коли слабкі та неконкурентоспроможні підприємства припиняють свою діяльність через неможливість продовження виробничої та фінансово-господарської діяльності на основі стійкої неплатоспроможності, яка не підлягає санації, тобто відновленню.

Однак необхідно розрізняти поняття «неплатоспроможність» та «банкрутство». Неплатоспроможність – це неспроможність суб'єкта підприємницької діяльності виконати грошові зобов'язання перед кредиторами після настання встановленого строку їх сплати, в тому числі по заробітній платі, а також виконати зобов'язання щодо сплати податків і зборів (обов'язкових платежів) не інакше як через відновлення платоспроможності. У свою чергу банкрутство – це визнана господарським судом нездатність боржника відновити свою платоспроможність і задовольнити визнані судом вимоги кредиторів не інакше, як через застосування ліквідаційної процедури. Під банкрутством слід розуміти законні примусові заходи в рамках судового процесу для якнайповнішого задоволення вимог кредиторів у випадку ускладнень з виплатами, тобто неплатоспроможності підприємства. Сучасні закони про банкрутство враховують поряд з інтересами кредиторів також і інтереси суспільства, які полягають у санації підприємства та збереженні таким чином важливих для народного господарства робочих місць [1, с. 258].



Рис. 1. Вплив банкрутства підприємства на економічні відносини

Варто відзначити існування хибних думок про те, що банкрутство підприємства є локальним явищем та загрожує лише підприємству. Адже банкрутство одного підприємства тягне низку проблем для інших суб'єктів господарювання, покупців та споживачів продукції і послуг, працівників даного підприємства, а отже і впливає на бюджет держави та на її конкурентоспроможність та платоспроможність (Рис. 1).

Таким чином, банкрутство підприємства є макроекономічною проблемою, а отже, повинна вирішуватися як на локальному, так і на державному рівні.

Тому для того, щоб підприємництво було успішним, необхідно враховувати вагомі причини, з яких малий та середній бізнес зазнає невдачі, а саме (Рис. 2):

– Математичні проблеми. Розумні підприємці починають вести конкурентну боротьбу з великою кількістю успішних супермаркетів, які продають товари з великим попитом і утримують при цьому оптимальні ціни. Невдахи чинять інакше. Вони закуповують товар, який мало кого цікавить, і вішають ціник на нього з настільки високими цифрами, що покупці розбігаються. А якщо немає споживачів, то і бізнесу теж не буде.

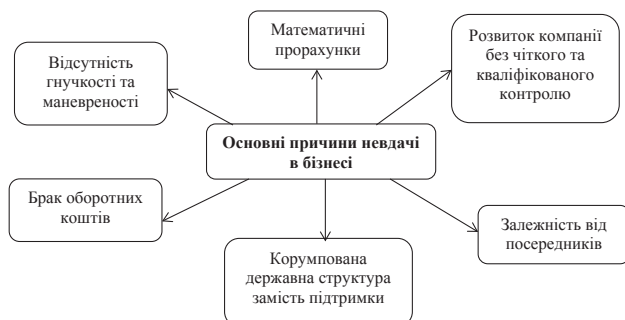


Рис. 2. Причини неплатоспроможності та банкрутства підприємств

– Відсутність гнучкості. За характером керівники можуть бути абсолютно різними: впертими, жадібними, мати «зоряну» хворобу, не обдумавши, йти на

ризик, уникати конфліктів або, навпаки, бути дуже агресивним. Яким би не був підприємець сам по собі, але якщо він не зможе пристосовуватися до будь-якого роду ситуацій, то в нього не вийде управляти бізнесом.

– Зростання підприємства без належного контролю. Молоді бізнесмени часто бажають вийти на інші ринки зі своїм товаром і збільшити собі прибуток. На жаль, такі маневри найчастіше закінчуються негативно.

– Брак грошей на непередбачені витрати. У світі все мінливо, у бізнесі особливо. Багато підприємців не вважають важливим відкладати кошти на випадок неплатоспроможності. Однак може статися втрата важливого клієнта, штраф, судовий процес. У цей період не кожен керівник зможе утримати бізнес, особливо не маючи певних резервів.

– Залежність від посередників. Досить велика кількість підприємців стають залежними від посередників, не помічаючи цього. А в разі випадку хоч однієї ланки маркетингового ланцюжка руйнується вся структура [2].

– Корумпована державна структура, яка часто гальмує розвиток малого бізнесу та все частіше заганяє його в кут. Так, перевіряти бізнес в Україні мають право 70 структур. Найчастіше перевірки проводять Держслужба надзвичайної ситуації, Служба гірничого нагляду та промислової безпеки та Міністерство доходів і зборів. Крім того, в списку активних «ревізорів» є Пенсійний фонд, Держінспекція з питань праці, МВС, Фонд соц.захисту інвалідів, СБУ та прокуратура. У 2012 році бізнес в Україні пережив 2,06 млн перевірок, повідомляється в звіті Федерації роботодавців України. Як підрахували у ФРУ 44 із 70 перевіряючих органів мають право припинити роботу підприємства. Торік ревізори використовували таке право 154,6 тис. разів. Середній простій тривав 45 днів. Підраховано, що, наприклад, для перукарні збитки від подібного простою становлять від 700 до 1000 грн., хлібокомбінату – від 100 000 до 225 000 грн. І в сумі простій бізнесу через перевірки в минулому році по всій Україні призвів до втрат в 27 млрд. грн., або 1,9% ВВП, повідомляється у звіті. Крім того, на утримання органів-ревізорів у 2012 році бюджет витратив 24,1 млрд. грн. (1,7% ВВП). У перерахунку на одну перевірку в минулому році влада витратила 11600 грн. [3].

За даними іншого видання, малий бізнес щороку витрачає до 40 тис. грн. на хабарі чиновникам перевіряючих органів [4].

Тому для подолання даної проблеми необхідно не тільки виважені управлінські та фінансові рішення керівництва компаній та підприємств, а й державна підтримка на основі бюджетного фінансування, пільгового оподаткування, обов'язкового страхування комерційних ризиків, зниження ставок по кредитуванню та списання заборгованості з податків і податкових зборів, які підприємство не в змозі покрити самостійно. Крім того, важливо створити прозору систему контролю та перевірок за діяльністю підприємств та установ, значно скоротити кількість перевіряючих органів та залучити до перевірок громадські організації, створити новітні методи відновлення платоспроможності підприємства.

Так, Мін'юст свідчить про те, що переважна більшість підприємств, які роками перебувають в стадіях розпорядження майном або санації, не має жодних потенційних можливостей для відновлення платоспроможності. На 2013 в Україні налічується 8811 підприємств, що знаходяться в процедурі банкрутства. З них 438 підприємств – це державні або підприємства, у статутному фонді яких державі належать більше 25 %. Решта – це підприємства приватного сектора економіки, у тому числі – фізичні особи – підприємці [5].

Проведений аналіз також показав, що після вступу в силу з 19 січня 2013 нової редакції «Про відновлення платоспроможності боржника та визнання його банкрутом», яка істотно змінила як процедури, застосовувані до підприємств-боржників, так і статус, коло повноважень, відповідальність арбітражного керуючого та державного органу з питань банкрутства, в країні істотно скоротилася кількість підприємств, що знаходяться в процедурі банкрутства. Зокрема, протягом квітня-червня 2013 р. кількість справ про банкрутство підприємств скоротилася майже на 8% – з 9549 до 8811 [5].

Варто пам'ятати, що існують методи прогнозування банкрутства та його попередження. При цьому особливу увагу слід приділити:

– підприємствам, що працюють у галузі, де велика ймовірність банкрутства (Як показав аналіз, у державному секторі основна кількість банкрутів відноситься до таких галузей, як: сільське господарство, добувна, переробна промисловості, сфера торгівлі, транспорт, складське господарство, пошта та кур'єрська діяльність, операції з нерухомим майном, професійна, наукова, технічна діяльність, освіта, охорона здоров'я. У приватному секторі основна кількість банкрутів відноситься до таких галузей економіки, як: сільське господарство, добувна, переробна промисловості, постачання електроенергії, пари і кондиціонованого повітря, водопостачання, будівництво, сфера торгівлі, транспорт, складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність, тимчасове розміщення і організація харчування, фінансова і страхова діяльність, операції з нерухомим майном, професійна, наукова та технічна діяльність, діяльність у галузі адміністративного та допоміжного обслуговування, освіта, охорона здоров'я, мистецтво, спорт, розваги та відпочинок тощо) [5];

– новоствореним підприємствам та тим, що вже мали проблеми з платоспроможністю.

Розглянемо три основних підходи до прогнозування фінансового стану з позиції можливого банкрутства підприємства:

а) розрахунок індексу кредитоспроможності. Найбільш відома в цьому напрямку є праця західного економіста Е. Альтмана, що розробив індекс кредитоспроможності. В загальному вигляді індекс кредитоспроможності (Z) має наступний вигляд:

$$Z = 3.3 * K_1 + 1.0 * K_2 + 0.6 * K_3 + 1.4 * K_4 + 1.2 * K_5, \quad (1)$$

де показники K_1, K_2, K_3, K_4, K_5 розраховуються за наступними алгоритмами:

$$K_1 = \text{Прибуток до виплати відсотків та податків} / \text{всього активів}, \quad (2)$$

$$K_2 = \text{Виручка від реалізації} / \text{всього активів}, \quad (3)$$

$$K_3 = \text{Власний капітал (ринкова оцінка)} / \text{залучений капітал}, \quad (4)$$

$$K_4 = \text{Накопичений реінвестований прибуток} / \text{всього активів}, \quad (5)$$

$$K_5 = \text{Чистий оборотний капітал} / \text{всього активів}. \quad (6)$$

Критичне значення індексу Z розраховувалося Альтманом за даними статистичної вибірки і склало

2,675. З цією величиною порівнюється розрахункове значення індексу кредитоспроможності для конкретного підприємства. Це дозволяє провести межу між підприємствами і виказати судження про можливість в майбутньому (2-3 роки) банкрутства одних ($Z < 2,675$) і достатньо стійкого фінансового стану інших ($Z > 2,675$). Безумовно, можливі відхилення від проведення критеріального значення, тому Альтман виділив інтервал (1,81 – 2,99), що називається «зоною невизначеності». Потрапляння за межу цієї зони з дуже високою ймовірністю дозволяє зробити висновок про компанію: якщо $Z < 1,81$, то компанія може бути віднесена до потенційних банкрутів, якщо $Z > 2,99$, то висновок прямо протилежний [6, с. 412].

б) використання системи формалізованих і неформалізованих критеріїв (Розрахунок індексу кредитоспроможності в найбільш завершеному вигляді можливий лише для компаній, що котирують свої акції на фондових біржах. Частка таких компаній в будь-якій країні є відносно невеликою.);

в) оцінка і прогнозування показників задовільності структури балансу (Наказом Мінекономіки України від 17 січня 2001 р. № 10 було затверджено Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховання банкрутства чи доведення до банкрутства).

Нині найпоширенішим методом відновлення платоспроможності є санація, що в перекладі означає «оздоровлення». Санація – це система фінансово-економічних, виробничо-технічних, організаційно-правових та соціальних заходів, спрямованих на досягнення чи відновлення платоспроможності, ліквідності, прибутковості і конкурентоспроможності підприємства – боржника в довгостроковому періоді. Тобто санація – це сукупність усіх можливих заходів, які здатні привести підприємство до фінансового оздоровлення [1, с. 267].

Метою фінансової санації є покриття поточних збитків та усунення причин їх виникнення, поновлення або збереження ліквідності й платоспроможності підприємств, скорочення всіх видів заборгованості, поліпшення структури оборотного капіталу та формування фондів фінансових ресурсів, необхідних для проведення санаційних заходів виробничо-технічного характеру.

Однак найдієвішим способом є попередження банкрутства на основі вивчення та покращення: валюти балансу, структури кредиторської заборгованості, активів підприємства та їх мобільності, робочого капіталу, витрат на виробництво, прибутковості та використання прибутку.

Висновки з проведеного дослідження. Успішний розвиток малого та середнього бізнесу є запорукою формування середнього класу та передумовою забезпечення соціальної стабільності в суспільстві. Тому в умовах нестабільної економічної ситуації вітчизняний бізнес потребує виважених та обґрунтованих фінансових рішень для недопущення банкрутства підприємства.

Варто пам'ятати, що діяльність суб'єктів малого та середнього підприємництва у багатьох випадках залежить від дій державних органів виконавчої влади. Без спеціальних заходів державної підтримки розвиток такого підприємництва неможливий. Однак і керівництву підприємства потрібно слідкувати за фінансовими та виробничими аспектами, що вказують на економічні труднощі, своєчасно застосовувати превентивні економічні та правові заходи задля недопущення визнання такого підприємства банкрутом та його подальшої ліквідації.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Іванілов О.С. Економіка підприємства : підручник. – Київ, 2013. – 344 с.
2. Найпоширеніші причини закриття малого бізнесу [Електронний ресурс] // Меркурій гроші в часі. – 2013. – Режим доступу : <http://mercury.kiev.ua/najposhirenishi-prichini-zakrittja-malogo-biznesu/>.
3. Стало відомо, скільки коштують перевірки для українського бізнесу [Електронний ресурс] // Кореспондент. – 2013. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net>.
4. Малый бизнес тратит 40 тыс. грн. в год на взятки чиновникам [Електронний ресурс] // Предприниматель. Lb. ua. – 2013. – Режим доступу : <http://economics.lb.ua>.
5. В Украине насчитывается 8811 предприятий, находящихся в процедуре банкротства [Електронний ресурс] // Права бізнесу – 2014. – Режим доступу : <http://www.prostopravo.com.ua>.
6. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент : підручник. – Житомир : ЖІТІ, 2001. – 440 с.

УДК 657. 92

Вовна І.М.*старший викладач кафедри фінансово-економічної безпеки
Тернопільського національного економічного університету***ТЕОРЕТИКО-ПРОБЛЕМНІ АСПЕКТИ ПРОЦЕСУ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ
ОБ'ЄКТІВ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОЇ ВЛАСНОСТІ В УМОВАХ МІНЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА**

Стаття присвячена дослідженню концептуальних засад комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в сучасних умовах дисбалансу економіки. Обґрунтовано основні види комерціалізації за стадіями втілення комерційної ідеї, які застосовуються у практичній діяльності функціонування виробничо-економічних систем. На основі чого сформовано основні проблематичні аспекти функціонування об'єктів інтелектуальної власності.

Ключові слова: інтелектуальна власність, об'єкти інтелектуальної власності, комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності, види комерціалізації, франшиза, організаційно-економічний механізм комерціалізації, комерціалізація ресурсів, комерціалізація процесів, комерціалізація результатів.

Vovna I.M. THEORETICAL-PROBLEMATIC ASPECTS OF THE PROCESS COMMERCIALIZATION OF OBJECTS OF INTELLECTUAL PROPERTY IN A CHANGING ENVIRONMENT

Статья посвящена исследованию концептуальных основ коммерциализации объектов интеллектуальной собственности в современных условиях дисбаланса экономики. Обоснованы основные виды коммерциализации по стадиям реализации коммерческой идеи, которые применяются в практической деятельности функционирования производственно-экономических систем. На основе чего сформированы основные проблематичные аспекты функционирования объектов интеллектуальной собственности.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, объекты интеллектуальной собственности, коммерциализация объектов интеллектуальной собственности, виды коммерциализации, франшиза, организационно-экономический механизм коммерциализации, коммерциализация ресурсов, коммерциализация процессов, коммерциализация результатов.

Vovna I.M. THEORETICAL-PROBLEMATIC ASPECTS OF THE PROCESS COMMERCIALIZATION OF INTELLECTUAL PROPERTY IN A CHANGING ENVIRONMENT

The article investigates the conceptual foundations of the commercialization of intellectual property in the modern conditions of imbalance of the economy. The basic types of commercialization stages for implementation of business ideas that apply in practice the operation of industrial and economic systems. On the basis of which formed the main problematic aspects of intellectual property.

Keywords: intellectual property, intellectual property, commercialization of intellectual property, commercialization types, franchise, organizational and economic mechanism of commercialization, commercialization resources, commercialization processes, commercialization outcomes.

Постановка проблеми. Сучасні наукові дослідження вимагають обґрунтування проблематики комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності в сучасних умовах терболентності економічних процесів. Саме в таких обставинах необхідно також розглядати проблемні аспекти комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Теоретичні і методологічні основи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності певним чином розроблені в дослідженнях провідних вчених Чухно А.А., Цибульова П.М., Бубенко П.Т., Перерви П.Г., Олехновича Г.І., Патракової Л.П., Марусиніної О.Ю., Волинкіної М.В., Шелехової Н.В., Шаранової Н.А., Кулаченко Е.В., Куперман В.Г., Мамедова Г., Гончарової Н.П., Ілляшенко С.І., Бромберга Г.В., Волинець-Русета Е.Я., Зінова В.Г., Фонштейна Н.М., Линніка М.В., Мухамедшина І.С., Мухопода В.І., Новосельцева О.В., Скорнякова Е.П., Устінової Л.М., Шульгіна Д.Б., Жица Г.І., Козирева А.М., Макарова В.Л.,

Мединського В.Г., Пригожина А.І., Шумпетера Й., Янсена Ф. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В економічній складовій теорії інтелектуальної власності має місце певна фрагментарність і недостатнє дослідження питань формування і розвитку інтелектуальних ресурсів виробничо-економічних систем. Це зумовлює необхідність проведення комплексного розгляду проблем комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності і систематизації існуючих концепцій і підходів.

Формулювання цілей статті. Основною метою статті є обґрунтування теоретико-концептуальних засад комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на даному етапі розвитку підприємницьких структур. На основі чого сформувані основні види комерціалізації за стадіями втілення комерційної ідеї та виділити в даному контексті основні проблематичні аспекти функціонування об'єктів інтелектуальної власності.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сучасних умовах дисбалансу економіки слід підкреслити зростання значимості використання об'єктів інтелектуальної власності у діяльності суб'єктів господарювання. Використання інтелектуальної власності в господарській діяльності здійснюється на умовах її комерціалізації. В цьому процесі є обов'язково, як мінімум, чотири учасники: автор розробки, стратегічний партнер, менеджер та інвестор. Задача вдосконалення механізму комерціалізації реалізації результатів інтелектуальної діяльності відноситься до числа найважливіших теоретичних і практичних аспектів економічного розвитку.

Комерціалізація об'єктів інтелектуальної власності – це процес перетворення результатів науково-технічної та інноваційної діяльності в товар і їх ефективна реалізація в промислових масштабах. Комерціалізація є найважливішим елементом інноваційного процесу. Термін «комерціалізація» походить від слова «комерція» латинського походження «commercium» – торгівля [1, с. 36]. Процес комерціалізації в залежності від стадії втілення комерціалізації ідеї може приймати проектну або реальні форми (стадії). Об'єктами комерціалізації можуть бути ресурси, виробничі процеси, результати виробничого процесу (табл. 1).

Таблиця 1
Класифікація видів комерціалізації за стадіями втілення комерціалізації ідеї та виду об'єкта комерціалізації

Види об'єкта комерціалізації	Стадії втілення комерціалізації ідеї	
	Проектна	Реальна
Ресурси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) ресурсів	Комерціалізація ресурсів
Процеси	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) процесів	Комерціалізація процесів
Результати	Комерціалізація проектів продажу (комерціалізації) результатів	Комерціалізація результатів

Проекти з комерціалізації результату інноваційної діяльності не розглядаються окремо від бізнес-процесів, так як вони є логічним завершенням інноваційного бізнесу. Тому їх подання разом з проектом бізнесу є взаємодоповнюючим. У випадку купівлі-продажу бізнесу, проекти по комерціалізації результату інноваційної діяльності не зменшують його цінності, а, навпаки, сприяють зменшенню рівня ризику та збільшенню рівня довіри у клієнта.

Загалом існують такі основні способи комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності: використання їх у власному виробництві; внесення прав до статутного капіталу; передача прав на об'єкт інтелектуальної власності (що передбачає, у свою чергу, передачу прав власності шляхом їх продажу і передачу прав використання). Зокрема, передача прав використання об'єктів інтелектуальної власності здійснюється шляхом укладання ліцензійних угод, угод лізингу та комерціалізації концесії (франшизи). Кожний із наведених способів комерціалізації є дієвим і спроможний принести власникові прав гідні прибутки у разі ефективного їх використання.

В залежності від цілей підприємця інноваційної сфери діяльності слід виділити наступні види процесів комерціалізації, які доцільно сформулювати у такі три групи:

1. Комерціалізація процесу створення результатів інноваційної діяльності – виведення на ринок з метою повного або часткового продажу процесу, що реалізує комерційну ідею.

2. Комерціалізація результатів інноваційної діяльності – процес виведення на ринок комерціалізації ідеї у формі нового ресурсу, товару (послуги) чи процесу (технології) з метою їх продажу прямим (кінцевим) споживачам.

3. Комерціалізація проекту процесу по створенню результатів інноваційної діяльності передбачає виведення на ринок з метою повного або часткового продажу проекту по створенню процесу, що реалізує комерційну ідею. Частковий продаж означає залучення до проекту інвесторів та кредиторів на взаємовигідних умовах [2, с. 30-31].

Основними складовими організаційно-економічного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на підприємствах, до яких, зокрема, віднесено організаційні процеси; процеси техніко-економічного обґрунтування; процеси визначення ринкової відповідності об'єктів інтелектуальної власності потребам споживачів; процеси правового забезпечення [4, с. 12]. Безпосередньо до процесу комерціалізації відносяться тільки процеси визначення ринкової відповідності об'єктів інтелектуальної власності потребам споживачів, тобто процеси по дослідженню ринку. Інші три складові механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності є не менш важливими, так як забезпечують ефективну реалізацію власне процесу комерціалізації або трансферу.

Як показали результати досліджень, основні труднощі в області комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності полягають в наступному: нормативно-законодавча проблема; проблема вартісної оцінки об'єктів інтелектуальної власності; кадрова проблема; проблема організаційного забезпечення процесів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності.

На основі аналізу джерел інформації по проблемі, що досліджується [3, с. 163], автором виявлені наступні групи проблем, що перешкоджають ефективному управлінню об'єктами інтелектуальної власності на державному рівні в Україні та не дозволяють повною мірою реалізувати економічний потенціал досліджуваних об'єктів, тому є доцільним звести всі виявлені проблеми в наступні функціональні групи.

1. Проблеми законодавчої бази. Важливим у цьому блоці проблем є уточнення визначення інтелектуальної власності як економіко-правової категорії, придання їй об'єктно-ринкового характеру. Існує певна незбалансованість в чинному законодавстві. Наприклад, не санкціоновано законодавчою базою України створення комерційними організаціями позабюджетних галузевих фондів для фінансування наукових досліджень і експериментальних розробок за рахунок відрахувань, які відносять на собівартість. Це перешкоджає формуванню фондів, які можуть стати могутнім джерелом позабюджетних ресурсів інноваційного процесу. В умовах відсутності регіональних законодавчих актів про державну політику у сфері охорони об'єктів промислової власності не розроблена цілісна система економічних і правових механізмів регулювання процесу комерціалізації закінчених НДДКР. Не сформована ефективна інфраструктура, що сприяє вирішенню на регіональному рівні проблем охорони інтелектуальної власності в процесі трансферу наукомістких технологій, не визначені пріоритети розвитку регіональних наукових

і промислових комплексів, які дозволяють активно залучати до господарського обороту місцеві технологічні і інтелектуальні ресурси.

Підсумовуючи все вищевикладене, приходимо до наступних висновків по цьому блоку проблем:

- поняття інтелектуальної власності недостатньо повно визначено в законодавчих документах України, оскільки вводить поняття абстрактних результатів інтелектуальної діяльності, а не результатів у формі закінчених ОІВ в конкретних областях діяльності;

- не визначено правовий механізм створення комерційними організаціями позабюджетних галузевих фондів для фінансування наукових досліджень і експериментальних розробок за рахунок відрахувань, які відносять на собівартість;

- відсутність єдиної нормативної бази по введенню в господарський обіг ОІВ;

- незабезпеченість збалансованості права і інтересів суб'єктів правовідносин (включаючи державу) в області створення, захисту і комерціалізації ОІВ;

- невизначеність механізму передачі технологій і розподілу прав замовників і розробників по держзамовленню;

- необхідність гармонізації патентної системи.

2. Економічні проблеми. Згідно з оцінками експертів, рівень сприйнятливості національної економіки до відкриттів і розробок складає всього 5%, інші 95% результатів науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок (НДДКР) перестають бути привабливими як для розробників, так і для споживачів. Все більш відсталою в порівнянні з розвиненими країнами виглядає галузева структура виробництва і її технологічна складова [6, 13]. Таким чином, у виробництво упроваджується мізерна частка наявних технологічних розробок (приблизно 1/100), це пов'язано з високою невизначеністю інноваційних проектів на всіх стадіях інноваційного циклу [5, с. 33]. Наприклад, можуть бути згорнуті проекти, які давали обнадійливі результати на першій стадії розробки, але з ряду причин підлягали закриттю.

Незатребуваність інноваційних проектів може виникати в результаті обмежених фінансових можливостей українських покупців, а також в результаті того, що вітчизняна науково-технічна продукція не завжди орієнтована під конкретні замовлення, і попит на неї на внутрішньому і зовнішньому ринках залишається дуже низьким.

Слід зазначити, що проблеми цього блоку можуть бути зведені до наступних положень:

- несприйнятливості економіки України до інновацій;

- недосконалість методів прямого і непрямого державного стимулювання процесів створення і комерціалізації ОІВ (податкових, кредитових, інвестиційних, митних і інших економічних механізмів);

- незатребуваність інноваційних проектів;

- відсутність економічних пільг малим інноваційним підприємствам;

- відсутність єдиних критеріїв бухгалтерського і податкового обліку ОІВ як нематеріальних активів, невідповідність українських норм законодавства і систем бухгалтерського обліку міжнародним стандартам.

3. Організаційні проблеми:

- відсутність інфраструктури управління об'єктами інтелектуальної власності на державному і регіональному рівні;

- відсутність налагодженої системи підготовки висококваліфікованих кадрів патентознавства, патентознавців-юристів на регіональному рівні.

4. Політичні проблеми:

- політика крупних промислових корпорацій не орієнтована на інноваційний шлях розвитку.

Проблеми комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності є досить важливі, оскільки розробка даних об'єктів не має важливого значення без його реалізації. Тому рішення позначених проблем збільшить частку сприйнятливості економіки України до інтелектуальних нововведень, дозволить створити сприятливі умови для їх упровадження у виробництво, внаслідок чого відбудеться підвищення конкурентоспроможності вітчизняної економіки.

Висновки з проведеного дослідження. Виходячи з викладеного можна зробити висновок, що розвиток організаційно-економічного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності є необхідною і невід'ємною частиною побудови національної інноваційної системи, що направлена на підвищення конкурентоспроможності національної економіки і забезпечує перехід до стійкого економічного зростання. Таким чином, вибір найбільш прийняттого способу комерціалізації має бути обґрунтованим з точки зору очікуваного прибутку, який він може принести власникові прав в конкретних умовах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Божок Г. Оцінка об'єктів інтелектуальної власності як фактор регулювання ринку // Г. Божок Інтелектуальна власність. – 2011. – № 9-10. – С. 35-38.
2. Губенко П. Т. Особливості процесів комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності // П. Т. Губенко Вісник НТУ «ХПІ» «Технічний прогрес і ефективність виробництва». – № 02(1). – 2010. – С. 29-34.
3. Косенко А. В. Організаційно-економічний механізм комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності / А. В. Косенко // Вісник Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут». Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Харків : НТУ «ХПІ». – 2009. – № 54(1)'. – С. 162-173.
4. Косенко А. В. Розвиток організаційного механізму комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності на основі функціонального підходу / А. В. Косенко // Економіка розвитку. – Харків : ХНЕУ. – 2009. – № 1(49). – С. 11-16.
5. Немчин О. Сучасний стан інноваційного розвитку України // Інтелектуальна власність. – 2003. – № 1. – С. 32-39.
6. Twiss V.C. Managing technological innovation. – Pitman, 2008. – 345 p.

УДК 339:923

Вольська О.М.

здобувач кафедри економіки та підприємництва
Херсонського національного технічного університету

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Проведено аналіз загальних показників виробництва молочної продукції Херсонської області, визначено переваги та недоліки молокопереробних підприємств, проведено прогнозування та запропоновано заходи щодо збільшення виробництва молока та молочної продукції в регіоні.

Ключові слова: ринок молочної продукції, підприємство, сировинна база, конкурентоспроможність.

Вольская О.Н. СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА МОЛОЧНОЙ ПРОДУКЦИИ ХЕРСОНСКОЙ ОБЛАСТИ

Проведен анализ основных показателей производства молочной продукции Херсонской области, определены достоинства и недостатки молокоперерабатывающих предприятий, произведен прогноз и предложены мероприятия по увеличению производства молока и молочной продукции в регионе.

Ключевые слова: рынок молочной продукции, предприятие, сырьевая база, конкурентоспособность.

Voisky O.M. STATUS AND PROSPECTS OF DAIRY PRODUCTION KHERSON REGION

Conducted analysis of major indicators of milk production Kherson region, dignity and disadvantages enterprise, will provide a prediction, increase in specified activities of production and milk production in the region.

Keywords: market milk production, enterprise, raw materials, competitiveness.

Актуальність дослідження. Кризова ситуація у нашому суспільстві вимагає реформування економічних відносин між регіонами, надання їм більше можливостей у використанні власних коштів. Але збільшення «економічної свободи» супроводжується і зростанням відповідальності. Регіони мають ставати самодостатніми у забезпеченні соціально-економічного розвитку. Для цього необхідно розвивати виробництво, підвищувати конкурентоспроможність продукції.

На сьогоднішній день стан економічного розвитку області викликає занепокоєння. Як свідчать статистичні дані державної служби статистики України [7] за 2010-2012 рр. (табл. 1) за валовим регіональним продуктом на одну особу у фактичних цінах Херсонська область посідає 24 місце, гірше показники лише у Тернопільській, Чернівецькій та Закарпатській областях. Рівень ВРП на одну особу по Херсонській області у 1,79 рази менше за середній рівень по Україні. Відставання Херсонської області від промислово розвинених регіонів ще більш суттєве і складає у порівнянні з Донецькою областю у 2,17 рази, Дніпропетровською у 2,49 рази.

Таблиця 1

Валовий регіональний продукт на одну особу по регіонам України за 2012 р.

№	Регіони	Валовий регіональний продукт у розрахунку на одну особу, грн.	Рейтинг регіону
1.	Україна	32002	-
2.	Дніпропетровська область	44650	2
3.	Донецька область	38907	4
4.	Херсонська область	17910	24
5.	Закарпатська область	17088	25
6.	Тернопільська область	16644	26
7.	Чернівецька область	14529	27

Херсонська область представлена в основному галузями промисловості, які обслуговують розвиток сільськогосподарського виробництва, де пріоритет-

ною, не дивлячись на те, що криза у спаду виробництва простежується саме у промислових регіонах, є харчова промисловість (понад 40% від загального обсягу промислової продукції) [1]. Це пояснюється занепадом інших видів промислового виробництва, значним потенціалом сільського господарства тощо.

Серед видів діяльності, що суттєво впливають на економічну безпеку країни, провідне місце займає виробництво молока і молочної продукції.

Згідно зі статистичними даними, обсяг споживання молока і молочних продуктів на одну особу складає 205 кг в рік, що набагато нижче від показників розвинених країн. Раціональна норма споживання складає 390 кг.

У 2010 році в середньому по Херсонському регіону на одну людину було виготовлено 169,0 кг молочної продукції, у 2011 та 2012 році спостерігається зменшення – 166,3 та 166,4 кг відповідно.

За останні три роки імпорту молочної продукції по Україні нарощується. Так, у 2012 році імпорту молочнопродуктів склав 196435,9 тис. дол. США, що на 30% більше за 2011 рік.

Слід відзначити, що в останні роки з'явилося багато товарів-замінників, наприклад, відбулося заміщення молока соками, солодкими газованими напоями тощо. Вподобання споживачів теж зазнали певних змін: на перший план виходить широта асортименту продукції, її якість, екологічність, що відповідає поняттю про здоровий образ життя. В умовах обмеженої купівельної спроможності зростає конкуренція не тільки між виробниками молочної продукції, але й з виробниками товарів – замінників.

Постановка проблеми. Однією з провідних стратегічних галузей Херсонської області є харчова промисловість. Від рівня її розвитку, стабільності функціонування залежить стан економіки та продовольчої безпека, розвиток внутрішнього і зовнішнього ринків, а також рівня життя населення регіону.

В період до 2010 року розвиток харчової промисловості в області характеризувався різким зниженням технологічного рівня виробництва, зношенням обладнання, механізмів та знарядь праці, загукан-

ням інвестиційного та інноваційного процесів, витісненням вітчизняних харчових продуктів з внутрішнього й зовнішнього ринків продовольчих товарів, зменшенням обсягів надходження до бюджету та валютних надходжень в область від експортних операцій галузі тощо. Внаслідок звуження ринків збуту незадовільно використовувались виробничі потужності в галузях харчової промисловості. Частину потужностей окремих підприємств довелось законсервувати, а деякі з них взагалі припинили виробничі процеси.

Проте регіон є потужною агропромисловою областю з добре розвинутим сільськогосподарським виробництвом, що створює сприятливі передумови для розвитку молочної продукції.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемами формування продовольчого ринку присвячені праці В.Г. Андрійчука, П.І. Гайдучького, О.О. Онищенко, П.Т. Саблука, О.М. Шпичака, Л.Г. Чернюка та інших вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів.

Працями цих вчених досліджено більшість проблемних завдань розвитку ринку молока та молочної галузі, проте особливої актуальності набуває необхідність розроблення заходів з забезпечення високого рівня виробництва молока і молочної продукції в Херсонському регіоні.

Постановка завдання. Оцінити стан виробництва молочної продукції Херсонського регіону, виявити основні чинники впливу на нього та надати пропозиції щодо до збільшення виробництва та задоволення потреб населення у молочної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сучасний український ринок молока є монопольним ринком, де потужними виробниками виступають декілька компаній, зокрема ВАТ «Галактон», Яготинський маслозавод, Куп'янський молочноконсервний комбінат, Харківський молочної комбінат, Кременчуцький маслозавод тощо.

Аналізуючи молокопереробну промисловість Херсонської області, можна встановити, що існують труднощі в забезпеченні сировиною (особливо на сьогоднішній день, коли в країні панує політичний безлад, внаслідок чого тимчасово призупинено імпорту сировини, що призводить до неповного використання виробничих потужностей, простоїв); здійснюється недостатньо якісна переробка сировини тощо.

З 2011 року починає поступово збільшуватися виробництво молока і молочної продукції, головним завданням переробних підприємств стає впровадження систем якості, сертифікованої за міжнародними стандартами. Сьогодні систему управління якістю відповідно до вимог ДСТУ ISO серії 9001:2009 впроваджено на ПАТ «Новокаховський завод плавлених сирів», ВАТ «Чаплинський маслосирзавод», ТОВ «Данон Дніпро», ПАТ «Каланчацький маслозавод», ПАТ «Новотроїцький маслосирзавод».

Як свідчать статистичні дані головного управління статистики Херсонської області [6]: Херсонська область має розвинену промисловість молочної галузі, зокрема це такі потужні заводи, як Херсонський маслозавод, ВАТ «Молочний завод «Данон Дніпро», ВАТ «Бериславський маслосирзавод», ВАТ «Чаплинський маслосирзавод» тощо.

Молокопереробні підприємства Херсонської області працюють за системою, яка передбачає випуск продукції під замовлення організацій посередників у необхідній для них кількості. Підприємства реалізують свою продукцію в основному по м. Херсону та населених пунктах області, районних центрах.

Незважаючи на достатньо тривалий дефіцит сировини, молокопереробні підприємства впродовж останніх років нарощують обсяги виробництва продукції. У таблиці 2 надано динаміку обсягів виробництва молочної продукції.

Як показують дані з таблиці 1, у 2012 році молока обробленого рідкого вироблено 909 тис. т, що на 13,5% більше, ніж у 2010 році по Україні та на 40,37% менше по Херсонській області. Обсяг кисломолочної продукції, на яку зберігається попит у населення, збільшився за аналізований період з 479 тис. т до 489 тис. т по Україні та з 33,2 тис. т до 39,6 тис. т по Херсонській області. Така ситуація свідчить про зростання попиту на дані види молочної продукції та, відповідно, підвищення його якості. Але з іншої точки зору, це вказує на недостатню високу ефективність процесу переробки молока – значна її частина так і реалізується в сирому вигляді. Це означає упущені можливості щодо створення додаткової доданої вартості, отримання продукції, що пройшла більшу кількість стадій обробки і забезпечила вищу зайнятість працівників. Також за цей період зменшилися обсяги виробництва жирних сирів на 18,9% та 33,64% відповідно, унаслідок обмеження ввезення продукції у країні СНД.

Також, згідно зі статистичними даними головного управління статистики Херсонської області [6], зросли обсяги виробництва молочної продукції з тривалим строком зберігання. Це пояснюється тим, що такі продукти можна легко транспортувати на далекі відстані в Україні. Така продукція має і експортну зацікавленість.

Однією з найважливіших проблем молокопереробної промисловості також є проблема ринків збуту продукції, яка суттєво пов'язана з нестабільністю експорту. Можливість нарощування обсягу експорту молочної продукції позитивно позначилось б як на формуванні ціни на молоко сире, так і на розвитку галузі в цілому. За результатами 2012 року експорт молока і молочної продукції становив 612398,0 тис. дол. США, що на 13% нижче показників 2011 року. Найпопулярнішими молочними продуктами, що експортуються, є твердий сир, сухе і згущене молоко, масло тощо. Скорочення експорту

Таблиця 1
Динаміка виробництва молочної продукції в Україні та Херсонській області, тис. тонн

Вид продукції	Україна				Херсонська область			
	2010	2011	2012	2012 р у % до 2010 р	2010	2011	2012	2012 р у % до 2010 р
Молоко оброблене рідке	801	888	909	113,5	10,9	5,3	6,5	59,63
Масло вершкове	79,5	76,7	88,6	111,4	1,2	1,3	1,17	97,5
Сир свіжий нефермент. та кисломол.	78,5	76,4	78,9	100,5	0,091	-	-	-
Сири жирні	207	178	168	81,1	11,0	7,2	7,3	66,36
Продукти кисломолочні	479	474	489	102,1	33,2	32,8	39,6	119,28

продукції відбулося внаслідок введення Росією односторонніх обмежень на постачання даних видів продукції. Така експортна монозалежність є особливо небезпечною у зв'язку з далеко не завжди об'єктивними характером запроваджуваних імпорتنних обмежень. Подальше розширення ринків збуту обмежується низькою якістю молочної сировини. Зниження попиту на світових ринках сухого молока та масла не сприяли нарощуванню цієї продукції в Україні, а лише спровокували суттєве нарощення імпорту масла з Білорусії.

Одним з основних показників конкурентоспроможності продукції є ціни. У середньому ціна на виробництво молока і молочної продукції у Херсонській області вища за середню по Україні майже на 7% [розраховано за 4, с. 269]. Вищі ціни лише у АР Крим, Дніпропетровській, Київській, Закарпатській областях.

Сучасний стан молочної галузі потребує систематичних заходів щодо формування ринку молочної продукції, де основним напрямком є формування торгівлі на основі поглиблення спеціалізації, розвитку конкуренції, зміцнення матеріально-технічної бази, реалізації продуктів [3].

Виявлені конкурентні переваги та слабкі сторони молокопереробних підприємств Херсонської області наведені у табл. 2.

Таблиця 2

Оцінка конкурентних переваг молокопереробних підприємств Херсонської області

Можливості	Загрози
Розширення товарного асортименту Вихід на зовнішній ринок молока та молочних продуктів Стимулювання збуту та реклами Залучення іноземних партнерів до співробітництва	Нестабільність законодавчої бази Поглинання крупними заводами дрібних виробників Економічна та політична криза країни Витіснення дрібних виробників
Сильні сторони	Слабкі сторони
Якість, привабливість та ціна упаковки продукції Географічне розташування та кліматичні умови Налагоджений канал збуту – ринок та магазини	Застаріле обладнання Малі виробничі потужності підприємства Якість сировини Відсутня зовнішня реклама про вироблену продукцію, що призводить до не інформованості споживача

Прогнозовані потреби у молочної продукції можливо визначити на основі майбутньої чисельності населення регіону та норм споживання продуктів.

Зміни чисельності населення Херсонської області, з урахуванням тенденції у народжуваності та смертності, можна відобразити наступним рівнянням [розрахунок взято з 1, с. 84]:

$$Y = 0.0582 \cdot t^2 - 0.9593 \cdot t - 3.0068$$

Прогнозована чисельність населення на 2015 рік складає 938570 осіб. З урахуванням збереження вікової структури прогнозована кількість дітей від 0 до 6 років буде 51,621 тис. осіб (або 5,5%), від 6 до 8 років – 145,478 тис. осіб (або 15,5%), працездатного віку – 528,415 осіб (або 56,3%), непрацездатного віку – 213,55 осіб (або 22,7%).

У таблиці 3 наведено розрахунок потреби у молочних продуктах з урахуванням прогнозованої чисельності та рекомендованих норм споживання, за тверджених Кабінетом Міністрів України.

Таблиця 3

Прогнозовані потреби у молочних продуктах для населення Херсонської області, тис. тонн

Вік	Молоко незбиране	Сир твердий	Сир м'який	Масло вершкове
0-6	4,71	0,10	-	-
6-8	11,94	0,63	3,00	-
працездатне населення	31,70	1,85	5,28	2,64
непрацездатне населення	17,68	-	1,62	0,83
Разом	66,04	2,58	9,90	3,47

Як показують розрахунки, для задоволення потреб у молоці та молочної продукції необхідно суттєво збільшувати їх виробництво. Найбільші потреби у молоці незбираному, які у 2015 р. складатимуть 66,04 тис. тонн. Слід відзначити, що у 1990 р. вироблялось 58 тис.тон, а у 2012 р. – лише 7,3 тис. тонн. Тобто постає завдання хоча б відновити обсяги 1990 року. Також необхідно нарощувати обсяги виробництва масла вершкового, у 2015 р. його потреби складуть 3,47 тис. тонн, у 2012 р. обсяг виробництва був 1,17 тис. тонн, що майже у 3 рази менше ніж необхідно. Крім молока незбираного та масла вершкового, доцільно збільшувати виготовлення сирів, бо у 2015 р. потреба у сирі твердому буде складати 2,58 тис. тонн, сирі м'якому – 9,90 тис. тонн, що значно перевищує наявні обсяги виробництва.

На думку М. Портера, до загальних чинників, які необхідні для надання продукції конкурентоспроможності, належать [5]:

- зовнішнє середовище підприємства;
- продуктовий портфель підприємства;
- пріоритети споживачів.

Із зовнішніх чинників найбільш суттєво впливає на випуск молочної продукції розвиток сировинної бази, яка залежить від поголів'я великої рогатої худоби. Це поголів'я за 20 років незалежності України зменшилося у 3,4 рази [розраховано за 4, с. 256]. Тому необхідне стимулювання розвитку тваринництва.

Якість продукції, витрати, екологічність виробництва залежать від його технологічного оснащення, що викликає необхідність стимулювання використання інноваційних технологій.

З внутрішніх чинників найважливіше значення має удосконалення стратегічного управління шляхом орієнтування на найвищі результати на основі використання бенчмаркетингу, забезпечення зниження витрат за рахунок впровадження системи контролінгу, формування системи інформаційного забезпечення управління.

Для максимізації прибутку, необхідно змінити орієнтацію виробника з «низька ціна-низька якість» на позицію «висока ціна-висока якість», вихід на зовнішній ринок молочних продуктів не тільки України, а й на зарубіжний тощо.

Висновок. Стабільний довготривалий розвиток ринку молока і молочної продукції Херсонської області в сучасних умовах конкуренції можливий лише за умови: стимулювання збільшення поголів'я великої рогатої худоби; впровадження інноваційних технологій виробництва; удосконалення управління витратами; впровадження стандартів якості продукції та контролю джерел надходження, умов зберігання, реалізації молока та молочної продукції; створення лабораторій, які дозволять встановлювати якість продукції за міжнародними стандартами.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Миколайчук М.М. Фінансово-економічний механізм забезпечення стійкого збалансованого розвитку регіону : монографія / М.М. Миколайчук ; за наук. ред. І.В. Розпутенка. – К. : НАДУ, 2010. – 308 с.
2. Дейнеко Л. В. Розвиток харчової промисловості України в умовах ринкових перетворень (проблеми теорії і практики). К. : «Знання», 2011. – 331 с.
3. Зернюк О. В., Заїка О. С. Оцінка інвестиційно-інноваційної діяльності на підприємствах харчової промисловості України / О. В. Зернюк, О. С. Заїка // Економіка і управління. – 2012. № 3. – С. 101-107.
4. Статистичний збірник «Регіони України», 2010. – Ч. II / за ред. О.Г. Осауленка. – К., 2010. – 805 с.
5. Портер М. Конкурентное преимущество как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость; пер. с англ. / М. Портер. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.
6. <http://www.ks.ukrstat.gov.ua/statistichna> – сайт головного управління статистики Херсонської області.
7. <http://www.ukrstat.gov.ua> – сайт державної статистики України.

УДК 658.012.32 (477)

Вяткіна Т.Г.*кандидат економічних наук,**докторант кафедри економіки підприємств і управління трудовими ресурсами
Луганського національного аграрного університету***ДІАГНОСТИКА СТАНУ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВИХ РЕСУРСІВ
СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

У статті виконана структурна оцінка використання трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств у порівнянні з основними галузями промисловості. Побудовано та проаналізовано кореляційні залежності ефективного використання трудових ресурсів сільського господарства. Проаналізовано темпи зростання рівня заробітної плати за видами економічної діяльності.

Ключові слова: трудові ресурси, ефективність використання трудових ресурсів, мотивація праці, оплата праці, зайнятість населення, структура зайнятого населення.

Вяткіна Т.Г. ДИАГНОСТИКА СОСТОЯНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТРУДОВЫХ РЕСУРСОВ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Дана структурная оценка использования трудового потенциала сельскохозяйственных предприятий в сравнении с основными отраслями промышленности. Построены и проанализированы корреляционные зависимости эффективного использования трудовых ресурсов сельского хозяйства. Проанализированы темпы роста уровня заработной платы по видам экономической деятельности.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, эффективность использования трудовых ресурсов, мотивация труда, оплата труда, занятость населения, структура занятого населения.

Viatkina T.G. DIAGNOSTIC OF LABOR RESOURCES UTILIZATION AT AGRICULTURAL ENTERPRISES

Material provides the structural assessment of agri-enterprises' labor potential compared to other major industries.

Correlations of efficient use of labor resources in agriculture have been constructed and analyzed. Analyzed is also the pace of wages growth rate by economic activity.

Keywords: labor resources, efficiency of labor resources utilization, labor motivation, wages and salary, employment, structure of the working population.

Постановка проблеми. Розглядаючи працездатне населення як ресурс, що створює додану вартість, з якої і формується чистий прибуток, слід чітко окреслювати допустимі межі використання цього ресурсу. На відміну від інших видів ресурсів працівники підприємства мають право вибору і те, чи створювати додану вартість на теперішньому робочому місці, чи шукати кращі умови, багато в чому залежить від стратегічних та оперативних рішень менеджменту компанії.

У сучасній науковій літературі поняття трудових ресурсів трактується як частина населення, яка має необхідний фізичний розвиток, розумові здібності та знання для роботи в усіх сферах економічної діяльності. До складу трудових ресурсів включають особи у працездатному віці, крім непрацюючих інвалідів та пільгових пенсіонерів [13, с. 21]. Дослідження процесів, що сприяють ефективному використанню трудових ресурсів підприємств сільського господарства, є недостатньо вивченими та потребують ретельного аналізу. Така необхідність зумовлена швидкими змінами та невизначеним характером чинників зовнішнього се-

редовища, необхідністю впровадження сучасних інструментів формування стратегії управління ресурсним потенціалом підприємства.

Парадигма стратегії управління ресурсами передбачає наявність моделі ефективного функціонування підприємств у контексті динамічного простору. Серед усіх категорій ресурсів трудові є такими, що зазнають найбільших змін як із зовнішньої, так і з внутрішньої сторони. Чинниками зовнішніх змін можуть виступати демографічна, політична та соціальна ситуації. До внутрішніх змін, тобто до тих, ініціатором яких виступає підприємство, відносять рівень корпоративної культури, умови оплати праці та інші мотиваційні механізми. До теперішнього часу залишається достатньо невирішених питань стосовно формування прийнятної стратегії управління трудовими ресурсами підприємства, яка є часткою глобальної підприємницької стратегії, основним завданням якої є створення постійно зростаючого чистого прибутку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню особливостей процесів сучасного розвитку вітчизняного агропромислового комплексу, формуванню та використанню в ньому такого важ-

ливого елементу ресурсного потенціалу, як трудовий, приділяють увагу відомі вітчизняні учені-економісти.

О.В. Березін звертає увагу на те, що основою управління економічним потенціалом аграрного підприємства, є планування та організація виробництва так, щоб наявний ресурсний потенціал використовувався з максимальною продуктивністю. Учений вважає, що розробка механізмів організації, мотивації та розвитку трудових ресурсів аграрних підприємств є основою підвищення ефективного використання економічного потенціалу [2, с. 145].

В.М. Гончаров в своїх роботах акцентує увагу на комплексному дослідженні персоналу та розробленні організаційного механізму управління трудовими відносинами на підприємствах АПК [3]. Методику оцінки трудового потенціалу підприємства та ефективності його відтворення розкрито в працях В.М. Гриньової [13] та Т.І. Олійник [7].

Значну увагу визначенням стратегічних орієнтирів розвитку сільського господарства та використанню трудових ресурсів, відповідно до яких буде здійснюватися державна політика щодо нормативно-правового, фінансово-економічного та іншого регулювання, в своїх доробках приділяють відомі учені-аграрії В.Я. Месель-Веселяк [11], В.П. Рябоконт [8], П.Т. Саблук [9]. В.Г. Ткаченко [6] зауважує, що успіх аграрних підприємств, спрямованих на нарощування обсягів виробництва конкурентоспроможної продукції, забезпечення продовольчої безпеки країни та проведення соціальної політики на селі, значною мірою залежить саме від кадрового потенціалу аграрного сектору економіки, рівня підготовки та здібностей керівників і спеціалістів, зайнятих в аграрній сфері.

Теоретичне підґрунтя до стратегічного управління трудовими ресурсами сформували у своїх працях зарубіжні учені, зокрема М. Армстронг [1]. До проблем управління персоналом, створення високоєфективних робочих груп, мотивації співробітників, типології та характеристик робочих груп, взаємодії в умовах мультикультурного середовища та глобалізації звертається П. Джонс [4]. Дослідженню таких важливих аспектів, що впливають на результат діяльності працівників підприємства як мотиваційні чинники, присвячені праці Джона Максвелла [5].

Метою статті є дослідження стану трудових ресурсів сільськогосподарських підприємств задля формування стратегічних напрямків їх ефективного використання.

Виклад основного матеріалу дослідження. Сільське господарство України є однією з найважливіших галузей економіки. За статистичними даними 2010 року, воно забезпечує 8,2% валової доданої вартості, тут зайнято понад 3 млн населення, використовується основних засобів вартістю понад 100 млрд. грн., функціонують майже 56,5 тисячі господарюючих суб'єктів, що використовують 21,6 млн. га сільськогосподарських угідь. Вироблена в сільському господарстві 1 гривня продукції дає змогу одержувати по-

над 12 гривень продукції в інших галузях. Сільські території є місцем оздоровлення жителів країни, а сільське населення – оберегом національних звичаїв і традицій. Сільськогосподарські підприємства виробляють 44,9% валової продукції сільського господарства, у т. ч. 45,1% продукції рослинництва і 44,7% продукції тваринництва. Господарства населення виробляють більшу частину валової продукції сільського господарства – 55,1%, у т.ч. продукції рослинництва – 54,9%, тваринництва – 55,3% [11, с. 4].

Починаючи з 2000 року кількість найманих працівників у галузі скоротилася від 2,5 млн. до 665 тисяч. Рівень оплати праці в сільському господарстві майже на 40% нижчий за середній по економіці країни. За межею бідності знаходиться 16,8% сільських домогосподарств, у 48,8% – сукупні витрати не перевищували рівень прожиткового мінімуму [11, с. 6].

Протягом 2002-2013 років в Україні спостерігається тенденція до зниження сільського населення як в абсолютному, так і у відносному вимірах. Знижується трудова зайнятість на селі. Так, у 2002 році кількість сільського населення становила 15,950 млн. осіб, а його частка дорівнювала 33,1% до загальної кількості. У 2012 році його кількість скоротилася до 14,328 млн. осіб, а частка – до 31,5%, у 2013 році – до 14174,4 млн. осіб та до 31,1% відповідно (табл. 1).

Ці факти свідчать про стабільний спад чисельності сільських жителів. Демографічна ситуація є лише частковим чинником впливу. До інших, не менш вагомих чинників, слід віднести економічний стан. У базис його складових входять низький рівень оплати праці, недостатній розвиток сільської інфраструктури та низька мотивація. Як наслідок цього, відбувається міграція сільського населення у міста у пошуках гідної оплати праці.

Серед основних видів економічної діяльності нами виділено такі, які мають найбільш вагомий вплив на загальноекономічний стан України. Пропонується виділити окрім сільського господарства промисловість, торгівлю, транспорт, а також галузь освіти та сферу охорони здоров'я. Причинами виокремлення представлених галузей для комплексного дослідження у їх контексті з галуззю сільського господарства є тісний зв'язок перелічених сфер економічної діяльності з агропромисловим комплексом. Якщо промисловість, транспорт і торгівля впливають безпосередньо на економічні результати діяльності підприємств, то освіта та охорона здоров'я мають вплив і на соціальну складову господарської діяльності.

У структурі зайнятого населення за основними видами економічної діяльності у 2012 році найбільшу частку займає кількість зайнятих у сфері торгівлі 0,24 (табл. 2).

Частка працівників сільського господарства становить 0,17. Протягом 2004-2010 рр. їх частка знижувалася з 0,20 до 0,15. Проте у 2010-2011 роках спостерігається зростання на 0,04 частки одиниці. В абсолютних цифрах це зростання становить 294,70 тис. осіб. За аналізований період серед представле-

Таблиця 1

Чисельність сільського населення України, тис. осіб

Показник	Роки						
	2002	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Усе населення	48240,9	46192,3	45963,4	45782,6	45598,2	45453,3	45553,0
Сільське населення	15950,2	14779,2	14631,8	14513,4	14412,2	14328	14174,4
Частка сільського населення, %	33,1	32	31,8	31,7	31,6	31,5	31,1

Джерело: складено автором за [10].

Таблиця 2

Частка зайнятого населення в загальній чисельності за видами економічної діяльності

Показник	Роки						
	2004	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Сільське господарство	0,20	0,19	0,16	0,16	0,15	0,17	0,17
Промисловість	0,20	0,20	0,18	0,18	0,17	0,16	0,16
Торгівля	0,20	0,20	0,23	0,23	0,24	0,24	0,24
Транспорт	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07
Освіта	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08	0,08
Охорона здоров'я	0,07	0,07	0,07	0,07	0,07	0,06	0,06

Джерело: складено автором за [10].

них видів економічної діяльності зростання зайнятості спостерігається лише у сфері торгівлі (0,24 у 2012 році проти 0,20 у 2004 році). Частка зайнятих у промисловості скоротилася з 0,20 до 0,16 частки одиниці або на 724,40 тис. осіб. Стосовно показників зайнятості працівників підприємств та установ, які у переважній більшості належать до державної форми власності, а саме: закладів державного управління, освіти та охорони здоров'я, то частка працюючих до загальної чисельності залишається стабільною протягом 8 років. У сфері державного управління цей показник становить 0,07 (окрім значення в галузі охорони здоров'я, яке у 2012 році дорівнювало 0,06), а у сфері освіти – 0,08.

Динаміка зміни структури зайнятого населення в цілому має рівномірний характер. Єдине різке зрушення спостерігалось у 2008 році. Темп зростання частки населення, зайнятого у сільському господарстві скоротився до 81,78% (рис. 1).

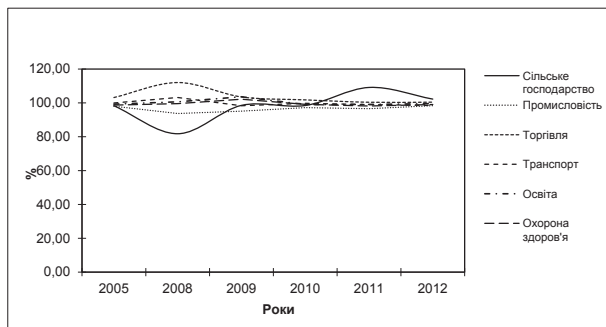


Рис. 1. Темпи зростання зайнятого населення за видами економічної діяльності

В подальші періоди його значення зростає до 98,55%, 98,48% та 102,26% у 2009-2012 роках відповідно. Значення 2012 року означає, що частка працівників сільського господарства у загальній структурі зайнятого населення за аналізований період зменшилася порівняно з попереднім періодом. Одночасно зі зменшенням частки сільськогосподарських працівників відбулось зростання частки пра-

цівників, зайнятих у торгівлі. Темп зростання частки цих працівників у 2008 р. становив найбільше значення – 112,05%. В наступні періоди темп зростання поступово знижується. Стосовно зміни частки працівників, зайнятих у промисловості, державному управлінні, охороні здоров'я та освіті, то темпи їх зростання протягом 2008-2012 років коливалися в межах 2-3 відсотків.

Приймаючи до уваги наведені факти, можна зробити висновок про те, що серед працівників, які отримали роботу у сфері торгівлі у 2008 році, більша частина складалася з працівників, які були зайняті у сільському господарстві та були змушені полишити попереднє місце роботи у пошуках більш високої оплати праці. А у 2009 році ситуація змінювалася діаметрально протилежно. Не дочекавшись очікуваних сподівань, працівники поступово поверталися до аграрного сектору, при цьому залучаючи до цієї галузі населення, що до цього часу не мало відношення до сільського господарства.

Зайняте населення країни, яке формує основну масу трудових ресурсів містить в собі категорію найманих працівників. У відповідності до Закону України «Про порядок вирішення колективних трудових спорів (конфліктів)» найманий працівник – це фізична особа, яка працює за трудовим договором на підприємстві, в установі та організації, в їх об'єднаннях або у фізичних осіб, які використовують найману працю [9, с. 12-17]. Оцінка найманих працівників сільського господарства дозволяє зробити висновки про те, що їх частка протягом останніх років залишається незмінною (табл. 3).

Проте, у 2005 році ця частка становила 0,13 від загальної структури. В абсолютному вираженні зменшення найманих працівників складало 534,4 тис. осіб. Решта сфер економічної діяльності, окрім торгівлі має таку саму тенденцію. Частка найнятого персоналу в торгівлі зросла від 0,12 у 2005 році до 0,158 у 2012 році. Абсолютна зміна становила 113,4 тис. осіб. Причини зменшення кількості найманих працівників є такими самими, як і у всього зайнятого населення. Порівнюючи частку зайнятих працівників та частку найнятих можна зробити висновки, що

Таблиця 3

Частка найманих працівників за видами економічної діяльності

Показник	Роки					
	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Сільське господарство	0,132	0,094	0,093	0,091	0,092	0,093
Промисловість	0,416	0,395	0,387	0,391	0,391	0,398
Торгівля	0,119	0,150	0,151	0,156	0,160	0,158
Транспорт	0,117	0,127	0,133	0,135	0,135	0,121
Освіта	0,008	0,004	0,004	0,004	0,004	0,004
Охорона здоров'я	0,009	0,010	0,011	0,012	0,012	0,012

Джерело: складено автором за [10].

частки зайнятих працівників розподілені більш рівномірно, в той час як розподіл найманого персоналу тяжіє в бік промисловості (0,398 частки одиниці в загальній структурі у 2012 році в той час як частка зайнятого населення становить 0,16 від загальної структури).

Темп зростання найманих працівників в основних сферах економічної діяльності протягом 2009-2012 років залишався практично незмінним (рис. 2).

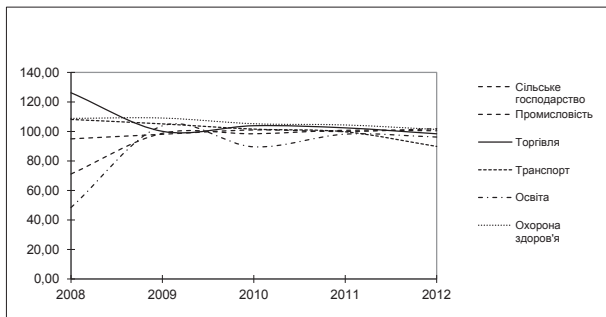


Рис. 2. Темп зростання найманих працівників за видами економічної діяльності

Деякого зниження зазнав темп зростання найманих працівників торгівлі у 2011-2012 роках (89,86% у 2012 році проти 99,77% у 2011 році). В цей період частка найманих працівників сільського господарства зростала з темпами від 98,75% у 2009 році до 100,46% у 2012 році. Соціальною сферою діяльності, в якій відбувались відчутні коливання була освітня галузь, де, як видно з рисунку, у 2010 році помічено зниження зростання найманого персоналу. 2008 рік можна охарактеризувати, як рік, коли темп зростання частки найманих працівників в загальній структурі був мінімальним за аналізований період. При цьому протягом 2008-2009 років спостерігалось зростання всіх значень окрім показника темпу зростання торгівлі. На основі розрахованих даних можна дійти висновку, що зменшення темпів зростання частки найманих працівників, зайнятих у торгівлі призвело до підвищення темпів зростання персоналу решти досліджуваних видів діяльності.

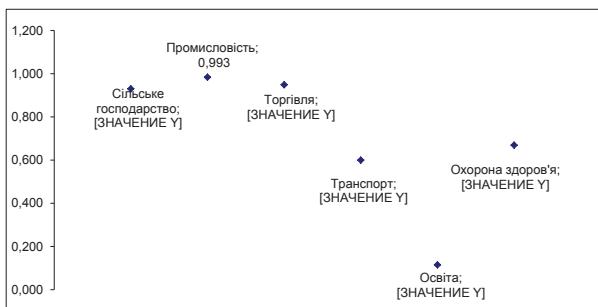


Рис. 3. Кореляція зайнятого населення та найманих працівників за видами економічної діяльності

Порівняння темпів зростання окремих елементів структури зайнятого населення і найманих працівників дозволяє зробити висновки про те, що ці два показники мають тісний зв'язок між собою. Якщо проаналізувати кореляційний зв'язок між ними (рисунок), то можна прослідкувати, що найбільш пов'язані між собою темпи зростання зайнятого населення та найманих працівників промисловості, сільського господарства та торгівлі (коефіцієнти кореляції дорівнюють відповідно 0,993; 0,930 та 0,949 відповідно) (рис. 3).

Ефективність використання трудових ресурсів в Україні, які містять в своїй структурі найманих працівників має з цими ресурсами кореляційну залежність (рис. 4). Ця залежність виражається у визначенні коефіцієнта кореляції між темпом зростання зайнятого населення та темпом зростання найманих працівників. Необхідність визначення такого зв'язку обумовлена законодавчо визначеною різницею між зайнятими на найманими робітниками. Останні, в свою чергу, є складовим елементом зайнятих працівників.

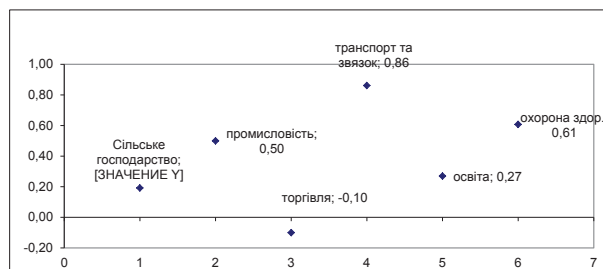


Рис. 4. Кореляція зайнятого населення України за видами економічної діяльності

Найбільша залежність між зростанням зайнятого населення та найманих працівників існує у сфері транспорту та зв'язку (0,86). Значення подібного співвідношення у сільському господарстві становить 0,19, що свідчить про те, що кількість зайнятого в аграрному секторі населення слабо залежить від найманих працівників.

Аналіз рівня середньої заробітної плати протягом 2000-2012 років показує, що протягом зазначеного періоду оплата праці в сільському господарстві поступово наближується до середнього значення по Україні (табл. 4).

За період з 2000 по 2012 роки її значення зросло на 0,19 пунктів структури (з 0,50 до 0,69). При цьому в інших галузях, що виносяться на дослідження, коливання зміни рівня заробітної плати відбувались різноспрямовано. Значення оплати праці у промисловості має тенденцію до стабільного зростання; порівняно з 2008 роком у 2012 її розмір зріс на 0,05 пунктів структури. Аналогічна ситуація спостерігається в галузі освіти та охорони здоров'я, де за такий самий

Рівень заробітної плати від середнього за видами діяльності

Таблиця 4

Вид економічної діяльності	Роки						
	2000	2005	2008	2009	2010	2011	2012
Сільське господарство	0,50	0,54	0,61	0,64	0,66	0,70	0,69
Промисловість	1,31	1,20	1,12	1,11	1,15	1,18	1,16
Торгівля	0,98	0,88	0,84	0,82	0,84	0,89	0,89
Транспорт	1,46	1,31	1,22	1,26	1,22	1,19	1,15
Освіта	0,68	0,80	0,80	0,85	0,84	0,79	0,84
Охорона здоров'я	0,60	0,64	0,65	0,69	0,73	0,68	0,73

Джерело: складено автором за [10].

період рівень оплати праці зріс на 0,05 пунктів структури в обох випадках. Оплата праці в сфері надання транспортних та торговельних послуг має менший за загальноукраїнський темп зростання, оскільки їх рівень протягом 2008-2012 рр. зменшився на 0,04 пункти структури та лишився незмінним у другому випадку. Оцінка рівня заробітної плати за представленими видами економічної діяльності свідчить про те, що за аналізований період працівники підприємств сільського господарства отримували найнижчу заробітну плату. Проте, наближення її значення до середнього рівня по Україні протягом 2008-2012 рр. відбувалося найбільшими темпами. Зобразимо графічно залежність рівня заробітної плати у сільському господарстві до її середнього значення по Україні та побудуємо лінію прогнозного тренду (рис. 5).

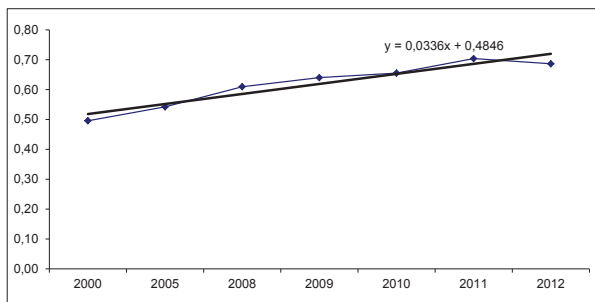


Рис. 5. Залежність рівня оплати праці у сільському господарстві від середнього значення оплати праці по Україні

Лінія тренду, виражена рівнянням лінійної регресії $y=0,4846+0,0336x$, показує, що існує тенденція до подальшого зростання рівня оплати праці в сільському господарстві. Причому ця тенденція має стабільно висхідний характер.

Причини зростання рівня оплати праці в сільському господарстві можна виявити з попереднього аналізу зайнятості населення. Незважаючи на те, що чисельність сільського населення в останні роки зменшується, частка працівників, зайнятих у сільському господарстві постійно зростає, що свідчить про підвищення попиту на сільськогосподарські професії. Роботодавці зацікавлені в тому, щоб на їх підприємствах працювали кваліфіковані працівники, діяльність яких призведе до зростання прибутків підприємства та регіону в цілому. Цей факт веде до поступового підвищення заробітної плати, що і відображено в тренд-аналізі.

Темп зростання рівня середньої заробітної плати за видами економічної діяльності показує різнохарактерну картину (рис. 6).

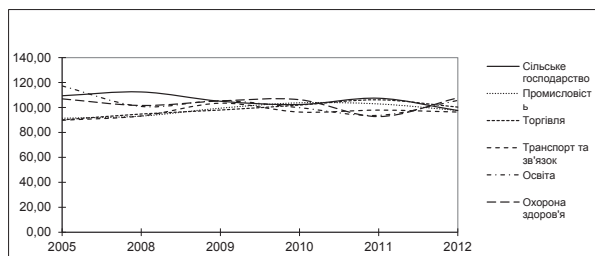


Рис. 6. Темпи зростання рівня заробітної плати за видами економічної діяльності по відношенню до середнього значення оплати праці в Україні

Рівень оплати праці має виражені коливання з напівперіодом у два роки. Протягом 2008-2010 ро-

ків відбувалося зниження темпів, в той час як до 2008 року та за період 2010-2012 рр. спостерігається його зростання. Галузі освіти та охорони здоров'я показують зниження темпів зростання, промисловість та транспорт – коливання в межах 100-відсоткового значення темпу, торгівля – стабільне зростання протягом всього аналізованого періоду.

Розрахована залежність між ростом середньої заробітної плати по Україні та середньої оплати праці по окремих галузях свідчить, що найбільш тісний кореляційний зв'язок, порівняно з іншими досліджуваними сферами економічної діяльності, спостерігається у торгівлі (0,88) (рис. 7).

Це означає, що при зростанні середньої заробітної плати в торгівлі середня оплата праці в країні зростатиме швидшими темпами, ніж за умови зростання оплати праці в сільському господарстві та промисловості, де кореляційний зв'язок становить 0,49 та 0,94 відповідно.

Висновки з проведеного дослідження. Від характеру процесу зміни механізму та структури формування трудових ресурсів аграрного сектору залежить подальша екстраполяція на них загальної моделі стратегічного управління ресурсами підприємства. Визначення залежностей між оплатою праці за видами економічної діяльності, за загальною кількістю зайнятого населення дозволяють визначити пріоритетність реалізації заходів з підвищення ефективності використання трудових ресурсів.

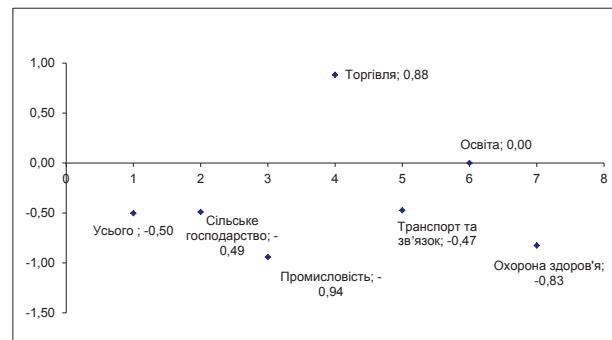


Рис. 7. Кореляція оплати праці за видами економічної діяльності в Україні

При цьому слід уникати так званої «фіктивної пріоритетності», коли низька ефективність роботи персоналу трактується з точки зору саме кадрової політики, в той час як її негативні зрушення викликані іншими зовнішніми або внутрішніми чинниками. Ними є зниження продуктивності праці через застарілий фонд основних засобів виробництва, напружене соціальне становище в країні, недосконалість законодавства, відставання у впровадженні інновацій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Армстронг М. стратегическое управление человеческими ресурсами / М. Армстронг. – М. : ИНФРА – М, 2002. – 328 с.
2. Березін О.В. Економічний потенціал аграрних підприємств: механізми формування та розвитку / О.В. Березін, О.Д. Плотник. – Полтава : Інтер Графіка 2012. – С. 145.
3. Гончаров В.М. Розвиток управління трудовими відносинами на підприємствах : монографія / В.М. Гончаров, В.В. Колеснікова. – Луганськ : Вид-во «Ноулідж», 2012. – С. 36-47.
4. Джонс П. Управляйте людьми ефективно. Как обеспечить высокую продуктивность в работе, опираясь на мотивацию сотрудников / П. Джонс. – М. : Дело и Сервис, 2008. – 272 с.
5. Максвелл Дж. Мотивация решает все / Дж. Максвелл. – М. : Поппури, 2009. – 160 с.

6. Мотивація трудових ресурсів сільських територій : монографія / В. Г. Каченко [та ін.]; Луганський національний аграрний університет. Луганськ : Елтон-2, 2009. 228 с.
7. Олійник Т.І. Формування та ефективне використання трудового потенціалу сільськогосподарських підприємств : монографія / Т.І. Олійник. – Харк. нац. аграрн. ун-т ім. В.В. Докучаєва. – Харків : Магда Ltd, 2008. – 338с.
8. Рябоконт В.П. Основні напрями соціально – економічної перебудови та розвитку українського села // Економіка АПК. – 2009. – № 6. – С. 86-89.
9. Саблук П. Т. Стабільні економічні умови як фактор послідовного підвищення ефективності сільськогосподарського виробництва // Економіка АПК. – 2003. – № 1. – С. 12-17.
10. Статистичні дані державної служби статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/> заголовок з екрану.
11. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року / за ред. Ю.О. Лупенка, В.Я. Месель-Веселяка. – К. : ННЦ «ІАЕ», 2012. – 182 с.
12. Трудовий потенціал села / І.Ф. Гнибіденко [та ін.]. – К. : УАДУ, 2003. – С. 21.
13. Управління розвитком трудового потенціалу підприємства : монографія / В.М. Гриньова, М.М. Новікова, В.В. Самойленко, В.Л. Смолюк, М.С. Бріль. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2009. – 256 с.

УДК 330.3

Гавриленко Є.С.

студентка

Інституту міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ В УКРАЇНІ В КОНТЕКСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Досліджено сутність концепції сталого розвитку, визначено взаємозв'язок з поняттям корпоративної соціальної відповідальності. Обґрунтовано необхідність реалізації соціально відповідальних заходів транснаціональними корпораціями як основи для досягнення Цілей Тисячоліття. Проаналізовано практику корпоративної соціальної відповідальності бізнесу в Україні.

Ключові слова: транснаціональна корпорація, корпоративна соціальна відповідальність бізнесу, сталий розвиток, Цілі Розвитку Тисячоліття, Глобальний договір ООН.

Гавриленко Е.С. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ В УКРАИНЕ В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Исследована сущность концепции устойчивого развития, определена взаимосвязь с понятием корпоративной социальной ответственности. Обоснована необходимость реализации социально ответственных мероприятий транснациональными корпорациями как основы для достижения Целей Тысячелетия. Проанализирована практика корпоративной социальной ответственности бизнеса в Украине.

Ключевые слова: транснациональная корпорация, корпоративная социальная ответственность бизнеса, устойчивое развитие, Цели Развития Тысячелетия, Глобальный договор ООН.

Gavrylenko I.S. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY IN UKRAINE IN CONTEXT OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

The article provides the analysis of the essence of corporate social responsibility (CSR) and defines relationship between the sustainable development and CSR. The necessity of implementing CSR activities by transnational corporations as a basis for the achievement of the MDGs is analyzed. The practice of corporate social responsibility in Ukraine is also reviewed.

Keywords: transnational corporation, corporate social responsibility, sustainable development, the Millennium Development Goals, the UN Global Compact.

Постановка проблеми. Соціально-економічний розвиток в ХХІ столітті, орієнтований на швидкі темпи економічного зростання, наносить велику шкоду навколишньому середовищу. Виникає протиріччя між потребами, які неухильно зростають, та можливостями їх забезпечувати. Об'єктивною умовою часу стає пошук нової доктрини, в рамках якої майбутнє не є під загрозою, адже подальший рух шляхом технократичної цивілізації веде до глобальної економічної та екологічної кризи, виходу з якої немає. Нині такою доктриною прийнято вважати концепцію сталого розвитку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Починаючи з 80 рр. ХХ ст., проблеми імплементації соціальної складової в концепцію сталого розвитку є на порядку денному практично усіх міжнародних фондів, більшість рішень яких реалізуються в площині збалансування інтересів суспільних груп. Науковим підґрунтям до окреслення подальших стратегічних та тактичних заходів до реалізації концепції сталого розвитку є праці Д. Геймана, які дали поштовх до подальших досліджень в аспекті узгодження екологічних, економічних та соціальних аспектів суспільного стану.

Останні публікації ряду вітчизняних авторів, зокрема Д. Баюри, О. Грішнєвої, А. Колота, Н. Супрун, О. Петрос, засвідчують значний прорив українських науковців в пошуку інструментів взаємоузгодження суспільних інтересів у різних секторах і сферах економічного розвитку. Однак на сьогодні як на теоретичному, так і емпіричному рівнях існує потреба забезпечення цілісності збалансування інтересів усіх суспільних груп з метою побудови парадигми сталого розвитку для вітчизняного суспільства як в епістемічному, так і соціальному аспектах.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Ступінь вивченості даного питання в вітчизняній на закордонній літературі значно відрізняється. На жаль, практика українських компаній в сфері корпоративної соціальної відповідальності не є такою розвинутою, як на Заході. Відповідно, практично відсутні публікації, присвячені впливу соціальної відповідальності на виконання завдань сталого розвитку, організаційному забезпеченню соціальної відповідальності. Недостатня розробленість теоретико-методичних та практичних питань визначає актуальність даного дослідження.

Метою даної публікації є наукове обґрунтування необхідності реалізації соціальної відповідальності в системі економічних відносин як базового елемента усіх складових концепції сталого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Поняття «сталий розвиток» було запроваджене у світову науку та політику комісією Брундтланд в 1987 році як розвиток, який задовольняє потреби теперішнього часу, проте не ставить під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої власні потреби.

Розроблена на основі наукової обробки великого масиву емпіричного матеріалу, глибокого аналізу практики та синтезу нових знань, зазначена концепція отримала характер науково-теоретичного та політичного підґрунтя подальшого розвитку людської цивілізації. Дана концепція тісно пов'язана з так званими Цілями Тисячоліття, проголошеними ООН, серед яких, наприклад, – подолання крайньої бідності та голоду, забезпечення загального доступу до освіти, зменшення дитячої смертності, розвиток глобальної співпраці задля розвитку тощо.

За даними ООН, екологічна стійкість перебуває під серйозною загрозою. Зростання загальносвітового обсягу викидів двоокису вуглецю (CO₂) прискорюється, і сьогодні він більш ніж на 46% перевищує рівень 1990 року. Надмірна експлуатація запасів морських риб призводить до зниження уловів. Збільшилася площа природоохоронних зон суші і моря, однак зникнення птахів, ссавців і інших видів відбувається небувало швидкими темпами, причому зменшуються і чисельність популяцій, і ареали їх розповсюдження [1, с. 43].

Окрім цього, майже у кожній шостій дитині в світі у віці до п'яти років відзначається знижена вага, а у кожній четвертій спостерігається затримка росту. Згідно з новими оцінками, у період 2010-2012 років близько 870 млн. чол., або кожен восьмий житель Землі, регулярно відчували нестачу харчування для задоволення своїх мінімальних енергетичних потреб [1, с. 10].

Проблеми сталого розвитку є особливо важливими для України, де продовжує зберігатись екстенсивний тип відтворення, що веде до нераціонального використання природних ресурсів і деградації середовища існування людей.

Головним недоліком сучасної економічної моделі в Україні є орієнтація на більш повне залучення у господарське використання природно-ресурсного потенціалу України та її регіонів, особливо мінеральних ресурсів. Така стратегія ендегенного розвитку суперечить суті сталого розвитку, який передбачає зниження ресурсоемності виробництва, впровадження ринково орієнтованих методів управління природокористуванням, здатних перетворити охорону навколишнього середовища, раціональне використання природних ресурсів та екологічну безпеку країни у невід'ємну складову соціально-економічних перетворень.

Оскільки кожна країна може корегувати глобальні цілі розвитку тисячоліття під свої конкретні потреби, в Україні у 2010 р. було визначено 6 цілей, що мають бути досягнуті до 2015 р., які адаптовані до економічної, соціальної та екологічної політики України: подолання бідності, забезпечення якісної освіти впродовж життя, сталий розвиток довкілля, поліпшення здоров'я матерів та зменшення дитячої смертності, обмеження поширення ВІЛ/СНІДу та туберкульозу і започаткування тенденцій до скорочення їхніх масштабів та забезпечення гендерної рівності [2, с. 31].

Отже, зняття загрози глобальної екологічної та економічної катастрофи потребує не лише якісних змін у технологіях і управлінні виробництвом, а й модернізації економічних відносин та соціального устрою. Реальна небезпека зазначених глобальних проблем та необхідність їх усунення спільними зусиллями стає все більш зрозумілою для зростаючої кількості людей і перш за все – представників національних та міжнародних еліт. Критеріями реалізації цієї нової цивілізаційної парадигми мають бути економічна ефективність, екологічна безпека і соціальна справедливість.

В такому розумінні сталий розвиток реалізується за допомогою концепції корпоративної соціальної відповідальності. За статистикою, сукупний обсяг виробництва транснаціональних компаній перевищує чверть світового ВВП. На підрозділи ТНК за межами країн базування припадає близько 10,3% світового ВВП та третина світового експорту. Чисельність зайнятих на підрозділах ТНК за межами країн базування зростає на 33,9% в порівнянні з передкризовим рівнем 2005-2007 р., обсяг продажів – майже на 35%, обсяг експорту – на 47,1% [3, с. 26]. Позиції транснаціональних корпорацій з року в рік зміцнюються все більше, тому, на мою думку, можна вважати, що саме від реалізації соціально відповідальних заходів транснаціональними корпораціями залежить досягнення сталого розвитку. Володіючи основними фінансовими та людськими ресурсами, корпорації здійснюють вагомий вплив на вирішення глобальних проблем суспільства та розвитку територій, де вони розташовані.

В Україні КСВ є відносно новою практикою для вітчизняних бізнес структур. Її тренд сетами виступають провідні транснаціональні корпорації, що ведуть бізнес на території нашої країни, та вітчизняні компанії – лідери формування трендів КСВ. Закономірно також, що малий і середній бізнес більше тяжіють до благодійності, в той час як великі компанії більше часу приділяють системним проектам розвитку соціальної інфраструктури та поліпшення екологічної ситуації.

Свідченням позитивної тенденції є той факт, що в 2006 році Україна приєдналася до Глобального Договору ООН, який ставить завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу, участі в рішенні найгостріших проблем людства та закликає ділові кола керуватися в своїй діяльності десятьма основними принципами в галузі дотримання прав людини, трудових відносин, охорони оточуючого середовища та боротьби з корупцією [4].

За даними досліджень, політика соціальної відповідальності українських компаній насамперед спрямовується на співробітників і споживачів. Переважну частину заходів із соціальної відповідальності можна віднести до трудових практик: це розвиток власного персоналу, відмова від використання примусової та дитячої праці, відсутність дискримінації, поліпшення умов праці, а також захист здоров'я і безпека споживачів [5, с. 21]. Лише третина компаній здійснюють соціальні інвестиції в розвиток суспільства, трохи більше – надають різну допомогу регіону, де розташовані їхні підприємства.

Одним з найменш популярних напрямків соціальної відповідальності є захист навколишнього середовища [5, с. 54]. Серед тих підприємств, які впроваджують екологічну відповідальність, найбільш поширені практики застосування енергозберігаючих технологій та програми сортування та утилізації відходів.

Лідерами з впровадження програм КСВ є, як правило, великі підприємства з тривалим досвідом роботи на ринку, які зіштовхуються з жорсткою конкуренцією з боку українських і закордонних підприємців. Чимало з них оперують на міжнародних ринках, урахувавши вже сформовані вимоги західних економік до соціального іміджу бізнесу. Так, за даними всеукраїнського рейтингового журналу «ГВардія», у 2013 році до числа лідерів серед українських компаній, які реалізують принципи КСВ стали такі компанії як «ДТЕК», «Арселормиттал Кривий Ріг», «Платинум Банк», «Оболонь», «Метинвест», «Київстар», «Nemiroff» тощо [6].

Важливо, що для переважної більшості українських компаній основний стимул з впровадження соціальної відповідальності – це пільгове оподаткування для тих структур, які застосовують соціальну відповідальність, зменшення адміністративного тиску місцевих органів влади і позитивні приклади впровадження заходів соціальної відповідальності в світі.

Майже третина українських компаній ігнорує соціальну відповідальність. Для більшості з них програми з соціальної відповідальності неактуальні через брак коштів, а кожна десята вітчизняна структура вважає, що це функція держави, а не бізнесу [5, с. 25].

Компанії, які визначили та впроваджують власну стратегію соціальної відповідальності, стикаються з низкою перепон, притаманних як країнам із близькою до української фазою розвитку соціальної відповідальності бізнесу, так і суто вітчизняним. Серед них такі проблеми, як обмежене заохочення соціальної відповідальності, викривлена роль ЗМІ, низька організаційна спроможність груп впливу в Україні, обмежена культура співпраці, необхідність адаптації міжнародних політик соціальної відповідальності бізнесу до українських умов, відсутність достатньої кількості ознайомих, зацікавлених та компетентних у соціальній відповідальності менеджерів.

Висновки. На жаль, розвиток глобальної кризи відбувається значно швидше, ніж процеси ліквідації антропогенного впливу на оточуюче середовище. Метою міжнародної спільноти має бути не запобігання негативних наслідків своєї діяльності, а досягнення загального добробуту. Інструментом такого завдання є концепція сталого розвитку, досягнення якого є можливим завдяки впровадженню транснаціональними корпораціями соціально відповідальних заходів.

Якщо співвіднести цілі, поставлені для розвитку України до 2015 року, з практикою впровадження українськими компаніями соціально-відповідальних заходів, можна сказати, що така діяльність не є достатньою та повноцінною. Успішність реалізації концепції сталого розвитку в Україні значною мірою залежить від більш ефективного використання людського капіталу, застосування інформаційних, ресурсо-, енерго- і природозберігаючих технологій, а також забезпечення стійкого зв'язку між економічним зростанням і підвищенням рівня життя та добробуту людей.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Цели развития тысячелетия: доклад Организации Объединенных Наций за 2013 год [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.un.org/ru/millenniumgoals/pdf/Russian2013.pdf>.
2. Національна доповідь Міністерства економіки України «Цілі Розвитку Тисячоліття: Україна – 2010» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ime.edu.ua/net/cont/Cili.pdf>.
3. World Investment Report 2012. United Nations, 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2012_embargoed_en.pdf.
4. Глобальний Договір в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.globalcompact.org.ua/ua/about/inukraine>.
5. Зінченко А.Г. Корпоративна соціальна відповідальність 2005 – 2010: стан та перспективи розвитку. – К. : Фарбований лист, 2010. – 56 с.
6. Рейтинг открытости и системности в сфере КСО 2013 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kontrakty.ua/doc/rating_CSR_2013.pdf.

УДК 338.33:658

Гадзевич І.О.

*аспірант кафедри економіки та безпеки підприємства
Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки***РОЗРОБКА АЛГОРИТМУ ПЕРЕХОДУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА
ДО ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ЙОГО ДІЯЛЬНОСТІ**

У статті розглянуто існуючі підходи до обґрунтування доцільності проведення диверсифікації діяльності підприємства та економічного оцінювання ефективності. Визначено передумови зростання ринкової вартості підприємства за рахунок розширення обсягів діяльності. Запропоновано алгоритм обґрунтування переходу підприємства до стратегічних змін.

Ключові слова: диверсифікація, ринкова вартість підприємства, інвестиційний проект, ефективність диверсифікації діяльності, управлінські рішення.

Гадзевич И.О. РАЗРАБОТКА АЛГОРИТМА ПЕРЕХОДА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ К ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассмотрены существующие подходы к обоснованию целесообразности проведения диверсификации деятельности предприятия и экономической оценки эффективности. Определены предпосылки роста рыночной стоимости предприятия за счет расширения объемов деятельности. Предложен алгоритм обоснования перехода предприятия к стратегическим изменениям.

Ключевые слова: диверсификация, рыночная стоимость предприятия, инвестиционный проект, эффективность диверсификации деятельности, управленческие решения.

Gadzevych I.O. DEVELOPING AN ALGORITHM FOR TRANSITION OF INDUSTRIAL ENTERPRISE TO DIVERSIFICATION OF ITS ACTIVITIES

The article describes the existing approaches to the rationale for conducting the diversification of the company and economic evaluation of effectiveness. The preconditions of the growth in the market value of the enterprise through the expansion of the volume of activity are identified. An algorithm for transition of industrial enterprise to diversification of its activities is proposed.

Keywords: diversification, the market value of the company, the investment project, the effectiveness of diversification of activities, management decisions.

Постановка проблеми. В умовах, коли підприємства змагаються за обмежені ресурси та споживача, виникає необхідність більш ефективного використання ресурсів для досягнення результатів своєї діяльності. Потреба у збільшенні прибутку, розширенні обсягів діяльності та збільшенні ринкової вартості ставить підприємство перед вибором шляху, за допомогою якого можна найкраще це зробити. Одним із найпоширеніших способів є диверсифікація діяльності, ухвалення рішення про яку одночасно вимагає визначення її типу, масштабу і фінансових ресурсів, необхідних для здійснення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Велику увагу визначенню мотивів, напрямків, методів та чинників диверсифікації приділено в публікаціях І. Ансоффа, М. Корінько, Р. Кунца, Ж. Ліувіля, В. Момота, А. Наливайко, А. Стрикленда, А. Томсона, З. Шершньової та ін. Проблематику оцінювання ефективності диверсифікації діяльності вивчали, зокрема, С. Алтухов [1], Х. Грехем [6], В. Дереза, Н. Маслак, М. Паск'є, С. Попова [3], М. Радева, І. Скворцов, О. Цогла [4] та ін. Проте питання, які стосуються обґрунтування управлінських рішень щодо здійснення, послідовності та доцільності диверсифікації, недостатньо вивчені й узагальнені. Це обумовило вибір теми та актуальність дослідження.

Постановка завдання. Завдання дослідження полягає в розробці алгоритму переходу промислового підприємства до диверсифікації діяльності та визначенні передумов зростання його ринкової вартості за рахунок розширення обсягів діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прийняття рішення щодо диверсифікації діяльності має ґрунтуватися на економічних розрахунках та стратегічних перспективах, що бачить перед собою підприємство. Зрозуміло, що при скороченні діяльності недоцільно проводити диверсифікацію. Проте це

може бути й антикризовим заходом. Тому, головною передумовою диверсифікації є потреба у зростанні підприємства. Слід зробити прогноз, яким чином розширення сфери діяльності підприємства вплине на існуючі та потенційні ринки, що планує зайняти підприємство. Оцінка доцільності диверсифікації має враховувати ризики, що пов'язані як з освоєнням нового виду діяльності, та ті, що виникають у разі продовження діяльності та посилення ведення конкурентної боротьби на ринку існуючого продукту. Для оцінки доцільності диверсифікації діяльності слід перш за все порівнювати витрати та дохід, що може бути отриманим. Якщо дохід перевищує витрати, то впровадження даної стратегії є доцільним. Але для прийняття найбільш ефективного рішення потрібно оцінити та порівняти усі альтернативні шляхи зростання підприємства. Оцінка доходів та витрат має мати довгостроковий характер та оцінювати подальшу стратегічну перспективу [2, с. 60].

Перед прийняттям рішення про диверсифікацію проводиться традиційний фінансово-економічний аналіз стану основних систем диверсифікованого підприємства – в основному виробництва, фінансів і персоналу. При цьому у зв'язку з відсутністю єдиної методики такого аналізу отримані результати не можуть порівнюватися і формувати основу для об'єктивної оцінки.

Оцінка ускладнюється також відсутністю індивідуальних для кожного виду діяльності нормативних значень окремих показників, в межах яких діяльність підприємства може бути визнана ефективною.

На наступному етапі на підставі результатів проведеного аналізу обирається проект диверсифікації. Традиційно вибір ґрунтується на рішеннях керівництва диверсифікованого підприємства. Основою для визнання обраного проекту ефективним є аналіз таких показників:

1. Залежно від величини отриманого прибутку: зміни розміру прибутку, рівня рентабельності.

2. Залежно від результатів використання робочої сили підприємства: зміни кількості робочих місць, зміни середньої заробітної плати працівників, зміни продуктивності праці, зміни кваліфікаційного складу працівників.

3. Залежно від використання основних виробничих засобів підприємства: зміни фондівіддачі, фондоозброєності праці.

По кожному з наведених показників пропонується здійснювати порівняння за трьома значеннями:

- фактичної величини показника за період, що передує переходу до диверсифікації;

- планованої величини показника від традиційної діяльності;

- планованої величини показника від диверсифікаційної діяльності [1].

Основою для порівняння є значення показника за період, що передує переходу до диверсифікації. В даний час в умовах кризи щорічно спостерігається зниження всіх пропозованих показників діяльності більшості промислових підприємств $\Pi_{звіт}$. Тому можна припустити, що значення цього показника буде перевищувати планове значення показника від традиційної діяльності:

$$\Pi_{звіт} > \Pi_{трад. план},$$

де $\Pi_{трад. план}$ – планове значення показника від традиційної діяльності.

Виконання цієї умови є однією з основних причин переходу підприємства до диверсифікації діяльності, який буде визнаний обґрунтованим у тому разі, якщо:

$$\begin{aligned} \Pi_{див. план} &> \Pi_{трад. план}; \\ \Pi_{див. план} &\geq \Pi_{звіт}. \end{aligned}$$

де $\Pi_{див. план}$ – планове значення показника від диверсифікаційної діяльності.

Рівність між значенням показника за звітний період і плановим значенням показника від диверсифікації діяльності визнається як умова обґрунтованості переходу підприємства до диверсифікаційних змін [1]. Це відбувається в силу того, що при тенденції до зниження основних показників діяльності підприємств збереження їх значення на рівні попереднього року в реальних умовах розглядається як позитивний результат реалізації диверсифікаційного проекту.

Значимість показників відрізняється один від одного. При цьому жоден з них не може бути названий визначальним, тобто значення якогось одного з показників не може однозначно вирішити питання на користь переходу до диверсифікації або відмови від неї. Причина цього полягає в тому, що в якості цілей диверсифікації діяльності промислового підприємства розглядається збільшення прибутку, збільшення зайнятості трудових і виробничих ресурсів підприємства. У процесі досягнення цих цілей можливе виникнення протиріч, вирішення яких вимагає обліку та комплексної оцінки всіх показників.

Найбільш істотними традиційно є показники зміни величини отриманого прибутку. Вони стають узагальнюючими в оцінці результатів господарської діяльності підприємства. Другими за значимістю є показники використання робочої сили, так як диверсифікація діяльності – основний напрям збереження кадрового потенціалу диверсифікованого підприємства. Меншу відносну значимість мають показники використання виробничих засобів підпри-

ємства, що, тим не менш, не дає права їх не враховувати [3, с. 220].

Слід зазначити, що проведений аналіз значимості показників не є основоположним, і в реальних умовах слід говорити про коригування пріоритетів. Зокрема, ринкова вартість підприємства в конкурентній економіці є найважливішою комплексною оцінкою успішності будь-якої діяльності, оскільки вона чутливо й адекватно реагує на зміну як поточного, так і перспективного фінансового стану підприємства. Тим часом далеко не всі менеджери, приймаючи ті чи інші управлінські рішення, враховують можливу реакцію цього показника на них.

Безліч управлінських рішень, що ставлять за мету досягнення максимальної ефективності діяльності за допомогою розширення номенклатури продукції, приймається в розрахунок на появу ефекту синергії, ідея якого, як уже зазначалось, полягає в тому, що об'єднання окремих виробництв в загальну систему дозволяє поліпшити вихідні показники ефективності за рахунок додаткової економії від масштабу виробництва. Саме ефект масштабу враховується при ухваленні рішення про вихід на нові ринки з новою продукцією і вбудовуванні в існуючу виробничу систему нових елементів, що дозволяють реалізувати задумане [3].

На оцінку ринкової вартості підприємства при диверсифікації його діяльності впливають як мінімум два різноспрямовані чинники: з одного боку, дійсно існує ефект віддачі від масштабу, що сприяє зростанню прибутку, з іншого – впливає зростання втрат від розсіяння управлінської уваги менеджерів. Для того, щоб продавати продукцію в нових сегментах, необхідно значно розширити обсяг знань маркетингових служб щодо цих сегментів ринку і додатково залучити фахівців для просування цієї продукції і поточного управління продажами. Якщо це не робиться, і, здавалося б, витрати не зростають, знижується ефективність продажів інших продуктів на інших сегментах, що також тягне за собою втрати. Ускладнення виробництва часто супроводжує розширення асортименту продукції, викликає аналогічні процеси в технічних і постачальницьких службах, що також негативно впливає на кінцевий ефект.

Тому поки ефект масштабу «справляється» з втратами від ускладнення об'єкта управління, сумарна складова цих ефектів має позитивний вплив і вартість підприємства дійсно зростає в міру розширення спектру діяльності. Але починаючи з деякого порогового значення, темпи зростання ефекту масштабу сповільнюються, а втрати збільшуються зростаючими темпами. В результаті знижуються грошові потоки і підприємство знецінюється всупереч прогнозованому зростанню його вартості. Проте існує оптимальний рівень диверсифікації, який максимізує вартість діяльності. Потенційний ефект синергії, що виникає в складних системах і в разі об'єднання зазвичай має позитивний знак, може бути реально досягнутий далеко не завжди, оскільки надлишкове ускладнення самої системи неминуче спричиняє появу більш вагомих негативних ефектів.

Узагальнюючи вищевикладене, можна зробити висновок, що доцільна диверсифікація та розширення діяльності сприяють зростанню ринкової вартості підприємства. Якщо розширення асортименту виробленої продукції здійснюється плановірно, у міру створення необхідних інвестиційних ресурсів, то підприємство з успіхом може вийти на рівень диверсифікації, який максимізує його ринкову вартість.

Якщо ж темпи розширення досить великі, підприємство починає стикатися з «фінансовими пере-

вантаженнями», які через кілька переходів призводять до ослаблення конкурентної позиції, зниження грошових потоків по решті продукції і знецінення ринкової вартості підприємства. Ефект масштабу в цій ситуації багаторазово перебивається зростаючою потребою в оборотному капіталі, що неминуче накладає фінансові обмеження на перспективи подальшого зростання всього підприємства.

Звідси можна зробити висновок про наявність не тільки оптимального рівня диверсифікації, але й фінансових обмежень на темпи його досягнення. Як показує практика, неврахування того факту, що не всяка диверсифікація виявляється вартісно доступною, підводив до межі банкрутства чимало підприємств, захоплених невинувато високою ростом.

На розширення номенклатури вироблених виробів, як правило, найбільший вплив робить той набір і рівень технологій, які діють на підприємстві. Новий продукт, як правило, вбудовується в загальну систему, можливо, із залученням додаткових виробничих елементів. Це здається розумним з позицій підвищення ефективності використовуваного обладнання та часто обіцяє деяку синергію. Але, як показує практика проведення фінансово-економічного аналізу деяких підприємств, нерідко це тягне настільки серйозне ускладнення виробництва, що управляти ним стає надзвичайно важко. Причина полягає не тільки в розсіянні уваги менеджерів внаслідок збільшення кількості об'єктів управління. Великою проблемою виявляється зниження ступеня свободи в прийнятті рішень щодо реструктуризації випуску, оскільки складність структури виробництва, обумовлена великою кількістю непростих взаємозв'язків між окремими продуктами, створює об'єктивні перешкоди для проведення будь-якої істотної реструктуризації.

У такій ситуації прийняття низки фінансово-обґрунтованих ефективних рішень виявляється неможливим технологічно і нездійсненним в принципі. Мова йде не про появу нових продуктів (теоретично для них можна просто придбати окрему виробничу лінію), а про неможливість ліквідації найбільш неефективних з існуючих продуктів на користь більш ефективних. Так, якщо деякий продукт виробничої програми в силу технології створює в своєму виробництві побічні продукти, що використовуються і є необхідною сировиною в інших виробництвах, то від нього залежать не тільки потенційні обсяги випуску більшої частини продукції, яка виробляється на підприємстві, але і їх ефективність, оскільки самостійно вироблена сировина, як правило, виявляється більш дешевою, ніж придбана на стороні. До того ж ліквідація або часткове скорочення виробництва такого продукту призводить до інших небажаних наслідків, які без детального вивчення як технологічної системи підприємства, так і рівня фінансування окремих виробничих процесів просто не потрапляють в зону уваги управлінців на стадії прийняття рішення.

Зниження обсягів випуску таких продуктів або повна їх ліквідація призводять до катастрофічного зниження ринкової вартості підприємства. При цьому розкладання ринкової вартості підприємства на складові, обумовлені окремими продуктами, показує спочатку негативний внесок таких продуктів у сумарну оцінку діяльності. Виходячи з економічної доцільності можна було б стверджувати, що саме ці продукти і повинні в першу чергу бути виключені з виробничого плану, оскільки з їх «відходом» має зникнути й небажаний негативний ефект, ними внесений. Але виявляється, що в підсумку виходить якраз навпаки. Це вимагає вирішення протиріччя.

Суть в тому, що сумарна оцінка впливу таких продуктів на інші виробництва, також вимірювана його внеском у ринкову вартість всього підприємства, в більшості випадків значно перевищує негативну оцінку продукту самого по собі. У результаті з урахуванням системних ефектів такий продукт набуває позитивної оцінки (ту саму величину, на яку знижується вартість підприємства при його ліквідації), а залежні продукти найчастіше оцінюються негативно. Це означає, що основна функція такого продукту – не отримання прибутку, а підтримання інших виробництв, які й покликані компенсувати існування неефективного споживача грошових коштів. Без такого підживлення залежні високоєфективні продукти раптом стають споживачами грошових коштів та потенційного економічного ефекту.

Виникає замкнуте коло: підвищення вартості підприємства вимагає реструктуризації випуску на користь більш ефективних продуктів шляхом усунення неефективних, але якраз від них позбується і не можна. Саме це і означає, що боротися з «пожирачами» економічного ефекту підприємство в таких випадках не може.

Ситуація, коли ефект синергії настільки високий, що позитивна оцінка вартості підприємства багато в чому обумовлена саме ним, може бути трактована двояко. З одного боку, можна стверджувати, що на даному підприємстві виробництва об'єднані в систему настільки ефективно, що при даному рівні диверсифікації завдяки системним зв'язкам з усіх одержаний максимальний ефект, якого не могло бути в сукупності незалежних виробництв. З іншого боку, стає зрозуміло, що таке виробництво некероване, нереструктуризоване, і підприємство не має можливості суттєво вплинути на вартість своїх акцій.

Чим складніший об'єкт управління, тим важче ним управляти, оскільки він набуває все більшої іммобільності. Внесення в цю систему будь-якого подразника (у даному випадку у вигляді управлінського рішення) виводить її зі стану рівноваги, такого важливого для такого виробництва, викликає ланцюгову реакцію по багатьох зв'язках усередині системи і часто призводить до протилежного результату. Чим складніша система, тим важче оцінити можливу реакцію системи на стадії прийняття рішення, а отже, тим вище непередбачуваність результату додавання управлінських зусиль. Цей факт в кінцевому підсумку позначається на керованості підприємства в цілому.

Таким чином, як надлишковий рівень диверсифікації, так і невинувато високі темпи розширення виробництва стають для підприємства важливою причиною погіршення якості управління, фінансового ослаблення підприємства і зниження в результаті ринкової вартості підприємства. Спрощення виробничої системи для зниження її внутрішньої самозалежності і додання їй керованості в найближчому майбутньому має стати одним з пріоритетних напрямків реструктуризації українських підприємств. Саме на шляху спрощення, а не ускладнення можливий пошук потенційного ефекту. Особливо важливо це враховувати тим підприємствам, які вже зараз стоять на порозі серйозної реструктуризації.

Обґрунтоване рішення про перехід до диверсифікації діяльності має базуватися на результатах порівняльного (комплексного) аналізу декількох альтернативних проектів розвитку підприємства. Основні компоненти даного аналізу представлені на рис. 1.

На етапі I – «Оцінка необхідності стратегічних змін» – здійснюється обґрунтування доцільності змін. У даному випадку в якості альтернатив розглядається тільки розширення поточної діяльності промислового підприємства або диверсифікація його діяльності (в практиці можливі й інші варіанти).

Вважається, що реалізація проекту стратегічного розвитку підприємства доцільна у випадку, якщо рентабельність проектів в цілому перевищує існуючу (прогнозовану) ставку за банківським кредитом (k) [2, с. 335].

У нашому випадку рентабельність буде тождою внутрішній нормі рентабельності індивідуального проекту (IRR), яка визначає рівень прибутковості, з яким має реінвестуватись в проект вкладений капітал, щоб проект був як мінімум беззбитковим:

$$\left[\sum_{t=1}^n \frac{Invest_{(t)}}{(1+IRR)^t} \right] = \left[\sum_{t=1}^n \frac{CF_{(t)}}{(1+IRR)^t} \right],$$

де $Invest$ – одноразові капітальні витрати на проект, тобто початкові інвестиції (вихідні грошові потоки);

$CF_{(t)}$ – індивідуальний потік поточних доходів (за вирахуванням витрат) від проекту, що виникає в періоді t від моменту початку проекту, тобто чистий грошовий потік в кінці періоду t (вхідні грошові потоки);

n – термін реалізації проекту [2, с. 337].

Порівнянню піддаються показники IRR кожного альтернативного проекту, і для другого етапу аналізу відбираються тільки ті проекти, IRR яких більше k – ставки банківського процента (зазвичай їх більше, ніж один).

На етапі II – «Порівняння ефективності альтернативних проектів» – здійснюється розрахунок і порівняння ряду прогностичних показників альтернативних проектів:

- 1) періодів окупності для проектів (дисконтований строк окупності);
- 2) обсягів інвестицій у проекти;
- 3) стабільності грошових надходжень від проектів;
- 4) розмірів доходу в розрахунку на один рік проекту;
- 5) ризиків проектів.

У загальному випадку період окупності проекту (DPP) визначається:

$$DPP = \frac{Invest}{\frac{R}{(1+g)^t}},$$

де R – дохід у розрахунку на один рік проекту (обсяг аннуїтетних планованих надходжень від проекту),

g – ставка дисконтування [4, с. 102].

У свою чергу :

$$R = \frac{NPV}{1 - \frac{1}{(1+g)^n}},$$

де NPV – чистий дисконтований дохід (чиста теперішня вартість інвестиційного проекту) [4, с. 103].

Визначення ставки дисконтування g для диверсифікаційних напрямів діяльності підприємств являє собою складну задачу, від вирішення якої багато в чому за-

лежить попередня оцінка результатів диверсифікації. Враховуючи різноманіття варіантів реалізації стратегії диверсифікації, які мають можливість вибрати для себе підприємства, слід говорити про необхідність встановлення критеріїв визначення норми ставки.

Одним з основних критеріїв обґрунтованого переходу до диверсифікації діяльності є утримання рівня рентабельності діяльності диверсифікованого підприємства, як мінімум на попередньому рівні. Крім того, істотною умовою для нижньої межі ставки дисконтування виступає умова беззбитковості диверсифікованої діяльності. Принциповими умовами подібної безприбутковості є рівність дохідних і видаткових потоків від диверсифікації (ставка дисконтування більше, ніж ставка IRR).

Верхньою межею норми ставки дисконтування в залежності від напрямку диверсифікації діяльності може служити норма, прийнята на обраному в межах стратегії диверсифікаційних змін цільовому ринку серед виробників товарів (робіт, послуг), схожих з продукцією диверсифікованого підприємства.

Отже, визначення норми ставки дисконтування для конкретного напрямку диверсифікаційної діяльності відбувається в зазначених межах на підставі допустимого для самого підприємства рівня прибутковості проекту.

Слід також зробити наступне припущення: оскільки період окупності – часовий показник, він чутливий до нерівномірності фінансових потоків проекту. У зв'язку з цим рекомендується заміна нерівномірних (реальних) фінансових потоків, складно розподілених у часі, модельним аннуїтетним потоком.

Наступним при оцінці альтернатив проектів є визначення і порівняння розмірів необхідних обсягів інвестицій (IC). Практика показує, що майже завжди обсяг інвестицій на диверсифікацію діяльності буде більше коштів, необхідних для збільшення обсягів наявного виробництва за рахунок використан-

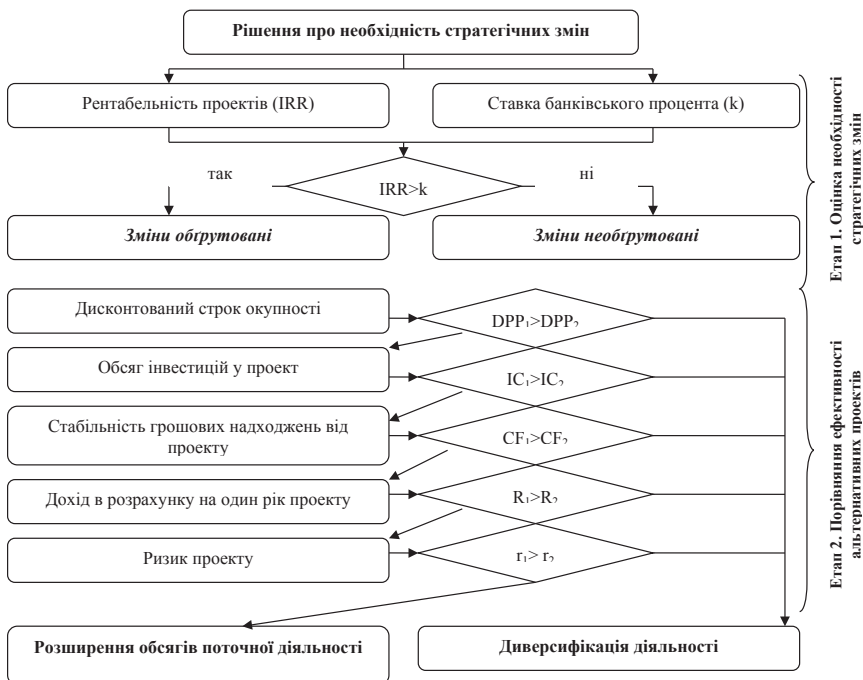


Рис. 1. Алгоритм обґрунтування переходу підприємства до стратегічних змін

Джерело: розроблено автором.

ня резервів виробничої потужності, або за рахунок фізичного масштабування використовуваних виробничих технологій.

Це пояснюється тим фактом, що збільшення обсягів поточної діяльності пов'язано в першу чергу зі збільшенням обсягів поточних змінних витрат і лише в окремих випадках передбачає розширення або модернізацію виробничих потужностей підприємства.

У зв'язку з цим слід визначити обсяг сукупних диверсифікаційних витрат як суму поточних витрати для *i*-го виду продукції і капітальних витрат для *i*-го виду продукції.

Поточні витрати розраховуються як сума прямих експлуатаційних витрати (витрати на технічну, інформаційну та іншу підтримку нового виробництва, розраховані з урахуванням частки податкових відрахувань від прибутку, а також поточні змінні витрати на виробництво товарів-новинок) і непрямих витрат на виробництво продукції (витрати на збільшення числа стратегічних зон господарювання і витрат на координацію між існуючими і новими стратегічними зонами господарювання, маркетингові витрати).

Після деякого рівня витратних потоків диверсифікація призводить до скорочення прибутку від діяльності в рамках диверсифікованих напрямків на одиницю вкладеного капіталу, оскільки підприємство в першу чергу експлуатує найбільш сприятливі можливості, а потім залишаються найменш прибуткові.

Таким чином, при визначенні витратних потоків від реалізації проектів диверсифікації діяльності одним з основних завдань є знаходження такого обсягу витрат на диверсифікацію, який не завдавав би значного збитку фінансово-економічному стану диверсифікованого підприємства і його основної діяльності.

Доведено, що оптимальний обсяг витратних потоків на реалізацію проекту диверсифікації можна визначити як точку перетину прямої сумарних витрат на диверсифікацію і прямої віддачі від вкладених коштів (прибутку на одиницю вкладеного капіталу).

Наступним при оцінці альтернатив проектів розвитку є стабільність грошових надходжень від проектів (CF). Для інвестора важливо, щоб кошти надходили рівномірно, згідно заздалегідь визначеним графіком. Проте на попередньому етапі дуже складно визначити, яка з інвестиційних альтернатив буде більш стабільною.

Щодо визначення ризиків варіантів проектів, доведено, що інвестиційний інструмент (напрямок діяльності) стає ринково обґрунтованим і підвищує ефективність функціонування підприємства, якщо в результаті проведених перетворень значення ризику стратегічного портфеля підприємства прагне до рівня середньоринкового (галузевого) ризику, скорегованого з урахуванням ризиків, що компенсуються інвесторами досліджуваного підприємства [1].

При монопродуктовому портфелі ризик підприємства буде максимальний. Однак диверсифікація товарного портфеля не може бути нескінченною, після додавання *i*-го товару (послуги) подальше розширення товарного портфеля буде надавати незначний вплив на зниження ризику.

Загальний ризик, що представляє собою ризик діяльності досліджуваного підприємства, може бути розрахований за допомогою моделі оцінки дохідності основних активів (САР).

При цьому в моделі необхідно враховувати рівень кореляції між напрямками діяльності підприємства, терміни реалізації проекту (тривалість проекту), структуру діяльності підприємства після стратегічних перетворень.

На заключному етапі аналізу визначається рівень найбільшого ризику, який клієнт готовий прийняти для збільшення очікуваної прибутковості від проекту диверсифікації.

Висновки з проведеного дослідження. На певному етапі розвитку перед підприємством постає питання доцільності посилення конкурентної боротьби на даному ринку або пошук альтернативних варіантів збільшення своєї ринкової вартості та розширення діяльності. Для вирішення цього питання повинні бути оцінені стратегічні перспективи, які виникають в разі прийняття певних стратегічних рішень, та проведений детальний аналіз, що має вказати на їх економічну доцільність.

Запропонований підхід дозволяє здійснити обґрунтований вибір напрямку стратегічного розвитку підприємства, в тому числі диверсифікації діяльності. Основною позитивною стороною розроблених методичних вказівок можна вважати комплексність, що дозволяє врахувати інвестиційний, фінансовий та економічний аспекти розвитку підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алтухов С.И. Организационно-экономические механизмы диверсификации деятельности крупного промышленного предприятия : автореф. дис. ... на соискание ученой степени канд. экон. наук: 08.00.05 / С. И. Алтухов. – Новосибирск, 2004. – 19 с.
2. Богуславський Є. І. Алгоритм підготовки проведення диверсифікації на підприємстві / Є. І. Богуславський // Науковий журнал «Економіка розвитку». – Х. : ХНЕУ, 2012. – № 4(64). – С. 59-63.
3. Попова С.М. Диверсифікація діяльності підприємств в умовах трансформаційної економіки : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.06.01 / С.М. Попова ; Харк. нац. экон. ун-т. – Х., 2004. – 20 с.
4. Цогла О.О. Обґрунтування управлінського рішення щодо диверсифікації діяльності машинобудівного підприємства / І. Б. Скворцов, О.О. Цогла // Вісник Національного університету «Львівська політехніка» «Проблеми економіки та управління». – Львів : Вид. НУ «Львівська політехніка», 2010. – № 684. – С. 218-222.
5. Шарп У. Инвестиции. / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бейли [пер. с англ.]. : ИНФРА – М, 2001. – 1035 с.
6. Graham K. Diversification Strategy: How to Grow a Business by Diversifying Successfully – Kogan Page Publishers, 2009. – 225 с.

УДК 658

Говорушко Т.А.*доктор економічних наук, завідувач кафедри фінансів
Національного університету харчових технологій***Крониковський Д.О.***кандидат технічних наук,
доцент кафедри автоматизації процесів управління
Національного університету харчових технологій*

ДОСЛІДЖЕННЯ МЕТОДІВ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ СИСТЕМИ КОНТРОЛІНГУ

У статті розглянуто методологічні підходи до оцінки ефективності системи контролінгу. Для цього було виокремлено якісні та кількісні показники, а також зроблено аналітично-функціональну декомпозицію підприємства, необхідну для детальної оцінки ефективності системи контролінгу.

Ключові слова: контролінг, системний підхід, ефективність контролінгу, ефективність управління.

Говорушко Т.А., Крониковский Д.О. ИССЛЕДОВАНИЕ МЕТОДОВ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ КОНТРОЛЛИНГА

В статье рассмотрены методологические подходы к оценке эффективности системы контроллинга. Для этого выделены качественные и количественные показатели, а также сделана аналитически-функциональная декомпозиция предприятия, необходимую для детальной оценки эффективности системы контроллинга.

Ключевые слова: контроллинг, системный подход, эффективность контроллинга, эффективность управления.

Hovorushko T.A., Kronikovskyy D.A. RESEARCH OF METHODS FOR EVALUATING THE CONTROLLING EFFECTIVENESS

The article considers methodological approaches for evaluating the effectiveness of controlling. The qualitative and quantitative indicators was selected for this purpose, as well as an analytical and functional decomposition of the enterprise which is necessary for the detailed assessment of the effectiveness of controlling.

Keywords: controlling, systematic approach, effectiveness of controlling, management efficiency.

Вступ. Тематика контролінгу останнім часом набула широкого розповсюдження як серед вітчизняних, так і серед зарубіжних науковців. Багато праць присвячено історичним аспектам появи контролінгу, дефініції поняття, місця в системі управління, інструментів і т. д. Як і будь-яке впровадження, система контролінгу впливає на ряд показників функціонування підприємства, тим самим змінюючи загальну ефективність господарювання, приближуючи чи віддаляючи саме підприємство від поставленої мети.

Постановка проблеми та аналіз останніх досліджень. Проблема визначення сутності контролінгу займалися такі вчені, як Д. Хан, Е. Майер, Р. Манн, О.О. Терещенко, Д.М. Морозов, Е.Л. Попченко, А.М. Кармінський, Н.І. Оленев, А.Г. Приймак та інші. Дослідження показали, що впровадження контролінгу дає помітні результати. В наукових джерелах часто приводиться позитивна тенденція росту доходу, прибутку чи ринкової ціни акцій, проте це все є окремими елементами впливу контролінгу і не може бути прийняте без необхідного обґрунтування. Очевидно, що ефективність управління та ефективність контролінгу є нероздільними. Проте, беззаперечно, вони мають різний базис. Для оцінки ефективності необхідно мати сукупність показників функціонування підприємства протягом певного періоду та методи, які дозволять їх оцінити. Для оцінки ж контролінгу обов'язкова наявність динаміки та порівняльний базис. Якщо вести мову про підприємства, в яких впроваджується система контролінгу, то базисом може слугувати тренд минулих років, звичайно, з внесенням корективних коефіцієнтів (інфляція, зміна відсоткових ставок і т. д.), а також з врахуванням етапу розвитку самого підприємства. У випадку створення нового підприємства доцільне використання порівняння з прямими конкурентами, що не мають в складі управління системи контролінгу. Ситуація, що склалася у цьому напрямку досліджен-

ня, підкреслює актуальність проблеми, вимагає поглибленого вивчення якісних сторін контролінгу, які могли б бути корисними для практиків і науковців.

Метою статті є розкриття проблеми розробки методичного забезпечення оцінки ефективності контролінгу. Для поставленої мети вирішено ряд завдань, що стосуються вивчення принципів дії та структури контролінгу, а також методів оцінки ефективності управління підприємством. У процесі підготовки статті авторами було використано діалектичний метод наукового дослідження.

Виклад основного матеріалу. Контролінг є принципово новою концепцією в управлінні підприємством, що здатна забезпечити підтримку внутрішнього балансу економіки підприємства та його ефективного розвитку шляхом формування об'єктивної інформації про видатки та доходи, що дає змогу приймати оптимальні управлінські рішення. Він забезпечує прогностичний результат діяльності, ефективний зворотній зв'язок, таким чином переводячи управління підприємством на новий рівень, забезпечуючи емерджентність, інтегруючи та спрямовуючи діяльність різних служб і підрозділів підприємства на досягнення найважливіших завдань.

Сутність системи контролінгу полягає у визначенні політики підприємства на перспективу, координації діяльності підрозділів, стратегічній політиці персоналу, розв'язанні основних завдань ведення бізнесу. При цьому окремі стадії управлінського процесу є логічними зв'язками та утворюють комплекс управлінського циклу, який постійно повторюється і для якого характерний прямий та зворотній зв'язки.

Передумовами розвитку контролінгу в сучасних умовах є:

- нестабільність, як зовнішніх (інтернаціоналізація економічного життя, загострення конкуренції на внутрішніх і світових ринках), так і внутрішніх (обсяги виробництва, пошук надійних партнерів) чинників;

- потреба пошуку новіших та удосконалення вже існуючих систем управління, що забезпечують гнучкість та надійність функціонування підприємства;
- істотні зміни в організації та методології системи інформаційного забезпечення;
- відсутність різних варіантів управлінських рішень.

Важливим є той факт, що контролінг орієнтований, насамперед, на майбутнє. Минуле цікавить тільки тією мірою, як воно впливає на майбутнє, сприяє кращій реалізації завдань майбутнього. Мислення категоріями взаємозв'язку минулого з майбутнім допомагає через аналіз відхилень та їхніх причин нагромаджувати знання для пошуку оптимальних контрзаходів. У традиційному розумінні зворотній зв'язок і аналіз відхилень означають звичайне зіставлення того, що є, з тим, що передбачалося, тобто з прогнозними оцінками. Такий підхід дає змогу вчитися на минулих помилках, шукати реальні причини відхилень, які мали місце. Існує певна суперечність між тим, що контролінг, який буде устаткований на врахуванні операцій у минулому, використовується як інструмент, спрямований на виявлення «вузьких місць» у майбутньому [3]. Основною метою контролінгу є скерування управління в напрямку, який забезпечить підприємству оптимальну ефективність, необхідну для руху до обраних цілей.

Оцінка ефективності контролінгу досить важка задача, оскільки контролінг та менеджмент є нерозривними як при управлінні, так і при аналізі. Оцінити ефективність контролінгу можливо лише в динамічному порівнянні функціонування підприємства до та після впровадження системи контролінгу, або ж проводити порівняння з найближчими конкурентами. В іншому випадку прогнозування впливу контролінгу оцінки будуть наближеними. Тобто базисними залишаються методи, що застосовуються для оцінки

ефективності управління, проте з врахуванням їх динамічного руху до поставленої мети підприємства.

Завдання оцінки ефективності контролінгу на підприємстві в часовому аспекті може бути розділене на два: оцінка майбутньої ефективності системи контролінгу, якщо її запровадження заплановане в перспективі або існує необхідність модернізувати існуючу систему, і оцінка ефективності роботи системи контролінгу за минулий період, протягом якого вона функціонувала.

Обидва завдання не мають стандартного розв'язку на сьогоднішній день і перебувають у стадії розробки та активних дискусій у науковій літературі. Труднощі розрахунків, стандартні для оцінки ефективності будь-яких інвестицій, що можна застосувати і до контролінгу, не мають точних цифр майбутніх грошових потоків у часі. Аналіз різних наукових джерел виявив, що для оцінювання ефективності управління суб'єктами ринкової економіки використовуються різноманітні методи, що мають різний математичний апарат та властиві їм недоліки (табл. 1) [2].

Вибір конкретного методу для оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства визначається наступними критеріями: інтерпретація результатів, виявлення слабких сторін, різноманітність показників, кількість аналітиків, витрати часу, фінансові витрати, рівень об'єктивності, доступність використання, оперативність застосування, поширеність застосування, доступність програмного продукту, достовірність результатів та ін.

Різниця між тим, що може бути зроблено підприємством, використовуючи наявні резерви, і реальним використанням можливих ресурсів характеризує адаптивну реакцію на зміни середовища, а отже і ефективність контролінгу. У свою чергу, різниця між ефективністю реальної діяльності та тією, яка, на думку осіб, що приймають рішення, є оптималь-

Таблиця 1

Методи оцінки ефективності управління

Назва	Опис	Недолік
Метод динамічного та просторового порівняння	Спрямований на вивчення всієї сукупності показників та дозволяє дати характеристику рівня ефективності управління діяльністю підприємства безпосередньо по виявлених відхиленнях фактичних значень від базових	Неоднозначна інтерпретація рівня ефективності управління діяльністю у разі одночасного поліпшення кінцевих результатів за одними показниками і погіршення по інших
Метод угруповань	Полягає у виділенні серед сукупності досліджуваних підприємств однорідних груп за будь-якими загальними ознаками [4]	Цілоком залежить від діяльності суміжних підприємств
Метод рейтингової оцінки	Оцінювання ефективності управління підприємством на підставі оцінювання так званого комплексного фінансового мультиплікатора, що характеризує «стан підприємства в цілому» [1]	Не дозволяє оцінити ефективність управління діяльністю в цілому, оскільки в його склад входять лише фінансові показники, які відображають кінцеві результати діяльності, але не дозволяють оцінити ефективність управління маркетинговою, кадровою, інноваційною діяльністю
Метод математичної статистики	Дозволяє побудувати модель, в якій відображено залежність одного показника від сукупності інших, що його визначають [4]	Ускладнюється великою кількістю необхідної початкової інформації і неможливістю встановлення взаємозв'язків між всіма показниками
Матричний метод	Використовується для узагальненої оцінки ефективності виробничо-господарської діяльності підприємства [8]	Не може бути використаним при оцінюванні ефективності управління кадровою діяльністю, маркетинговою діяльністю, які в основному характеризуються за допомогою показників, що мають якісний характер
Метод рангової оцінки	Розробка нормативної системи показників, яка упорядковує показники шляхом привласнення їм відповідних рангів за закономірностями темпів їх зростання	Не дозволяє однозначно оцінити рівень ефективності управління діяльністю
Метод експертних оцінок	Експертні знання дають змогу оцінювання ефективності [5]	Наявний суб'єктивний елемент та не виключене помилкове судження
Нейромережевий метод	Нейромережі, що базуються на попередніх знаннях, здатні до необхідних оцінювань	Точність залежить від кількості накопичених знань та необхідне чітке кількісне вираження показників

ною, використовується для аналізу майбутньої поведінки виробничо-господарської системи та синтезу оптимальної попереджувачої стратегії і відповідної тактики.

Для подальшого розуміння проблематики оцінки системи контролінгу необхідно чітко виокремити позицію виміру, адже оцінювання може мати як якісний, так і кількісний обрахунок (рис. 1).

Умова системного підходу, яка приймається при впровадженні контролінгу в систему управління, передбачає всебічне охоплення процесу управління (біокібернетичний підхід) [6]. Нами була проведена аналітично-функціональна декомпозиція підприємства при оцінці ефективності системи контролінгу (рис. 2). Для оцінки впровадження системи контролінгу необхідною умовою є логічне об'єднання всіх оцінок, а точніше змін даних оцінок спричинених впровадженням системи контролінгу. Звичайно, для отримання кожної оцінки не зручно, а часом і неможливо, використовувати один з наведених методів. Тому для комплексного підходу доцільно використовувати теорію нечіткої логіки для об'єднання кількох методів, що є більш зручними та точними інструментами для оцінки різних напрямків управління. Побудована на підставі методу нечіткої логіки експертна система дозволяє здійснити оцінювання ефективності впровадження контролінгу на підприємстві з урахуванням не лише кількісної, але й якісної інформації, що дає змогу зводити в єдине ціле будь-які сучасні методи оцінки ефективності [8].

Висновки. Науковий огляд сучасних методів оцінки ефективності управління підприємством засвідчив, що не існує загального підходу для оцінки ефективності функціонування системи контролінгу. Після проведеного аналізу сучасних наукових розробок запропоновано аналітично-функціональну декомпозицію підприємства при оцінці ефективності системи контролінгу, а для вирішення завдання пошуку загальної оцінки ефективності від впровадження контролінгу рекомендовано використання апарату нечіткої логіки.

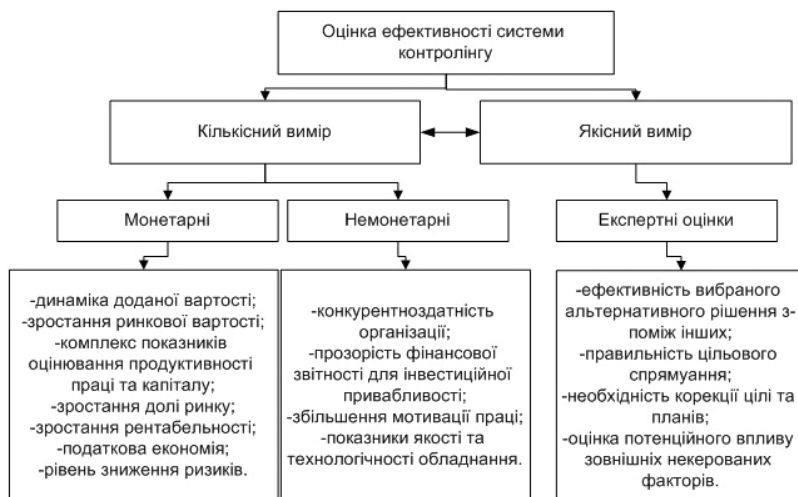


Рис. 1. Виокремлення якісних та кількісних показників при оцінці ефективності системи контролінгу

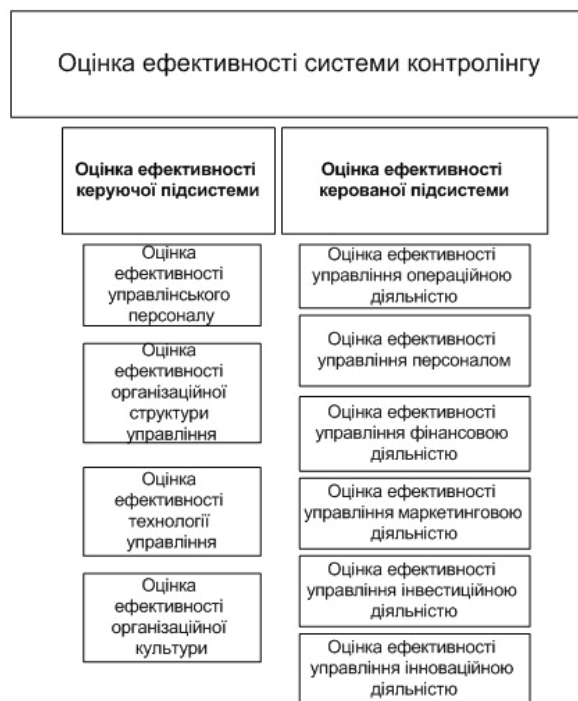


Рис. 2. Аналітично-функціональна декомпозиція підприємства при оцінці ефективності системи контролінгу

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Богатов О.И. Моделирование процессов рейтинговой оценки экономических систем / О.И. Богатов, В.Г. Скобелев, В.П. Стасюк // Сб. науч. тр.: Новое в экономической кибернетике. Моделирование функционирования экономических систем (вып. № 1). – Донецк : ДонГУ, 1999. – С. 41-75.
2. Височина М.В. Аналіз методів оцінювання ефективності управління діяльністю підприємства/ М.В. Височина// Проблеми матеріальної культури – Економічні науки. – 2009. – Вып. 6. – С. 84-89.
3. Воляник Г.М. Контролінг у системі управління підприємством // Г.М. Воляник, Н.С. Марушко // Науковий вісник НЛТУ України. – 2009. – Вып. 19.4. – С. 151-158.
4. Догадайло Я.В. Тищенко А.Н., Кизим Н.А. Экономическая результативность деятельности предприятий : монография. – Х. : ИД «ИНЖЭК», 2005. – 144 с.
5. Кизим Н.А., Благуи И.С., Колчак Ю.С. Оценка и прогнозирование неплатежеспособности предприятий : монография. – Х. : Издательский Дом «ИНЖЭК», 2004. – 144 с.
6. Крониковський Д.О. Контролінг як біокібернетична підсистема управління. / Д.О. Крониковський // Економічний аналіз. – 2010. – № 7. –С. 295-297.
7. Леоненков А.В. Нечеткое моделирование в среде MATLAB и fuzzyTECH. – СПб. : БХВ-Петербург, 2003. – 736 с.
8. Хотомлянський А.Л. Оценка и анализ производственно-хозяйственной деятельности предприятия с использованием матричной модели / А.Л. Хотомлянський, Т.Н. Чернота, Д.В. Тузенко // Вестник Приазовского Государственного технического университета. – Мариуполь : ПГТУ. – 2000. – Вып. 9. – С. 258-263.

УДК 338

Гудзь Ю.Ф.

*кандидат економічних наук, доцент кафедри фінансів
Національного університету харчових технологій*

ФІНАНСОВІ ОПЕРАЦІЇ АФІЛІЙОВАНИХ ОСІБ В ОФШОРНИХ ЗОНАХ ЯК ЗАГРОЗА ЗРОСТАННЮ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

У статті відображено теоретичні основи сутності функціонування офшорних зон. Проведено аналіз фінансової діяльності афілійованих осіб українських підприємств в офшорних зонах. Визначено основні переваги та недоліки використання офшорних зон з боку суб'єктів господарювання. Розкриті базові шляхи залучення офшорних зон до схем відмивання фінансових коштів підприємства афілійованими особами.

Ключові слова: афілійовані особи, офшорна зона, доміциляція, відмивання фінансових коштів.

Гудзь Ю.Ф. ФИНАНСОВЫЕ ОПЕРАЦИИ АФФИЛИРОВАННЫХ ЛИЦ В ОФШОРНЫХ ЗОНАХ КАК УГРОЗА РОСТУ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье отражены теоретические основы сущности функционирования офшорных зон. Проведен анализ финансовой деятельности аффилированных лиц украинских предприятий в офшорных зонах. Определены основные преимущества и недостатки использования офшорных зон со стороны субъектов хозяйствования. Раскрыты базовые пути привлечения офшорных зон к схемам отмыывания финансовых средств предприятия аффилированными лицами.

Ключевые слова: аффилированные лица, офшорная зона, домициляция, отмыывание финансовых средств.

Gudz Y.F. FINANCIAL OPERATIONS OF AFFILIATES INDIVIDUALS IN OFFSHORE ZONES AS A THREAT TO THE GROWTH OF COMPANY'S ECONOMIC POTENTIAL

The article shows the theoretical foundations of offshore zones functioning. There was analyzed the financial activities of affiliates of Ukrainian companies in offshore areas. The main advantages and disadvantages of offshore zones by business entities were defined. There were shown the basic ways to attract offshore areas to company funds laundering schemes to affiliates individuals.

Keywords: affiliates individuals, offshore area, domiciliation, funds laundering.

Постановка проблеми. Враховуючи значні об'єми експорту товарів через офшорних посередників, до України не надходять значні суми коштів від реальної вартості товарів, які залишаються на рахунках в офшорних країнах. Найбільші поставки українських товарів здійснюються до Британських Віргінських Островів, Панами, Кіпру. Аналіз структури експорту через офшорні зони показує, що в ньому присутні високоліквідні товари, зокрема нафтопродукти, соняшникова олія, хімічна продукція тощо.

Здійснення зовнішньоекономічних операцій із залученням офшорних зон власниками підприємств на Україні є сферою підвищеного ризику, яка потребує особливої уваги з боку державних органів та трудових колективів підприємств. На сьогодні фінансові операції власників підприємств в офшорних зонах є дуже популярними. Особливо привабливі фінансові операції підприємств через можливості офшорних банків. Вони можуть вільно маніпулювати своїм капіталом та сплачувати клієнтам відсотки поза податкових схем. Все це призводить до відмивання грошових коштів та становить велику загрозу зростанню економічного потенціалу підприємств.

Аналіз основних досліджень та публікацій. Вивченням комплексу проблем, пов'язаних зі створенням та діяльністю офшорних зон, займаються вчені багатьох країн. Зокрема, слід відмітити науковий вклад таких вчених: Дж. Боро, К. Доггарта, М. Гемптона, М. Гренди, А. Горбунова, А. Грязнова, Р. Кнаппа, Ю. Козак., Р.Палан, А. Корделла, К. Крикуненко, Н. Логвінової, Д. Митчелл, В. Плохих, О. Ратушенко, М. Сэст, Р. Стенли, І. Холенд. У працях цих авторів розглядаються переважно загальні проблеми функціонування офшорних компаній, їх правовий статус, використання фіскальних пільг, специфіки розташування, практичні схеми вибору найбільш прийнятної офшорної юрисдикції, а також – досвід окремих країн щодо застосування офшорних зон для власного соціально-економічного

розвитку. Слід звернути увагу, що в більшості вітчизняних та іноземних наукових працях з цього питання не приділяється достатньої уваги наслідкам фінансових операцій підприємств в офшорних зонах.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення науково-теоретичних основ функціонування офшорних зон та аналіз фінансової діяльності афілійованих осіб українських підприємств в офшорних зонах.

Виклад основного матеріалу дослідження. У країнах з розвинутою ринковою економікою за останні два десятиліття розвиваються офшорні зони, офшорні холдинги, міжнародні фінансові «канали» руху доходів і капіталів, «податкове планування» з метою зниження виплачуваних державі податків.

Офшорні юрисдикції з'явилися у другій половині ХХ ст. Якщо дослівно перекласти даний термін, то він означає – «той, що за берегом», а в професійній термінології це поняття означає іноземну, безподаткову компанію, яка веде спрощений фінансовий облік. Збільшення клієнтів офшорних зон пояснюється сприятливим валютно-фінансовим режимом, низьким рівнем оподаткування, високим рівнем таємності будь-якої діяльності, тобто анонімністю директорів підприємств. Сьогодні в науковій літературі офшорну зону вважають одним із видів спеціальної (вільної) економічної зони.

Офшорна зона – один із видів вільних економічних зон. Їх відносять до сервісних вільно-економічних зон, особливістю яких є створення для підприємців сприятливого валютно-фінансового та фіскального режимів, високого рівня банківської та комерційної секретності, лояльності державного регулювання. Загалом, це країни, в яких учасники фінансово-кредитних операцій не є резидентами держави, на території якої укладаються й виконуються угоди. При цьому учасники користуються особливим правовим і податковим статусом, але важливою характеристикою є заборона офшорним

компаніям ведення діяльності на території країни реєстрації [1, с. 21]. Трактують сутності поняття «офшорна зона» українськими вченими відображено в табл. 1.

Кількість країн світу, які можна віднести до офшорних зон, сягає близько п'ятдесяти. Це держави, де законодавство допускає реєстрацію й функціонування «Компаній міжнародного бізнесу» (International Business Company). Крім цього, існує ряд країн, які юридично не є офшорними, але їх місцеве законодавство дає можливість досягти 3-5% рівня втрати на податках. Визначення кількості офшорних зон у світі здійснюється досить умовно, в тому числі, з огляду на високу динамічність їх виникнення та зникнення.

Офшорні зони є специфічним інструментом стимулювання інвестиційної діяльності й збільшення надходжень до бюджетів депресивних територій, економічний ефект якого ґрунтується на явищі зростання державних доходів завдяки розширенню податкової бази (використання нею особливого виду доходів, отриманих лише від здійснення зовнішньоекономічної діяльності) та мінімізації величини податкового навантаження. Доходи від офшорного бізнесу складають майже половину обсягу державних бюджетів. Дослідження наочно засвідчує, що офшорне підприємництво є ефективним засобом підвищення прибутковості міжнародних господарських операцій, оскільки дозволяє економити значні суми на сплаті податків [8, с. 183].

Нині виділяють п'ять досить компактних дислокацій офшорних зон, хоча є й деякі поодинокі офшори та «податкові гавані»:

1. Африканська (Сейшельські острови, Ліберія, Маврикій).
2. Азіатсько-Тихоокеанська (Вануату, острови Кука, Лабуан, Науру, Самоа, Тонга і т. п.).
3. Карибська (Ангілья, Антигуа і Барбуда, Аруба, Багамські острови, Барбадос, Беліз, Бермудські острови, Віргінські острови (США), Домініка, Монтсеррат, Кайманові острови, Гренада, Сент-Вінсент і Гренадіни, Сент-Кітс і Невіс, Сент-Люсія та ін.).

4. Європейська (Андорра, Кіпр, Гібралтар, Гернсі, Ліхтенштейн, Мальта, Монако, острів Мен, Нормандські острови та ін.).

5. Близький Схід (Бахрейн, Дубай, Ліван і т. п.) [9, с. 61].

Таке розміщення офшорів поблизу від головних фінансових центрів і потоку руху капіталу сприяло їх перетворенню в потужні розподільні центри глобальних фінансових потоків. Водночас завдяки Інтернету та сучасним засобам зв'язку багато пізніх офшорів не настільки прив'язані до світових центрів ділової активності.

Офшорні зони та компанії, що функціонують у них, здійснюють перерозподіл фінансових ресурсів, пов'язаний з припливом або відпливом капіталу, що надає можливість опосередковано впливати на економіку окремих країн і на світову економіку в цілому. Міжнародна фінансова статистика засвідчує той факт, що нині на офшорний сектор у світовій економіці припадає 20% усіх обсягів банківських операцій, до 7% – світової торгівлі товарами й послугами [10].

Ідеальна модель офшорної зони нічого незаконного та небезпечного для розвитку потенціалу підприємства в собі не містить, а дійсно допомагає послабити податковий тягар, хоча і не уникає його абсолютно. Серед інших переваг таких зон: вільний вивіз прибутку, м'який валютний регламент, сприятливі умови для іноземних інвесторів. Привабливими факторами для бізнесменів та фінансових інвесторів є фінансова стабільність офшорних зон, конфіденційність інвестицій, коли особисті дані власників фірм не розголошуються, а процедура реєстрації максимально спрощена. Причому анонімність інвестицій або взагалі недоторкана, або, у більшості офшорних зон, акції випускають «на пред'явника».

Основною перевагою офшорних компаній залишається повна відсутність оподаткування їх доходів у країні реєстрації або принципово низькі ставки податків, що дозволяє вести бізнес набагато ефективніше. Активний міжнародний бізнес неможливий без чіткого управління грошовими потоками, зведення до мінімуму впливу державних структур на гнуч-

Таблиця 1

Трактують поняття «офшорна зона»

Вчені	Визначення
Ю.Г. Козак [2]	Це позанаціональні фінансові центри, які здійснюють значні обсяги кредитування й фінансування в валютах інших країн (євровалютах).
Т.В. Майорова [3]	Це різновид вільних економічних зон, що створюються на території всієї держави, або суб'єкту федерації (конфедерації), особливістю якої є створення для суб'єктів господарювання сприятливого валютно-фінансового, податкового режиму, високого рівня захищеності банківської та комерційної таємниці, лояльності державного регулювання, спрощені вимоги до ліцензування.
О.С. Чуркіна, О.С. Ратушенко [4]	Офшорними (англ. «offshore» – «поза берегом») зонами є країни (території), з низькою або нульовою податковою ставкою на всі або окремі категорії доходів з певним рівнем банківської або комерційної секретності, з мінімальною або повною відсутністю резервних вимог центрального банку або обмеженням по конвертованій валюті. Крім того більшість офшорних зон має відносно прості вимоги по ліцензуванню і регулюванню фінансових компаній і інших фірм. Особливістю офшорних юрисдикцій при цьому є розповсюдження пільгового режиму виключно на нерезидентні компанії, які не здійснюють діяльність на території юрисдикції і, що найбільш важливо, забезпечення режиму фінансової конфіденційності.
К.В. Крикуненко [5]	Це один із видів вільних економічних зон. Їх відносять до сервісних вільно-економічних зон, особливістю яких є створення для підприємців сприятливого валютно-фінансового та фіскального режимів, високого рівня банківської та комерційної секретності, лояльності державного регулювання.
Ю.М. Уманців, Ю.А. Швед [6]	Це країна чи окремі території країн, де на державному рівні для певних типів компаній, власниками яких є іноземці, встановлено значні пільги з оподаткування, частково або повністю знято митні й торговельні обмеження, знижені або відсутні вимоги до бухгалтерського обліку і аудиту.
О.Я. Костишина, В.В. Плохих [7]	Це держава або її особлива частина, на території якої для нерезидента країни діють особливі правила реєстрації і діяльності, а також занижені або взагалі відсутні податки (замінені на щорічний збір).

*Систематизовано автором

кість фінансових операцій. Через офшорні структури працюють банки, страхові та інвестиційні компанії, холдинги, торговельні й виробничі компанії.

Незважаючи на ці переваги, визначені офшорні юрисдикції занесені багатьма урядами до так званих «чорних списків». Наприклад, у США та країнах ЄС діє жорстке антиофшорне, антитрансфертне й антидемпінгове законодавство.

«Чорний список» Кабінету Міністрів України містить практично всі класичні офшорні зони. Незважаючи на те, що КМУ щорічно оновлює та оприлюднює такий список (до якого відносяться близько 40 юрисдикцій), як правило 5-7 територій, які є класично офшорними, до нього не потрапляє. Крім того, існує певна кількість країн, які не є офшорними по визначенню і з якими Україна має конвенцію про недопущення подвійного оподаткування. Підприємства, використовуючи певні схеми та маючи бізнес у цих країнах, зводять податки до мінімуму.

У світі щороку зникають 3-4 офшорні зони, і стільки ж з'являються. Це надає додатковий простір для реалізації схем легалізації неоподаткованих коштів, оскільки уряд технічно не може оперативного реагувати на офшорні зміни. На сьогодні особливу проблему становлять офшорні зони, які можна реєструвати у Європі та США. Саме ці анонімні інвестори не несуть жодної відповідальності.

У кругообігу грошових коштів офшорна зона є головним «фільтром», де відмиваються кошти підприємств, отримані від різноманітних фінансових схем. На черговому етапі легалізації кошти спрямовуються до офшорних зон у вигляді готівки, банківських переказів або цінних паперів. Пізніше через офшорні банки за допомогою платіжних електронних систем грошові кошти переказуються до інших країн, повертаються в Україну як кошти інвесторів, а найчастіше, потрапляють до країн із підвищеною банківською конфіденційністю, наприклад, Швейцарія, Сінгапур для подальшого зберігання на банківських рахунках. Дуже часто офшорні зони використовуються також для нелегальних товарних операцій, включаючи фіктивні операції.

В офшорних зонах податків немає взагалі (вони замінені на незначний фіксований щорічний збір), а якщо і є, то їх ставки дуже низькі. Оподаткування корпорацій у розвинених зарубіжних країнах передбачає чітку систему вирахувань й пільг, які призводять до того, що рівень податкових виплат підприємств дозволяє їм не лише розвиватися, але і нараховувати дивіденди акціонерам. Основний податковий тягар несуть на собі фізичні особи, що виплачують прибутковий податок.

В умовах глобалізації фінансові потоки стають самостійною силою, що значним чином впливає на розвиток продуктивних сил і міжнародні економічні відносини: вони стимулюють виробництво, експорт та імпорт товарів і послуг, розвиток міжнародних комунікацій й обмін інформацією. У міжнародному обміні зростає частка фінансових послуг. Все це призводить до ускладнення зв'язків між окремими державами, посилює вплив фінансів на процес відтворення [11, с. 68].

При здійсненні зовнішньоекономічних операцій із використанням розрахунків із залученням офшорних зон, суб'єктами господарювання використовуються технологічні схеми, що дозволяють регулювати ціни у зовнішньоекономічній діяльності, накопичувати та виводити капітал, планувати й мінімізувати податки, незаконно відшкодовувати ПДВ, легалізувати неоподатковані доходи. Фінансові операції, пов'язані

з переведенням грошових коштів суб'єктів господарювання будь-яких форм власності на рахунки фіктивних підприємств із їх подальшим виведенням за кордон через офшорні компанії, є найбільш поширеними та небезпечними для розвитку підприємства.

Загальними типовими ознаками «офшорних схем» легалізації виведених з обороту підприємства фінансових коштів є:

- використання як підстави для здійснення міжнародних трансакцій фіктивних або фальсифікованих контрактів з офшорними компаніями;
- здійснення трансакцій на рахунки офшорних компаній у третій країні;
- максимальне скорочення строків знаходження переведених коштів на рахунках офшорних компаній у країнах їхньої реєстрації або в третій країні;
- подальше переміщення коштів шляхом здійснення «розпилення» переказів у різні юрисдикції;
- наявність рахунків офшорних компаній у кредитних організаціях міжнародних фінансових центрів;
- повторюваність однотипних елементів схем електронних переказів;
- участь у схемі взаєморозрахунків більше однієї офшорної компанії;
- здійснення платежів компаніями резидентами зі своїх рахунків в офшорних юрисдикціях;
- участь у схемі фінансових операцій підставної компанії-резидента, на банківський рахунок якої здійснюється первинне розміщення доходу;
- наявність рахунку фізичної особи-власника доходу в закордонному банку на території країн із високим рівнем міжнародної репутації.

Звернемо увагу на аналіз схем фінансової діяльності афілійованих осіб українських підприємств в офшорних зонах. Термін «афілійована особа» походить від англійського дієслова «affiliate», що означає «приєднувати, з'єднувати, пов'язувати». У широкому сенсі зазначене поняття може перекладатися як «прийом в члени», «приєднання до іншого суб'єкту».

Афілійована особа – це засновники та учасники емітента (крім акціонерів, які не є засновниками); особи, частка яких становить понад 10% у статутному фонді емітента; посадові особи емітента та члени їхніх сімей; особи, що діють від імені даного емітента за відповідним дорученням, або особи, від імені яких діє даний емітент; особи, які відповідно до законодавства України контролюють діяльність даного емітента; юридичні особи, що контролюються даним емітентом або разом з ним перебувають під контролем третьої особи; реєстратор, з яким підписано договір про обслуговування, його керівники та посадові особи [12].

Тобто афілійовані особи – це юридичні або фізичні особи, які можуть впливати на діяльність суб'єкта, при цьому будучи власниками частки в капіталі. Афілійованими фізичними особами підприємств являються посадові особи органів акціонерного товариства – голова та члени наглядової ради, виконавчого органу, ревізійної комісії, ревізор акціонерного товариства, а також голова та члени іншого органу товариства, якщо утворення такого органу передбачено статутом товариства.

Розглянемо структуру власників (акціонерів компанії) до кінцевих бенефіціарів, описавши структуру, за допомогою якої здійснюється контроль і вплив на фінансові операції підприємства.

Структура пов'язаних афілійованих осіб акціонерного товариства відображена на рис. 1

Бенефіціарним власником групи пов'язаних афілійованих осіб є фізична особа, яка разом із директором ТзОВ «Західна цукрова група» і головним бухгалтером утворюють групу афілійованих осіб, що впливають на фінансово-господарську діяльність підприємства. Види діяльності афілійованих пов'язаних осіб:

- ТзОВ «Західна цукрова група» – оптова торгівля цукром;
- ТзОВ „Твест» – господарською діяльністю не займається;
- ВАТ „Гнідавський цукровий завод» – виробництво цукру.
- Акціонерне товариство «Пфайфер & Ланген Польша С.А.» – виробництво цукру.

Засновниками ТзОВ «Твест» є ПМП «Нортекс» і ПМП «Арес». Господарською діяльністю дані структури з ТзОВ «Західна цукрова група» не пов'язані. На даний момент ПМП «Арес» господарською діяльністю не займається. Основним видом діяльності ПМП «Нортекс» є здача в оренду нерухомого майна. Крім цього, у 2009-2012 рр. була здійснена купівля цукру у ВАТ «Гнідавський цукровий завод» з подальшою реалізацією виробнику (ВАТ «Гнідавський цукровий завод»).

Розглянемо кілька базових шляхів залучення офшорних зон до схем відмивання фінансових коштів на прикладі даного акціонерного товариства:

1. Використання «напрямую». Це стосується залучення офшорної зони, яка не потрапила до «чорного списку» КМУ. Існує реальна можливість реєстрації підконтрольних офшорних компаній у державах, які не визначені постановами КМУ й розпорядженнями НБУ як офшорні (наприклад, у Чорногорії). При цьому дані про засновників, статутні документи, інформація про діяльність та товарообіг підприємства є конфіденційною інформацією.

2. Використання посередника з країн, що не належать до офшорів. Якщо фірма не бажає змінювати офшорного партнера, часто достатньо додати ще одного посередника. Тобто в схемі між офшорною компанією та українською фірмою поставити агентську фірму з «неофшорної» країни. Найбільш придатні країни для такої фірми – Великобританія й Чехія. Законодавство цих країн дозволяє укладання прямого договору з офшорною компанією без збільшення оподаткування.

3. Маскування офшорної компанії. Забезпечується завдяки відкриттю рахунку в неофшорній країні та придбанням там «корпоративного офісу». В даному випадку створюється видимість роботи фірми в неофшорній країні, що виявляється дешевше, ніж реєстрація нової офшорної компанії. Офшорне підприємство дуже часто використовує адресу офісу банку за відповідною домовленістю зареєстрованого не в офшорній зоні, а зміна адреси самої фірми відбувається за допомогою структур, які надають послуги по доміциляції юридичних осіб. При цьому, переказ грошових коштів на Україну фактично здійснюється через європейський банк-посередник, а комісійні банку розцінюються як плата за безпеку бізнесу. Використання доміциляції як призначення за векселем особливо місце платежу, відмінного від розташування особи, яка назначена як платник за векселем, шляхом проставлення домі-

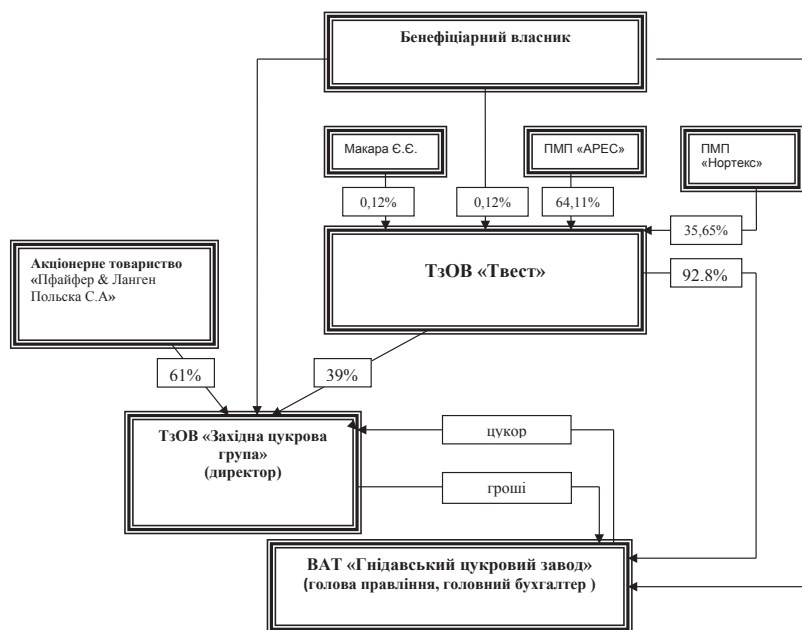


Рис. 1. Структура афілійованих осіб акціонерного товариства

Примітка: розроблено автором

циляційної формули, також дуже широко використовується для виведення грошових коштів підприємства в офшорні зони. При складанні векселя векселедавець може зазначити не тільки особливе місце платежу, але й особу, яка оплатить вексель у місці доміциляції. Якщо така особа не зазначена, то це означає, що її може визначити трасат при акцепті. Якщо він цього не зробить, то вважається, що акцептант сам виконує платіж у місці доміциляції.

Загальна «офшорна» схема може виглядати таким чином: особа-резидент України переказує грошові кошти офшорній компанії за зовнішньоекономічними операціями, рахунок якої знаходиться в офшорній зоні. Згодом грошові кошти переводяться за кордон та забезпечується «розрив ланцюга» фінансово-господарських операцій. Отриманий прибуток разом із «відмитими» коштами може залишитися за кордоном або в повному чи частковому обсязі повернутися на Україну завдяки зовнішньоекономічним угодам під виглядом товарних контрактів або інвестицій.

Варіанти використання офшорних зон у незаконних фінансових схемах, виходячи з цілей відмивання коштів, можуть бути різні. Маніпулювання експортно-імпортними цінами здійснюється за рахунок реалізації товарів вітчизняними підприємствами офшорному посереднику, який, як правило, цілком належить «продавцю» за заниженими експортними цінами з подальшим їх збутом офшорною компанією за світовими цінами. Різниця переводиться на підконтрольні рахунки зацікавлених осіб.

Застосування схеми банківського кредитування зводиться до наступного: банківська установа надає резидентам України кредити для здійснення передплати відповідно до зовнішньоекономічних контрактів. У подальшому кредитні кошти перераховуються на рахунки нерезидентів в офшорних банках. Через передбачені законодавством 90 днів вони повертаються до українського банку в зв'язку з невиконанням фірмою-нерезидентом умов контракту. Однак протягом цього часу кредитні кошти українського банку використовуються в комерційній діяльності офшорних структур і отриманий прибуток залишається за межами України.

Варто також зупинитися на здійсненні часткової або 100-відсоткової передплати на рахунки офшорних комерційних структур. Тобто з ними укладаються зовнішньоекономічні угоди на товар чи послуги, які так і не надходять до вітчизняних одержувачів. Отримання від офшорних компаній кредитів – також одна з фінансових операцій афілійованих осіб. При цьому відсотки за використання кредитів надходять на рахунки закордонних фірм та шляхом реєстрації в офшорних зонах інтелектуальної власності: патентів, товарних знаків, комп'ютерних програм. У подальшому кошти перераховуються офшорним компаніям за використання вказаної власності.

Прикладом такої схеми афілійованих пов'язаних осіб може бути, коли на розрахунковий рахунок нерезидента-інвестора (наприклад, зареєстрованого на Британських Віргінських островах) в одній із українських банківських установ надходять кошти в іноземній валюті з призначенням платежу – «повнення рахунку нерезидентом». У цей же день проводиться операція з продажу іноземної валюти, внаслідок чого на рахунок нерезидента-інвестора перераховуються кошти в національній валюті України. Після цього всі гроші, зараховані на рахунок нерезидента-інвестора, спрямовуються на придбання акцій та внески до статутних фондів ряду українських компаній-торговців цінними паперами. У свою чергу, зазначені компанії створюють консорціум, статутний фонд якого формується за рахунок тих же коштів нерезидента-інвестора. Зазначений консорціум, фактично підконтрольний інвесторові-нерезиденту за допомогою ряду українських компаній, брав участь у конкурсі по приватизації підприємства, за допомогою якого офшорна компанія не могла бути прямо допущена до участі.

Зокрема, до ознак підозрілості фінансових операцій з офшорними особами та територіями належить:

- предмет контракту (послуги, інші результати інтелектуальної діяльності) не піддається об'єктивній верифікації з боку контролюючих органів;
- отримання кредиту або позики від офшорної компанії, або з рахунку в офшорній юрисдикції, з процентною ставкою, що істотно відхиляється від процентних ставок на внутрішньому й зовнішньому ринку, а також повернення такого кредиту/позики;
- очевидна невідповідність зазначеної в контракті вартості товарів або послуг їхній реальній вартості;
- очевидна невідповідність вхідних або вихідних платежів (кошти, що надходять на проведення робіт, у повному обсязі витрачаються на оплату, наприклад, консалтингових послуг);
- трансакція на рахунок офшорної компанії, що не є стороною за контрактом;
- багаторазові перекази великих, рівних за обсягом грошових сум;
- використання як мінімум одного рахунку афілійованої з організатором схеми офшорної компанії, відкритого в так званому «транзитному» банку третьої країни, на території, що не має статусу офшорної юрисдикції. Наявність однієї-двох «дружніх» компаній-нерезидентів, що мають рахунки в банках на території країн з високим рівнем міжнародної репутації (фінансові центри).

Окремо слід відзначити операції з цінними паперами. На рахунки підконтрольних офшорних фірм

виводиться капітал із використанням механізмів закупівлі цінних паперів у підконтрольних українських суб'єктів підприємницької діяльності. Купівля відбувається за низькими цінами, як правило, відповідно до номіналу та оцінки залишкової вартості при акціонуванні чи приватизації, або за цінами, набагато нижчими за номінал. В подальшому ці цінні папери продаються іншій підконтрольній українській фірмі за цінами, в десятки і більше разів вище за курс попереднього продажу. Різниця потрапляє на рахунки у закордонних банках. Грошові кошти, що були переведені на закордонні рахунки, в подальшому частково повертаються в економіку України у вигляді інвестицій, внесків до статутних фондів вітчизняних підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Аналіз сучасних тенденцій свідчить про ускладнення схем відмивання фінансових коштів підприємств. Якщо раніше власниками українських підприємств виступали безпосередньо офшорні компанії, то в теперішній час в ланцюжку українське підприємство–офшорна компанія з'являються європейські фірми-посередники. Зокрема, кошти сумнівного походження з метою легалізації переводяться в офшорну зону. Крім того, на сьогоднішній день існують схеми реєстрації офшорних структур без використання двох суттєвих ознак віднесення їх до офшорних зон, а саме: адреси самої компанії та банку обслуговування, що дає можливість компанії-нерезиденту офшорних зон виступати в судах поряд з резидентами. Все це призводить до відтоку грошових коштів та становить велику загрозу зростанню економічного потенціалу підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Косе Д.Д. Місце правового режиму оподаткування офшорної території у сфері регулювання економічних відносин / Д.Д. Косе // Часопис Київського університету права. – 2008. – № 1. – С. 18-23.
2. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Ковалевський В.В. Міжнародні фінанси : навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2007. – 640 с.
3. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність : навчальний посібник. – Київ : «Центр навчальної літератури», 2004. – 376 с.
4. Чуркіна О.С., Ратушенко О.С. Світовий досвід офшорного бізнесу [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://intkonf.org/churkina-os-ratushenko-os-svitoviy-dosvid-ofshornogobiznesu/>.
5. Крикуненко К.В. Основні офшорні юрисдикції світу: критерії оптимального вибору // Вісник Донецького національного університету. – 2009. Вип. 2. – С. 347-351.
6. Уманців Ю.М., Швед Ю.А. Офшорне підприємництво у сучасній економіці : монографія. – К. : Атака, 2004. – С. 623.
7. Косишина О.Я., Плохих В.В. Сучасні тенденції розвитку офшорних зон [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/15_NPN_2009/Economics/46815.doc.htm.
8. Кобушко І.М. Офшорні зони як засіб зростання інвестиційного потенціалу [Текст] / І.М. Кобушко, Я.В. Говорун, С.О. Панченко // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 1. – С. 182-187.
9. Хейфец Б.А. Оффшорные юрисдикции в глобальной и национальной экономике / Б.А. Хейфец. – М. : Экономика, 2010. – 335 с.
10. Волкова Ю.А. Розвиток офшорних центрів у системі міжнародного бізнесу / Ю.А. Волкова // Формування ринкових відносин в Україні. – 2010. – № 1. – С. 43-48.
11. Черепухіна Н. Правила офшорного бізнесу / Н. Черепухіна // Ринок капіталу. – 2008. – №11. – С. 68.
12. Правила лістингу та де-лістингу Першої Фондової Торговельної Системи, затв, від 29.07.97 – № 3.

УДК 338.2:004.6

Гутченко А.В.

*аспірант кафедри інформаційних систем і технологій управління
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського*

ЕЛЕКТРОННІ ІНФОРМАЦІЙНІ РЕСУРСИ У НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕННЯХ З ПРОБЛЕМ КОНТРОЛІНГУ

У статті надано результати досліджень електронних інформаційних ресурсів з проблем контролінгу. Автором надано визначення поняття «контролінг», а також визначено основні етапи процесу його реалізації, що включає в себе планування, контроль та коригування. При моніторингу електронних інформаційних ресурсів з контролінгу були виділені основні різновиди сайтів для його вивчення.

Ключові слова: інформаційні ресурси, електронні ресурси, Інтернет, електронні бібліотеки, контролінг.

Гутченко А.В. ЭЛЕКТРОННЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ В НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ ПО ПРОБЛЕМАТИКЕ КОНТРОЛЛИНГА

В статье предоставлены результаты исследований электронных информационных ресурсов по проблемам контроллинга. Автором дано определение понятия «контроллинг», а также определены основные этапы процесса его реализации, включающий в себя планирование, контроль и корректировку. При мониторинге электронных информационных ресурсов с контроллинга были выделены основные разновидности сайтов для его изучения.

Ключевые слова: информационные ресурсы, электронные ресурсы, Интернет, электронные библиотеки, контроллинг.

Gutchenko A.V. ELECTRONIC INFORMATION RESOURCES IN RESEARCH ON PROBLEMS OF CONTROLLING

The paper describes the results of research the electronic information resources on problems of controlling. The author gives the definition of term «controlling», identifies the key steps of the process of its implementation, including planning, control and adjustment. The main varieties of sites have been allocated in the monitoring process of electronic information controlling resources with purpose to study it.

Keywords: information resources, electronic resources, the Internet, digital libraries, controlling.

Постановка проблеми. На зміну індустріальному строю прийшла ера інформатизації, високих технологій і доступності до великого об'єму знань. Під час інформатизації суспільства постає необхідність підтримки та контролю всієї діяльності підприємства, починаючи з окремого робітника, закінчуючи кожним його структурним підрозділом. Для зміцнення свого положення на ринку та посилення конкурентоспроможності підприємство може впроваджувати у свою діяльність контролінг. Контролінг перебуває у стані швидкого розвитку, оскільки напрями управління підприємством змінюються, а також з'являються нові інструменти управління. Система контролінгу настільки гнучка, що в неї можна інтегрувати нові розробки (контролінг персоналу, грошових потоків, інвестицій, нематеріальних активів, логістики, тощо).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню цієї проблеми приділено багато уваги з боку як вітчизняних учених: С.Г. Фалька [4], О.О.Терещенка [5], які розглядали методологічні та практичні засади розробки і впровадження системи контролінгу на підприємствах та особливу увагу приділяли інформаційній підтримці контролінгу, так і закордонних: Д. Хана [3], П. Хорвата [2], Т. Рейхмана [6], які досліджували впровадження системи контролінгу в різноманітних галузях, його інформаційну підтримку, тощо.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати дослідження, яке полягає в пошуку та аналізі джерел електронних інформаційних ресурсів та аналізі наукових праць з проблем контролінгу.

Виклад основного матеріалу дослідження. Зміст поняття контролінгу походить від англійського дієслова «to control». На практиці це слово має декілька значень, зокрема в економічному аспекті означає «управління» і «спостереження, моніторинг» [1]. В економічній літературі представлено досить багато

трактувань поняття контролінгу (табл.1). Більшість цих авторів вказують на те, що контролінг спрямований на планування та контроль для розвитку підприємства.

Таблиця 1

Перелік трактувань поняття «контролінг»

Автор	Трактування поняття «контролінг»
П. Хорват	Контролінг – це комплексна міжфункціональна концепція управління, метою якої є координація систем планування, контролю та інформаційного забезпечення [2, с. 17].
Д. Хан	Контролінг – інформаційне забезпечення, яке орієнтоване на результат управління підприємством [3, с. 215].
С. Г. Фалько	Контролінг – це філософія та образ мислення керівників, які орієнтовані на ефективне використання ресурсів та розвиток підприємства в довгостроковій перспективі [4, с. 97].
О.О.Терещенко	Контролінг – спеціальна саморегулююча система методів та інструментів, яка спрямована на функціональну підтримку менеджменту підприємства і включає інформаційне забезпечення, планування, координацію, контроль і внутрішній консалтинг [5, с. 47].

Аналізуючи наведені визначення, поняття «контролінг», на нашу думку, можна сформулювати як функцію управління, яка являє собою систему планування, контролю, коригування на основі інформаційно-комунікаційного забезпечення для досягнення ним конкурентоспроможності та високого економічного потенціалу.

Проблеми реалізації процесу контролінгу пов'язані з визначенням потенційних можливостей розвитку підприємства, розробкою методики планування, вимірюванням результатів діяльності, визначенням причин невідповідностей, оцінкою необхідності проведення коригувальних заходів (рис. 1).

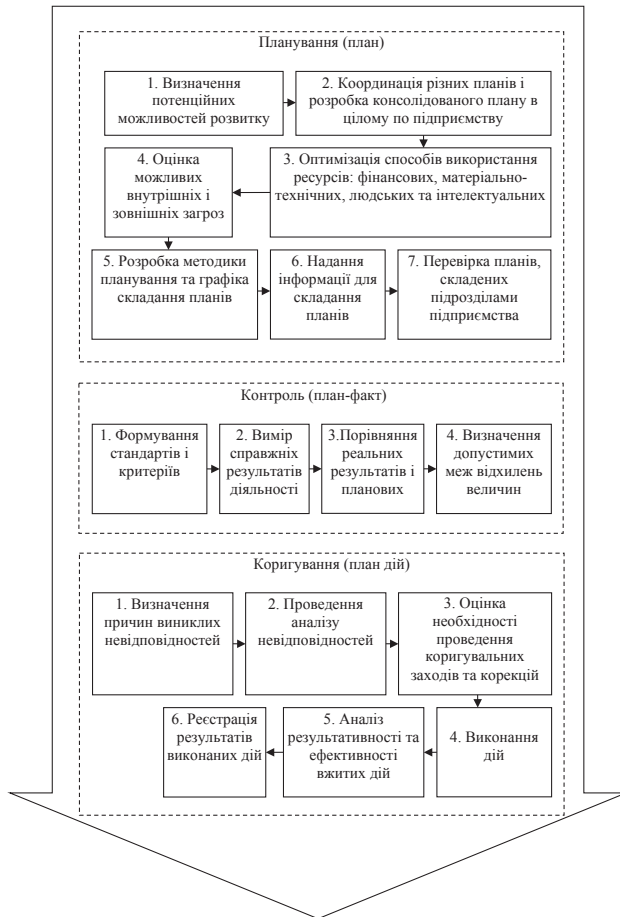


Рис. 1. Процес реалізації контролю

Інформація є другою важливою частиною концепції контролінгу. Інформація, яка не має стандартизованої форми постійно змінюється [6]. Для того щоб знайти повну та достовірну інформацію для потреб контролінгу, необхідно чітко зробити постановку проблеми, визначити предмет дослідження, виокремити ключові слова, період дослідження, напрямки, країну, тощо. В результаті пошуку можна отримати певну управлінську інформацію у вигляді повного або стислого опису документів.

Значення каналів отримання інформації при вирішенні контролінгових задач обумовлено основними вимогами, що висуваються користувачами до системи інформаційно-ресурсного забезпечення контролінгу: повнотою, оперативністю, достовірністю і релевантністю надання необхідних відомостей. Інтерес представляють основні особливості цих каналів: тематика, типи та види інформації, ступінь оперативності, повноти, відповідності інформаційним потребам наукових фахівців. Одним з найважливіших аспектів розвитку інформаційно-мережових технологій є створення та використання інформаційних ресурсів. Інформаційні ресурси застосовуються для вирішення різноманітних наукових і прикладних завдань: від пошуку необхідної спеціалізованої інформації до завдань прийняття управлінських рішень.

Сучасне функціонування підприємства неможливе без використання електронних наукових інформаційних ресурсів, в яких реалізується новий рівень виробництва, зберігання, організації і широкого розповсюдження різноманітних видів інформації, що знижує часові й трудові витрати на надання необхідних інформаційних ресурсів віддаленим користувачам.

Можна виділити наступні джерела наукових інформаційних ресурсів підприємства:

1. Внутрішні:

- кадрові, до яких відносять кількість і кваліфікацію наукових фахівців;
- щорічні витрати підприємства на науково-технічні та дослідно-конструкторські роботи і підготовку наукових фахівців, рівень забезпечення дослідно-експериментальним обладнанням, матеріалами, приладами, оргтехнікою;
- показники рівня розвитку наукової інформації (кількість і якість накопичених інформаційних фондів: пакетів прикладних програм, алгоритмів та математичних моделей, інформаційно-пошукових і експертних систем, баз знань);
- ступінь забезпечення наукових фахівців необхідною для роботи інформацією;
- показники, що характеризують функціонування і розвиток наукового потенціалу.

2. Зовнішні:

- електронні бібліотеки;
- періодичні видання;
- професійні спеціалізовані сайти;
- бази даних;
- монографії, автореферати, дисертації;
- статті;
- електронні книги.

У світі інформатизації особливої актуальності набувають електронні ресурси.

Електронні інформаційні ресурси – інформація, яку користувач може отримати тільки за допомогою комп'ютера або підключеного до нього віддаленого пристрою. Пошук інформації – одне з головних завдань, яке ставить перед собою кожне підприємство. Необхідна інформація може бути отримана за допомогою звернення до пошукового сервера, пересування за гіперпосиланнями, збору інформації із форумів, сайтів новин, блогів підприємства, відкритих баз підприємств та органів влади, синонімічного пошуку та інше.

Розвиток всесвітньої мережі надає можливість доступу до будь-яких інформаційних ресурсів із заявленої проблематики.

При моніторингу електронних інформаційних ресурсів з контролінгу були виділені основні різновиди сайтів для його вивчення:

- спеціалізовані та тематичні сайти, які спрямовані на вивчення приватних проблем контролінгу (заклади, які мають фахівців, що займаються даною проблематикою);
- сайти, що публікують і розширюють електронні бази джерел з контролінгу (бази наукових видань, бібліотек);
- сайти, що спеціалізуються на просуванні сучасних технологічних продуктів з контролінгу.

Тематичні сайти надають комплексну інформацію, що дозволяє фахівцеві отримувати великий обсяг відомостей, які потрібні у науковій роботі.

Для вивчення проблемних аспектів контролінгу доцільно розглянути професійні спеціалізовані сайти. Актуальні теми та питання з контролінгу представлені на спеціалізованому сайті «Об'єднання контролерів». На інтернет-сторінках, присвячених міжнародним науково-практичним конференціям та конгресам з проблематики контролінгу, розглядаються актуальні аспекти, які спрямовані на реалізацію стратегії розвитку підприємства, підвищення якості та конкурентоспроможності підприємства, інноваційно-інвестиційні аспекти розвитку підприємства, особливості планування і контролю діяльності

підприємства в сучасних умовах, математико-статистичні методи і моделі економіки підприємства.

У спеціалізованому російському журналі «Контролінг» можна побачити останні дослідження вітчизняних і закордонних вчених з таких напрямів: контролінг в некомерційній сфері, екологічний контролінг, інноваційно-інвестиційні аспекти розвитку та сучасні моделі й технології на підприємстві.

Ще одним ресурсом є сайти, які публікують та розширюють електронні бази. Такими є вітчизняні та закордонні електронні журнали. В економічних журналах України цікавими є напрями розгляду контролінгу як кібернетичної системи на основі інформаційних технологій (<http://eco-science.net/>), використання контролінгу для формування комбінованої бізнес-моделі (<http://business-inform.net/main/>), вивчення контролінгу на базі концепції EVA-Momentum [7].

Особливе місце серед електронних інформаційних ресурсів з підтримки наукових досліджень займають дисертації та автореферати, цінність яких визначається тим, що в них міститься як всебічний аналіз досліджуваних проблем з різних галузей науки, що включає огляд літератури за темою, так і нові підходи до вирішення цих проблем, пропонувані дисертантами.

Електронні бібліотеки містять великий обсяг інформації. У базі Національної бібліотеки України імені В.І. Вернадського (<http://nbuv.gov.ua>) були знайдено багато статей з питань контролінгу. Основна кількість статей відображають контролінг як засіб антикризового управління, як інструмент управління розвитком, як технологію ефективного управління, як інформаційно-інноваційний ресурс управління.

За останні роки у фонд наукової електронної бібліотеки eLIBRARY.RU надходять праці з актуальних напрямів контролінгу: персоналу, логістики, капіталу, бізнес-процесів, економічних очікувань, тощо.

Ще один важливий ресурс – бібліотека дисертацій та авторефератів Росії dslib.net – надає інформацію про англійські дисертації, що описують актуальні напрями розвитку контролінгу в управлінні дистанційною роботою (controlling telework), досліджують вплив інформаційних технологій на організаційний контроль і управління витратами (the impact of information technology on organizational control and cost management), відображають контроль розвитку інформаційних систем (control of information systems development), пропонують маркет-орієнтовану модель для контролю інформаційних систем (market-based model for control of information systems), логістичну систему контролю (logistic control system).

Сайт університету Гронінгена (Нідерланди) (<http://www.rug.nl/>) має повнотекстові дисертації. Об'єктами розгляду наукових робіт на цьому сайті за останні роки є контролінг складних систем, інформаційних обмежень, з використанням інтелектуальних продуктів та інші.

Аналіз авторефератів, присвячених тематиці контролінгу, знайдених в електронних бібліотеках Росії та України, дозволив визначити склад однакових об'єктів контролінгу в дисертаціях українських вчених, до яких відносяться: інформація, нематеріальні активи, логістика, персонал. Для аналізу наукових робіт побудуємо морфологічну таблицю (табл. 2).

Тепер проаналізуємо останній вид ресурсів, що спеціалізуються на просуванні сучасних технологічних продуктів з контролінгу. В Україні, як свідчать інтернет-ресурси, контролінгові інформаційні системи широко використовуються на підприємствах торгівлі, банківської сфери, страхових компаніях. Серед найвідоміших українських та зарубіжних компаній, які пропонують програмні продукти, що мають модуль «контролінг», є: ТОВ «1С» (1С: Підприємство), SAP AG (SAP Controlling (SAP CO)), ГК «Інталев» («Інталев: Корпоративний контролінг»).

Висновки з проведеного дослідження. В результаті розгляду наукових праць багатьох учених було проаналізовано трактування поняття «контролінг», визначено основні етапи процесу реалізації контролінгу, який включає: планування, що спрямоване на визначення можливостей розвитку, оцінку загроз, складання планів та ін.; контроль – формування стандартів, вимір та порівняння показників; коригування, що визначає причини відхилень та визначає дії для їх усунення.

При моніторингу електронних інформаційних ресурсів з контролінгу були виділені основні різновиди сайтів для його вивчення: спеціалізовані та тематичні сайти, які спеціалізуються на вивченні приватних проблем контролінгу (Об'єднання контролерів); сайти, що публікують і розширюють електронні бази джерел з контролінгу (журнали: «Контролінг», «Актуальні проблеми економіки», «Бізнес Інформ»; бібліотеки: імені В.І. Вернадського, наукова електронна бібліотека eLIBRARY.RU, база дисертацій університету Гронінгена, тощо); сайти, що спеціалізуються на просуванні сучасних технологічних продуктів з контролінгу (сайти компаній ТОВ «1С», SAP AG, ГК «Інталев» тощо).

Дослідження з проблем контролінгу свідчить, що актуальними питаннями є зв'язок контролінгу з людськими ресурсами, логістикою, комп'ютеризацією й інформатизацією, економічними очікуваннями та інформаційними потоками.

Таблиця 2

Напрямки дослідження проблем контролінгу

Об'єкт дослідження	Провідні фахівці-автори	Тематика роботи	Електронний ресурс
Людські ресурси, персонал	Азізова К.М.	Управління капіталом підприємства на засадах контролінгу	http://nbuv.gov.ua
	Фалько С.Г., Ларіонов Г.В.	Контролінг системи управління персоналом	http://elibrary.ru
Інформація	Дрей В.В.	Контролінг інформації на основі її цінності та ефективності	http://nbuv.gov.ua
Логістика	Матвієнко-Біляєва Г.Л.	Контролінг логістичної діяльності підприємства	http://nbuv.gov.ua
	Проценко О.Д.	Контролінг в логістичних системах	http://elibrary.ru
Бізнес-процеси	Івашкевич В.Б.	Стратегічний контролінг бізнес-процесів виробництва і продажів	http://elibrary.ru
Економічні очікування	Варьяш І.Ю.	Контролінг економічних очікувань	http://elibrary.ru

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сорока М.В. Логістика в системі інвестиційного контролінгу машинобудівного підприємства / М.В. Сорока // Зб. наук. праць : Вісник НУ «Львівська політехніка» «Логістика», № 649. – Львів : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2009 – С. 296-306.
2. Концепция контроллинга: Управленческий учет. Система отчетности. Бюджетирование / Horvath & Partners; пер. с нем. – 2-е изд. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2006. – 269 с.
3. Хан Дитгер. Пик. Стоимостно-ориентированные концепции контроллинга: Пер. с нем. / Под ред. Л.Г. Головача, М.Л. Лукашевича и др. – М. : Финансы и статистика, 2005. – 928 с.
4. Фалько С.Г. Контроллинг: современное состояние и перспективы // Российское предпринимательство. – 2001. – № 1(13). – С. 96-101.
5. Терещенко О.А. Функциональный инструментальный контроллинга и его роль в организации антикризисного финансового менеджмента // Экономика предприятия. – 2005. – № 2-3. – С. 46-58.
6. Reichmann, Thomas. Controlling: Concepts of Management Control, Controlling, and Ratios. – Springer-Verlag Telos, 1997. – 338 p.
7. Терещенко О., Сидорова А., Поддеригоина И. Стоимостно-ориентированный контроллинг на базе концепции EVA-Momentum // Green Controlling : Сборник трудов III Международного конгресса по контроллингу / Под науч. ред. С.Г. Фалько. – М. : НП «Объединение контроллеров», 2013. – С. 233-250.

УДК 338.22: 330.341.4

Євдокименко В.М.*студент**Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»***Дергалюк Б.В.***кандидат економічних наук, доцент кафедри економіки і підприємництва**Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»***РИЗИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ:
РОЗРОБКА МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ**

Розглядається сутність ризику, виявляються недоліки організації управління ризиками, особливості процесу формалізації та ефективності управління ризиками підприємницької діяльності. Обґрунтовуються підходи до інтеграції інструментів ризик-менеджменту та системи збалансованих показників з урахуванням особливостей діяльності підприємницьких структур.

Ключові слова: ризик, підприємницька діяльність, управління ризиками, збалансована система показників.

Євдокименко В.Н., Дергалюк Б.В. РИСКИ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: РАЗРАБОТКА МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ

Рассматривается сущность риска, выявляются недостатки организации управления рисками, особенности процесса формализации и эффективности управления рисками предпринимательской деятельности. Обосновываются подходы к интеграции инструментов риск-менеджмента и системы сбалансированных показателей с учетом особенностей деятельности предпринимательских структур.

Ключевые слова: риск, предпринимательская деятельность, управление рисками, сбалансированная система показателей.

Yevdokymenko V.M., Derhalyuk B.V. RISKS OF ENTERPRENEURIAL ACTIVITY: MECHANISM OF MANAGEMENT DEVELOPING

The essence of risk is considered, lacks of the organization of risk management, features of the process of formalization and efficiency of risk management of enterprise activity are revealed. The approaches to integration of risk management tools and the system of balanced indicators that take into account features of the entrepreneurial structures activity are substantiated.

Keywords: risk, enterprise activity, risk management, the system of balanced indicators.

Постановка проблеми. При прийнятті економічних рішень у процесі підприємницької діяльності як на макро-, так і на мікрорівні слід враховувати фактор невизначеності і ризику, обумовлених змінами стану зовнішнього і внутрішнього середовища. Це визначається як розумінням усіма учасниками економічних відносин значущості та необхідності вибору прийнятного рівня ризику, його параметрів, реалізації ризик-менеджменту, так і складністю його застосування підприємницькими структурами, ризикова діяльність яких є невід'ємним змістом їх розвитку.

Під ризиком прийнято розуміти ймовірність (загрозу) втрати господарюючим суб'єктом частини своїх ресурсів, недоотримання доходів або появи додаткових витрат у результаті здійснення виробничо-фінансової діяльності як на етапі планування, так і в процесі реалізації [1, с. 135]. Виділяють сукуп-

ні умови, що характеризують виникнення ризикової ситуації: наявність невизначеності; необхідність вибору з альтернативних варіантів і можливість їх ймовірнісної оцінки.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності ризиків, їх видів, а також факторів впливу та використання відповідних інструментів ризик-менеджменту досліджуються у працях: В.І. Грушко, О.В. Васюренка, А.Я. Кузнецової, А.М. Мороза, А.А. Пересади, Л.О. Примостки, Б.І. Пшика, С.К. Реверчука, М.І. Савлука.

Результати дослідження. Управління ризиками – складний вид діяльності, пов'язаний як з неоднозначністю самого поняття «ризик», так і з різноманітним проявом ризику і можливостей подолання його несприятливих наслідків.

Основні характеристики ризику зводяться до того, що:

- ризик присутній завжди на всіх етапах діяльності господарюючих суб'єктів незалежно від сфери їх функціонування;
- повне усунення ризику неможливо в силу ряду причин як об'єктивного, так і суб'єктивного характеру.

Це вимагає особливого підходу до управління ризиками та формалізації даного процесу. Формалізація в загальному вигляді являє відображення результатів мислення в точних поняттях або твердженнях. Формалізація процесу управління полягає в точному його описі, а також розробці та впровадженні документів (процедур, посадових інструкцій, положень і т. д.), що регламентують цей процес.

Формалізація процесів управління дозволяє вирішити наступні завдання:

- організація діяльності;
- структурування діяльності;
- схоронність (безпека) діяльності;
- стандартизація діяльності;
- оцінка і вдосконалення діяльності.

Іншими словами, формалізація процесів управління дає можливість:

- визначити і розподілити дії між співробітниками організації, що виключає конфлікти між ними і підвищує виконавчу дисципліну;
- виявити і усунути недоліки існуючої структури управління, побудувати спосіб функціонування підприємства оптимальним чином;
- зберегти знання та вміння персоналу, які, як правило, губляться з його відходом з організації;
- встановити єдину мову спілкування всередині організації і на різних її рівнях;
- відтворювати результати незалежно від мінливості стану доданків процесу та управляти діяльністю, направляючи вивільнені зусилля на її постійне поліпшення.

Як показують результати дослідження, організації управління ризиками в підприємницьких структурах властиві два недоліки:

1. Відсутність будь-якого процесу управління взагалі або фрагментарне використання окремих елементів ризик-менеджменту, що, як правило, призводить до виникнення непослідовності в діях, некаваліфікованим рішенням, помилок.
2. В якості основної мети управління ставиться формалізація процесу управління, що призводить до створення спеціальних структур з управління ризиками та суворої регламентації їх функцій, тобто всі уваги, зусилля і час направляються на формальну сторону процесу.

У зв'язку з цим при формалізації процесу ризик-менеджменту необхідно враховувати можливі витрати його впровадження (рис. 1):

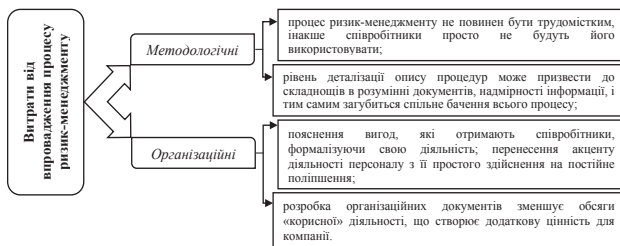


Рис. 1. Витрати впровадження процесу ризик-менеджменту [4, с. 478]

Однак витрати, пов'язані з формалізацією діяльності, є вкладками в нематеріальні активи компанії і в кінцевому рахунку збільшують позитивну різ-

ницю між ринковою і балансовою вартістю бізнес-структур на ринку.

Ефективність процесу управління ризиками підприємницької діяльності обумовлена наявністю і послідовністю застосування наступних основних компонентів ризик-менеджменту (табл. 1):

Таблиця 1
Компоненти ризик менеджменту
[1, с. 135-141; 2, с. 397-401]

Компонента	Опис
Ідентифікація	формування цілісної картини ризиків, що загрожують діяльності підприємства;
Оцінка	повний аналіз ризику як за масштабом його впливу, так і по можливості настання;
Вибір стратегії	визначення конкретної стратегії щодо управління ризиками діяльності (обережна, ризикована або зважена);
Зниження ступеню ризику	вибір методів впливу на ризик з метою мінімізувати розмір можливого збитку або ймовірність настання несприятливих подій;
Контроль	спостереження за ефективністю застосування методів управління ризиками, моніторинг поточної обстановки, виявлення нових обставин, змінюють рівень ризику.

Формалізація зумовлює активне управління ризиками в організації, яке включає постійне проведення заходів з обліку і контролю впливу ризиків, створення стабільно розвиваючої, динамічної системи ризик-менеджменту з використанням сучасних наукових технологій оцінки та управління ризиками. Підхід до активного управління ризиками ґрунтується на раціональному використанні всіх видів існуючих ресурсів (виробничі, кадрові, матеріальні, інформаційні та ін.). При цьому формування системи активного управління ризиками в підприємницьких структурах має ґрунтуватися на виборі та встановленні прийнятного рівня ризику.

Інтегративна програма управління ризиками повинна містити такі розділи: уявлення про систему управління ризиками, місія, стратегічні установки підприємства і його політика у сфері управління ризиками; політика захисту від стратегічного ризику; підпрограма захисту від нищівних ризиків; підпрограма управління в особливих ситуаціях; підпрограма захисту безперервності виробництва; підпрограма рутинного ризик-менеджменту; підпрограма особливих проектів; підпрограма фінансування управління ризиками; призначення відповідальних з управління ризиками; порядок контролю за виконанням програми.

Таким чином, формалізація процесу управління ризиками організації повинна змістити існуючий підхід до управління ризиками від фрагментарної, епізодичної, обмеженої моделі до інтегрованої, безперервної і розширеної. Управління ризиками є однією з найважливіших логічних складових організованого процесу функціонування господарюючого суб'єкта, і тому воно має бути інтегроване в даний процес, мати науково обґрунтовану стратегію, тактику і операційну реалізацію. При цьому необхідно не тільки здійснювати управління ризиками, а й постійно вдосконалювати інструментарій його реалізації.

В даний час широке поширення набула ідея про інтеграцію інструментарію ризик-менеджменту та збалансованої системи показників (BSC). Ідея даної системи ґрунтується на двох ключових положеннях:

1. Використання в управлінні одних лише фінансових показників не дозволяє успішно досягати довгострокової мети максимізації вартості підприємства.

2. Добре організована реалізація вибраних стратегій набагато важливіше, ніж якість самих стратегій. Збалансована система показників спрямована на формування механізму розробки стратегії створення вартості, який базується на чотирьох складових (табл. 2):

Таблиця 2

Складові механізму розробки стратегії створення вартості [3, с. 392]

Складова	Описання
<i>Фінанси</i>	стратегія зростання прибутковості та управління ризиками з точки зору акціонерів;
<i>Клієнти</i>	стратегія створення вартості і диференціювання з позиції задоволення потреб споживача;
<i>Внутрішні бізнес-процеси</i>	ефективна організація бізнес-процесів та їх операційна ефективність;
<i>Навчання і зростання</i>	здатність організації до змін, до прийняття нових ідей, гнучкість і орієнтація на постійні поліпшення.

Класична BSC не має на увазі окремого обліку фактору ризику. Однак у збалансованої системи показників є ряд точок дотику з ризик-менеджментом, що створює передумови для інтеграції останнього в BSC. Істотною перевагою інтеграції інструментарію BSC і ризик-менеджменту є те, що питання, пов'язані з фактором ризику, розробляються при такому підході не ізольовано, а в контексті політики прийняття стратегічних рішень – це сприяє забезпеченню фінансової безпеки в умовах кризи в поєднанні із збереженням стратегічного потенціалу фірми.

Одним із критеріїв ефективності ризик-менеджменту є повнота врахування ризиків, яка має на увазі, що всі області потенційних ризиків повинні бути вивчені з метою визначення всіх релевантних для підприємства ризиків. У цій ситуації BSC виявляється досить корисною, оскільки чотири блоки показників (так звані «напрями» [3, с. 392]), в яких відображаються основні положення стратегії, формують поле для пошуку і подальшої класифікації ризиків. Стратегічні цілі, які відображаються в чотирьох блоках BSC, служать відправною точкою для систематичного визначення ризиків. Крім цього, BSC наочно показує розриви між проведеною стратегією і існуючими ресурсами. Ці розриви вже самі по собі представляють ризики для компанії. Таким чином, класична BSC надає підтримку в процесі визначення ризиків підприємства, які могли б виявитися непоміченими при ізольованому ризик-менеджменті. Додатковою перевагою BSC є наявність в її структурі як фінансових, так і нефінансових показників, оскільки така структура в цілях обліку фактору ризику дозволяє відображати як кількісно вимірювані, так і кількісно не вимірювані ризики. Співвіднесення цілей BSC з конкретними ризиками, визначення показників-індикаторів ризику та їх прикордонних значень сприяє тому, що вплив ризиків на стратегічні цілі буде своєчасно враховано, інформація про ризики буде доведена до керівництва компанії, а стратегія фірми в разі необхідності буде скорегована.

У свою чергу, ризик-менеджмент надає підтримку BSC. У процесі аналізу ризиків він дає рекомендації з формування стратегії, а інформація про поточні зміни ризиків стає відправною точкою для модифіка-

ції передумов планування, закладених в BSC, і подає своєчасні сигнали до перегляду стратегії та її відображенню в BSC.

Таким чином, BSC при інтегрованому підході виконує не тільки функції інформаційного забезпечення, планування та контролю, а й функцію ризик-менеджменту.

Інтеграція обліку фактору ризику в BSC веде до того, що потенціал компанії та шанси розглядаються в поєднанні з ризик-потенціалом фірми і його впливом на стратегічні цілі компанії, що, без сумніву, є більш кращим варіантом для ефективного керівництва компанією порівняно з ізольованим існуванням як ризик-менеджменту, так і BSC.

Вивчення практики ряду провідних консалтингових фірм дозволило виділити чотири принципово різних підходи до інтеграції ризик-менеджменту і збалансованої BSC, використання яких, дозволяє приймати більш обґрунтовані фінансові рішення в умовах кризової ситуації. Розглянемо ці підходи більш докладно.

1. Розширення функцій класичної BSC

Цей підхід передбачає введення обліку фактора ризику безпосередньо в кожному блоці класичної BSC – фінанси, клієнти, бізнес-процеси, навчання і зростання. Для кожної стратегічної мети визначається не тільки показник і його цільове значення, а й ризики, які можуть надати вплив на досягнення мети.

Такий варіант BSC отримав назву Balanced Scorecard Plus [4, с. 478]. BSC Plus розробляється як для підприємства в цілому, так і його окремих оперативних одиниць, при цьому кожен з блоків BSC доповнюється показниками шансів, ризиків і факторів їх впливу. Облік ризиків у BSC Plus здійснюється на основі симетричного розуміння ризиків, тобто ризики і шанси розглядаються рівноцінно [4, с. 478]. На основі інформації, отриманої в результаті аналізу ризиків і шансів, формулюється ризик-стратегія компанії. Вона визначає поведінку з шансами та ризиками на оперативному і стратегічному рівнях. При цьому закріплюються граничні значення показників по окремих групах ризику для конкретних підрозділів фірми.

Перевагою даного підходу є його простота і мінімальні витрати на реалізацію. Крім цього, віднесення ризиків до кожного з чотирьох блоків BSC дозволяє закріпити відповідальність по контролю показників ризику за менеджерами, відповідальними за кожен блок BSC. Проте існує ймовірність появи неврахованих факторів ризику, виникнення яких обумовлено неповнотою системи цілепокладання при розробці відповідних стратегій.

2. Встановлення спеціального блоку управління ризиками в структуру класичної BSC.

Мета даного підходу полягає в збереженні функцій класичної збалансованої системи показників. При цьому облік всіх релевантних для ризик-менеджменту цілей, показників їх нормативних та цільових значень, а також відповідних заходів виносяться в спеціальний додатковий блок.

У порівнянні з попереднім підходом додавання спеціального блоку для врахування ризиків має серйозну перевагу, оскільки воно гарантує більш повне їх відображення, в тому числі і тих, які в BSC-Plus могли виявитися неврахованими в силу неможливості їх віднесення до однієї із стратегічних цілей і, відповідно, до одного з чотирьох блоків BSC. Проблематичним в даному підході є визначення особистої відповідальності співробітників за конкретні ри-

зики, оскільки останні згруповані в окремий блок. У зв'язку з цим поряд консультативних фірм пропонується використання модифікованої системи показників, заснованої на збалансованості шансів і ризиків підприємства (Balanced Chance-and Risk-Scorecard).

3. Balanced Chance-and Risk-Scorecard

Даний підхід базується на модифікації BSC, яка полягає в тому, що замість орієнтації на чотири блоки BSC, що відображають стратегічні цілі компанії, ключовим елементом даної системи стають стратегічні фактори успіху компанії. Споконвічна гіпотеза, на якій будується концепція, полягає в тому, що успішна реалізація стратегії фірми, що означає її конкретизацію і ефективне проведення на більш низьких рівнях управління, залежить від більш-менш обмеженого числа так званих «стратегічних факторів успіху» [4, с. 478]. У даному підході фактори успіху стають сполучною ланкою між стратегічними цілями компанії і системою показників BSC. Перевагою даної концепції є те, що підприємство при розробці BSC може звернутися до стандартних реєстрів, в яких зібрані релевантні для окремих галузей фактори успіху.

Шляхом паралельного порівняння BSC для шансів і BSC для ризиків компанії концепція Balanced Chanceand Risk-Scorecard забезпечує менеджмент агрегованою і повною інформацією про поточний стан підприємства та ступеня досягнення стратегічних цілей компанії. Крім цього, заміна чотирьох блоків класичної BSC стратегічними факторами успіху полегшує оцінку індивідуальної для кожного окремого підприємства системи причинно-наслідкових взаємозв'язків показників BSC і стратегічних цілей, покладених в її основу. Особливу увагу управлінню ризиками приділено в даному підході за рахунок роз-

робки власної BSC для ризиків. Співвіднесення ризиків зі стратегічними факторами успіху покращує розуміння співробітниками взаємозв'язків між ризиками і кінцевими результатами діяльності фірми і підвищує свідомість персоналу в контролі ризиків. Як недолік даного підходу необхідно відзначити досить високі витрати на його реалізацію.

Висновки. Вищевикладене дозволяє зробити висновок про необхідність врахування особливостей діяльності підприємницької структури при виборі відповідного механізму управління ризиками. У разі якщо фірмою прийнято рішення на основі BSC здійснювати управління ризиками, необхідно спочатку оцінити реальні ресурси компанії, зважити переваги і недоліки підходів до інтеграції з позиції потреби компанії і особливостей її діяльності і на основі цієї інформації робити вибір на користь одного з варіантів інтеграції BSC і ризик-менеджменту.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Карліна Є. П., Потапова І. І. Управління ризиками підприємницької діяльності // Укр. Астрахан. держ. техн.ун-та. – 2006. – № 4(33). – С. 135-140.
2. Мітченко І. А., Потапова І. І. Теоретичні аспекти формування системи ризик-менеджменту в підприємницькій діяльності // Управління змінами та інновації в економічних системах / під ред. д-ра екон. наук, проф. В. В. Глухова, д-ра екон. наук, проф. А. В. Бабкіна : міжвуз. зб. наук. пр. – СПб. : Изд-во політехн. ун-ту, 2006. – С. 397-401.
3. Каплан Р. Організація, орієнтована на стратегію. Як в новому бізнес-середовищі процвітають організації, які застосовують збалансовану систему показників. – М. : Олімпік-Бізнес, 2005. – 392 с.
4. Впровадження збалансованої системи показників / Horvat & Partners. – М. : Альпіна Бізнес Бук, 2006. – 478 с.

УДК 330.341.1:334.75

Жигалкевич Ж.М.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту

Національного технічного університету України

«Київський політехнічний інститут»

ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ СТВОРЕННЯ ТА РОЗВИТКУ КЛАСТЕРІВ

Стаття присвячена розв'язанню проблем створення кластерів взаємодіючих підприємств; визначено роль інституалізації кластерних процесів; подано характерні ознаки та виявлено переваги кластерів; розроблено модель інституційно-організаційно-забезпечення кластероутворення; визначено структуру ідеального кластера та подано її в графічному вигляді.

Ключові слова: кластер, інституційне забезпечення, інституційний механізм, формування, розвиток, модель.

Жигалкевич Ж.М. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ СОЗДАНИЯ И РАЗВИТИЯ КЛАСТЕРОВ

Статья посвящена решению проблем создания кластеров взаимодействующих предприятий; определена роль институализации кластерных процессов; поданы характерные признаки и выявлены преимущества кластеров; разработана модель институционально-организационного обеспечения создания кластеров; определена структура идеального кластера и представлена в графическом виде.

Ключевые слова: кластер, институциональное обеспечение, институциональный механизм, формирование, развитие, модель.

Zhygalkevych Zh.M. INSTITUTIONAL DEVELOPMENT FOR THE ESTABLISHMENT AND CLUSTERS

The article is dedicated to solving the problems of creation the clusters of interacting enterprises; outlined the role of institutionalization of cluster processes; posted typical signs and advantages of clusters; worked out the model of institutional and organizational support cluster's creation; outlined the basic elements of the cluster's ideal structure and developed its model graphically.

Keywords: cluster, institutional support, institutional mechanism, formation, development, model.

Постановка проблеми. Основними завданнями активізації інноваційної діяльності в науково-технічній та промисловій сферах є підвищення ефек-

тивності виробництва та конкурентоспроможності продукції (послуг), диверсифікація і вдосконалення структури виробництва та експорту. Нині багато

країн і регіонів роблять акцент у зазначених сферах на створення та розвиток кластерів. Інноваційна політика кластероутворення досить широко поширена у виді ініціатив регіональної стратегії або заходів з підтримки локальної системи виробництва. Однак, навіть за найбільш детальної і збалансованої нормативно-правової розробки, реалізація інноваційної політики не стане у повній мірі ефективною без необхідних інституційних умов.

Отже, постає необхідність розробки інституційних механізмів, що активізують інноваційно-технологічні процеси на підприємствах. Однією з таких форм, що підтверджується світовим досвідом, є інституційний механізм кластероутворення взаємодіючих господарюючих суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Розкриття історичних передумов та аргументація поняття «кластер», як особливого явища в економіці, було розпочато в наукових дослідженнях зарубіжних учених І. Дахмена, Р. Коуза, П. Кругмана, Е. Лімера, А. Маршала, Л. Матссона, Ф. Перу, В. Прайса, Д. Сольтє, І. Толенадо, Й. Шумпетера та ін. Засновником сучасної концепції кластерів та аналізу їх впливу на формування конкурентних переваг вважають американського економіста М. Портера. Дослідженню кластерних механізмів присвячено праці російських учених, зокрема М. В. Афанасьєва, Ж. А. Мингалєвої, А. М. Міграняна, Е. О. Монастирного, Л. А. Мяснікової, С. В. Ткачової та інших. У вітчизняній науковій літературі питання створення кластерів в умовах інноваційної економіки відображено у працях З. С. Варналія, М. П. Войнаренка, О. Є. Кузьміна, О. А. Мазура, Б. Е. Патона, С. І. Соколенка, Д. М. Стеценка, Л. І. Федулової та ін. Але існують певні протиріччя між західною теорією і практикою кластеризації та українськими реаліями трансформаційної економіки. Запозичення західних технологій кластеризації вимагає певної адаптації і створення вітчизняного механізму інституційного забезпечення і раціональної підтримки кластерної взаємодії суб'єктів підприємництва. Отже, постає необхідність широкого спектра спеціальних наукових досліджень і теоретичного обґрунтування формування інституційних механізмів розвитку ефективних вітчизняних кластерних систем.

Постановка завдання. На основі вищезазначеного завданням дослідження є визначення інституційних механізмів, що забезпечують ефективне функціонування та розвиток кластерів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Кластери – це система наукового, технологічного та просторового сполучення виробництв на засадах комплексного використання наявних ресурсів, спрямованих на досягнення найбільшої господарської ефективності та виготовлення конкурентоспроможної продукції. За своєю економічною сутністю кластери займають проміжне місце між автономними організаціями, регіональними промисловими комплексами і галузевими альянсами, поєднуючи в собі риси всіх зазначених видів економічних систем. Серед причин актуалізації кластерних процесів можна виділити декілька. Зокрема, стимулювання інноваційної компоненти промислової економіки, необхідністю підвищення конкурентоспроможності продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках, сприяння налагодженню взаємодії учасників кластера на основі надійних коопераційно-коеволюційних домовленостей.

Опрацювання наукових підходів до сутності кластерів стало передумовою для виокремлення їх ключових системно-функціональних ознак, а саме це:

- географічна концентрація подібних, суміжних або додаткових підприємств з активними бізнес-транзакційними каналами, що поділяють спеціалізовану інфраструктуру і мають спільні можливості або загрози;

- галузеве, територіальне та добровільне об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють із науковими (освітніми) установами, громадськими організаціями й органами місцевої влади з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції та сприяння соціально-економічному розвитку регіону;

- мережі виробників взаємозалежних підприємств, пов'язаних один з одним у доданій вартості ланцюга виробництва.

Успішний розвиток економічних кластерів вимагає удосконалення інституційних засад та розробки інституційного механізму їх створення та функціонування. Змістом аналізу інституційних засад формування і розвитку кластерів взаємодіючих промислових підприємств є аналіз діяльності суспільних інститутів (груп, організацій, об'єднань), зв'язків і залежностей між ними, визначення чинників задоволення економічних інтересів суб'єктів кластерної системи.

Процеси кластеризації є закономірним етапом та чинником об'єктивного розвитку ринкових систем. Їх розвиток дозволяє ефективніше поєднувати такі фактори економічного зростання як освіта, наука, культура підприємницької діяльності, що формують середовище для побудови економіки знань на регіональному та національному рівнях. Успішне функціонування територіально-галузевих інтеграційних об'єднань у формі кластерів є важелем підвищення продуктивності праці та результативності підприємницької діяльності економічних суб'єктів; стимулювання інвестиційного клімату взаємодіючих підприємств; активізування інноваційного рівня діяльності; створення системи підготовки висококваліфікованих спеціалізованих кадрів; збільшення випуску конкурентоспроможної продукції; забезпечення ефективного обміну інформацією.

Основою створення кластерів є економічні зв'язки, що базуються на довгострокових контрактах і здійснюються шляхом вертикальних і горизонтальних взаємодій між різними бізнес-суб'єктами та їх постійної (або довготривалої) взаємозалежності, як правило, взаємовигідної, обумовленої принципом синергізму (тобто діючи разом). Такі об'єднання сприяють малим організаціям поєднати переваги малих форм підприємства і великих виробництв. Між фірмами, що належать різним власникам, відбувається споріднення при збереженні кожного з них своєї автономності.

Дослідження інституційних засад формування і розвитку кластерних об'єднань дозволяє визначити сутнісні характеристики, фактори впливу на розвиток і організаційні чинники та соціально-економічні наслідки функціонування кластерних об'єднань, що є важливою умовою раціонального розвитку економічних систем. Постає необхідність розробки інституційного механізму розвитку кластерів.

Механізм – це система трансформації господарських взаємовідносин суб'єктів у напрямі їх ієрархічного упорядкування відповідно до вимог традиційно існуючого або легітимно встановленого суспільством інституту [1, с. 83].

Інститут – система відносно стійких формальних і неформальних норм і правил, які регулюють прийняття рішень, діяльності та взаємодії соціально-економічних суб'єктів ті їх угруповань [2].

Інституційний механізм у загальному розумінні – це засіб встановлення порядку, стабільності та до-

тримання правил господарського механізму, а також забезпечення відтворення адекватних проявів зовнішнього середовища інститутів. До його особливостей можна віднести наступні:

- визначення взаємовідносин між взаємодіючими господарюючими суб'єктами;
- встановлення та забезпечення порядку у взаємовідносинах;
- підтримка стійкості господарського механізму та підвищення його ефективності;
- структурування різних індивідуальних інтересів взаємодіючих суб'єктів для досягнення спільної мети в межах господарського механізму;
- стабілізація відхиленй дій суб'єктів від загальноприйнятих норм і правил.

У якості умов необхідності дослідження ролі інституційного механізму в розвитку кластерів пропонуються наступні. По-перше, повноцінна модель кластерів не може бути створена без урахування інституційного фактора (вимірювання) їх формування та функціонування. По-друге, в соціально-економічних умовах, що тягнуть до ринкового (у сенсі конкурентного) типу, не можуть існувати стійкі в довгостроковому періоді кластери неінноваційного типу [3, с. 8].

Метою дослідження інституційних засад кластеризації є визначення критеріїв, факторів і наслідків формування кластерних об'єднань, а також виявлення системи економічних інтересів, які формуються під впливом розвитку відповідних інституційних засад і сприяють удосконаленню ключових параметрів функціонування економічних систем.

Аналізуючи дослідження вчених, характерними ознаками організаційних форм кластерів є: географічна концентрація; множинність економічних агентів; функціональна взаємопов'язаність і взаємодія учасників; спеціалізація фірм-суб'єктів кластера; присутність конкуренції всередині кластера; інноваційна направленість; наявність висококваліфікованого персоналу.

Концепцію кластера можна звести до «5К» – концентрація, конкуренція, кооперація, комунікація, компетенція [3, с. 12]. До визначальних принципів формування кластерів віднесено наступні: загальні (наукові, легітимності, об'єктивності, своєчасності, цілеспрямованості, прогресивності, ефективності, адекватності, адаптивності); специфічні (територіальної локалізації, поєднання кооперації та конкуренції, довгострокової взаємодії, диверсифікації, узгодженості інтересів, селективності, корпоративності, партнерства, взаємозв'язку, інформаційної забезпеченості, аутсорсингової спеціалізації); системні (комплексності, циклічності, саморозвитку, синергізму, оптимальності).

Можливість створення кластера обумовлюється наявністю: формальної інституціональної структури (вертикально та горизонтально інтегрованої), координуючої розвиток кластера, створеної за участю входять до нього компаній; секторів економіки, привабливих з позиції

попиту, пропозиції і прогнозів розвитку; природних ресурсів, розвиненого виробничого і науково-технічного потенціалу, широких верств освіченого населення, доступу до зовнішніх джерел інформації; регіональної стратегії розвитку [4]. Етапність інституційно-організаційного забезпечення формування кластерів можна подати схематично (рис. 1).

Так, початковим етапом формування кластера є прояв ініціативи і створення потенційного ядра кластера. Ним, як правило, виступає велика фірма або співтовариство схожих фірм, які за допомогою вертикальних (ланцюги покупок і продажів), а також горизонтальних зв'язків (додаткові вироби і послуги, використання подібних спеціалізованих процесів, технологій або інститутів) взаємодіють з іншими організаціями, що беруть участь у кластеризації.

Для здійснення управлінської участі ядра кластера в роботі окремих учасників формується централізований апарат – Форсайт-центр. Його структура і функції залежать від управлінського навантаження, що покликани метою створення. Також у межах Форсайт-центру створюється система інформаційно-комунікаційного забезпечення. Створення інформаційно-комунікаційної системи забезпечить формування єдиного інформаційного простору, за допомогою якого здійсниться інтеграція знань і компетенцій різних елементів кластерної структури.

Процес формування критеріїв відбору учасників інноваційно-технологічного кластера здійснюється на основі визначення необхідних ресурсів для досягнення поставленої мети. Проводиться аналіз показників, що характеризують технічні, технологічні, фінансові, інвестиційні можливості, майновий і ка-

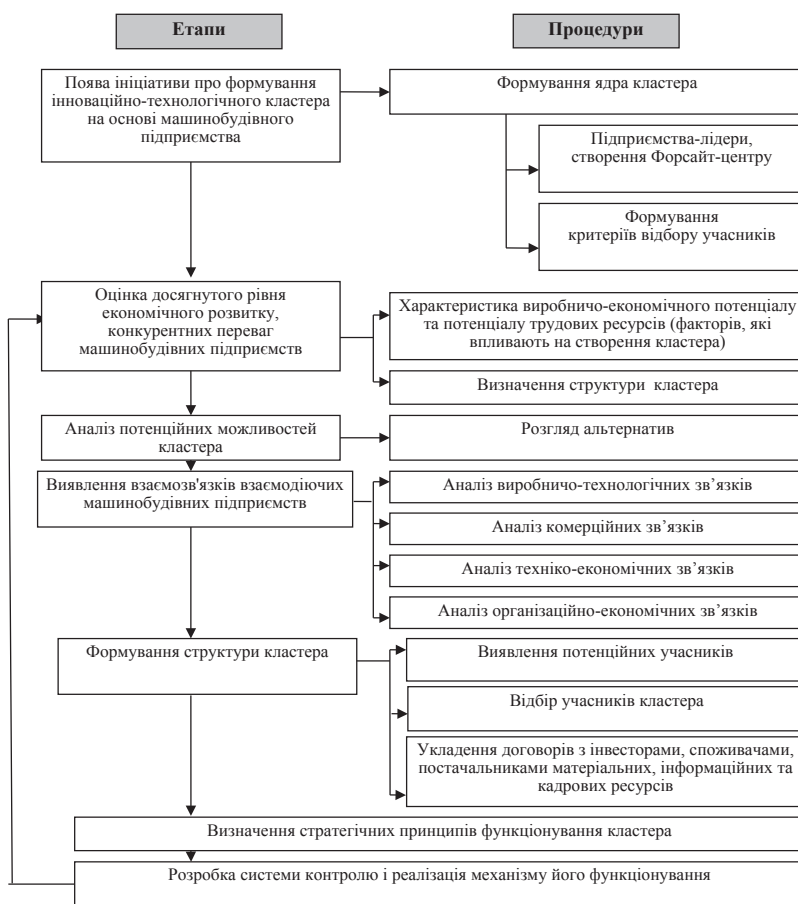


Рис. 1. Логіко-структурна схема інституційно-організаційного забезпечення кластероутворення

дровий потенціал потенційних учасників. У результаті аналізу виявляються усі способи їх ефективної взаємодії, зокрема: спільне використання основних засобів; взаємозаліки дебіторської заборгованості одних підприємств і кредиторською інших; загальні схеми реалізації продукції; налагодження зв'язків у постачанні та споживанні продукції серед учасників інноваційно-технологічного кластера.

Далі аналізуються потенційні можливості кластера. Розглядаються альтернативи використання ресурсів та способи досягнення намічених початкових завдань. Після чого визначаються форми взаємодії між учасниками кластера на базі наявної інноваційної складової. Основними видами зв'язків характерних для кластера взаємодіючих промислових підприємств є: виробничі, техніко-економічні, організаційно-економічні та комерційні.

Визначення стратегії забезпечить успішність функціонування та розвитку кластера зазначеного виду. Кластерні стратегії формуються на основі принципів: концентрації виробництва, відображення бізнес-простору цілісного виробничо-комерційного (вартісного) ланцюга, поліфонії інтересів, відтворення конкурентних переваг, розподілу, одночасності.

Формування кластерів зорієнтоване на забезпечення підвищення конкурентних переваг, серед таких:

- зниження витрат через відсутність посередницьких організацій між учасниками;
- можливість ефективного та раціонального використання капіталу;
- економія коштів завдяки повторюваності контактів між учасниками;
- доступ до спеціалізованої інфраструктури, юридичних, консультаційних послуг, фахівців та експертів місцевих інститутів;
- підвищення гнучкості та інноваційного потенціалу, переваги в доступі до нових технологій;
- сприятливі умови для швидкого навчання, а отже, підвищення якості продукції та збільшення обсягів її виробництва;
- виникнення ефекту синергії.

Виникнення синергетичних ефектів у межах кластерних утворень зумовлені спільним використанням ключових чинників виробництва. Для кластерів взаємодіючих підприємств характерними видами синергетичних ефектів є наступні:

- технологічний (спільне використання базових технологій, дифузія технологічних новин, передача ноу-хау).
- ресурсний (спільне використання на пільгових умовах ключових видів ресурсів: виробничі площі, центри колективного користування технологічним устаткуванням).

– інфраструктурний (спільне використання на пільгових умовах елементів інфраструктури, необхідних для всіх підприємств: банківські, страхові, консалтингові послуги).

– інформаційний (формування єдиного інформаційного простору серед взаємодіючих підприємств).

У відповідності до вищезазначеного інституційний механізм розвитку кластерів можна представити як систему впорядкованих взаємозв'язків між взаємодіючими підприємствами-учасниками. Ця система регулюється формальними та неформальними нормами і правилами, орієнтується на певний набір стимулів і обмежень з метою підвищення ефективності діяльності та стійкості кластера [5]. Під ефективністю кластерної структури розуміється результативність спільної діяльності учасників як єдиного цілого,

що визначається відношенням суми індивідуальних ефектів, скорегованих з урахуванням виникаючих синергетичних ефектів, до витрат, які зумовили їх здобуття.

Отже, постає необхідність формування такого інституційного механізму розвитку кластера, який буде регулювати систему взаємозалежних кластерних показників, а саме: конкурентоспроможність і відтворення конкурентних переваг; механізм контролю; важелі зниження транзакційних витрат (кількісних і якісних) на всіх етапах виробничо-комерційного ланцюжка. Економічна сутність такого механізму полягає у відтворенні виробничо-технологічних зв'язків між взаємодіючими підприємствами-учасниками та структурно-функціональної впорядкованості у межах кластера.

Виявити загальні закономірності формування первинних інтеграцій найбільш зручно за допомогою моделювання. Модель використовується як умовний образ об'єкта, сконструйований для спрощення його дослідження [6, с. 204]. У складі ідеального кластера називаємо ідеальним тоді, коли до його складу входять всі відомі види масового виробництва, добування та переробки сировини, а також усі види організацій, установ, закладів, які займаються обслуговуванням цих виробництв) виділяється п'ять таких частин:

1. Центральна виробнича підсистема, що являє собою сукупність і виробничо-економічну чи виробничо-технологічну єдність відповідних підсистем. Ця підсистема є виробничим ядром будь-якого кластера.
2. Підсистема виробництв, відповідним їм видів виробничого обслуговування галузей: ремонтно-механічні майстерні, інструментальні заводи, лакофарбові підприємства, фурнітурні фабрики, організація збуту, постачання тощо.
3. Підсистема проектно-конструкторських інститутів, бюро, науково-дослідних закладів, які займаються вивченням і впровадженням найновіших досягнень.
4. Підсистема навчальних закладів, що готують спеціалістів вищої і середньої кваліфікації, техніків (спеціалізовані інститути, професійні училища, школи, курси).
5. Підсистема спеціалізованих органів управління, які одержують інформацію про стан інших під-

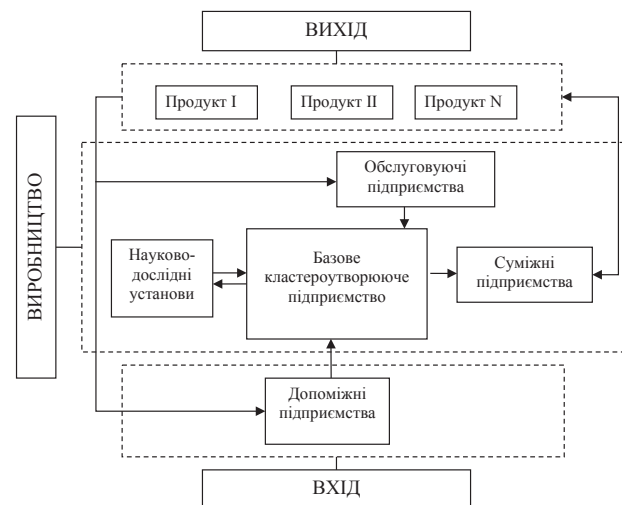


Рис. 2. Принципова схема логіко-структурної моделі процесу виробництва в кластері взаємодіючих підприємств

систем кластера, оброблюють інформацію, дають команди щодо напрямів розвитку кластерів і складових частин.

У процесі моделювання інформація про кластероутворююче підприємство систематизується і переноситься на його теоретичну модель, представлену в графічному вигляді (рис. 2).

Ефективна діяльність кластерних утворень формується в результаті загальноекономічної взаємодії всіх його учасників. Економічна сутність кластеризації проявляється у встановленні таких взаємовідносин між господарюючими суб'єктами, які забезпечують довгострокове погодження та взаємне зближення інтересів і цілей.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, незважаючи на підвищений інтерес науковців та існуючий успішний зарубіжний досвід створення та розвитку кластерів, залишаються проблемними питання щодо механізмів формування і ефективного функціонування вітчизняних кластерів на основі взаємодіючих підприємств. Існує необхідність розробки інституційних механізмів кластероутворення, що сприятиме активізації кластеризації вітчизняних взаємодіючих підприємств. У дослідженні виявлені характерні ознаки кластерів, їх конкурентні переваги. Запропоновано поетапну інституційно-орга-

нізаційну модель забезпечення кластероутворення. Визначено склад ідеального кластера та подано його модель у графічному вигляді.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Лебедева Н. Н. Институциональный механизм экономики: сущность, структура, развитие. – Волгоград : Изд-во ВолГУ, 2002. – 326 с.
2. Аверина И.С. Институциональный механизм стимулирования инновационной деятельности: противоречия и возможности их решения [Электронный ресурс] / Аверина И.С. // Современные проблемы науки и образования. – 2013. – № 3. – Режим доступа : <http://www.science-education.ru/pdf/2013/3/380.pdf>.
3. Гареев Т. Р. Кластеры в институциональной проекции: к теории и методологии локального социально-экономического развития / Т.Р. Гареев // Балтийской регион. – 2012. – № 3(13). – С. 7-33.
4. Алёхин, Д. Территориальные инновационные кластеры в Беларуси: возможности формирования / Д. Алёхин // Новости науки и технологий. – Минск : ГУ «БелИАС». – 2009. – № 3. – С. 42-45.
5. Клейнер Г.Б. Синтез стратегии кластера на основе системно-интеграционной теории [Электронный ресурс] / Г.Б. Клейнер, Р.М. Качалов, Н.Б. Нагрудная // Отраслевые рынки. – № 5-6(18), 2008. – Режим доступа : <http://www.kleiner.ru/arpab/klaster.html>.
6. Лопатников Л. И. Экономико-математический словарь : словарь современной экономической науки / Л. И. Лопатников. – 5-е изд. пер. и доп. – М. : Дело. – 2003. – 520 с.

УДК 338.48

Зарічна О.В.
кандидат економічних наук,
асистент кафедри маркетингу
Мукачівського державного університету

ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ІНВЕСТИЦІЙ ТА ЇХ РОЛЬ В ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті досліджується економічна сутність поняття «інвестицій» та їх вплив на розвиток туристичної галузі. Визначено переваги та недоліки використання інвестицій в туризмі. Запропоновані стратегічні цілі інвестиційної політики в галузі туризму.

Ключові слова: інвестиції, валові і чисті інвестиції, прямі і непрямі інвестиції, туризм, туристична діяльність, інновації в туризмі.

Zarichna E.V. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ ИНВЕСТИЦИЙ И ИХ РОЛЬ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье исследуется экономическая сущность понятия «инвестиций» и их влияние на развитие туристической отрасли. Определены преимущества и недостатки использования инвестиций в туризме. Предложены стратегические цели инвестиционной политики в области туризма.

Ключевые слова: инвестиции, валовые и чистые инвестиции, прямые и косвенные инвестиции, туризм, туристическая деятельность, инновации в туризме.

Zarichna O.V. ECONOMIC NATURE OF INVESTMENTS AND THEIR ROLE IN TOURISM ACTIVITIES

This paper examines the economic substance of the term «investment» and their impact on the tourism industry. Advantages and disadvantages of using investments in tourism. The proposed strategic objectives of the investment policy in the field of tourism.

Keywords: investment, gross and net investment, both direct and indirect investment, tourism, tourist activities, innovation in tourism.

Постановка проблеми. З розвитком ринкових відносин все більше постає питання вивчення важливості здійснення капіталовкладень в розвиток туристичної індустрії країни. Здійснення інвестиційної діяльності в туристичній сфері передбачає відповідне управління цим процесом, основна мета якого забезпечити найефективнішу реалізацію системи цілей і засобів їх досягнення, підвищення конкурентоздатності країни на світовому ринку туристичних послуг та забезпечення надходження додаткових коштів до бюджету. Тому розкриття даної теми є важливим в сучасних умовах господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальні питання політики розвитку туризму, інвестування та проблеми забезпечення конкурентоспроможності туризму досліджували такі відомі вітчизняні та зарубіжні вчені як О. Ю. Андріанов, В. С. Боголюбов, С. П. Гаврилюк, Н. Г. Дороніна, І. В. Ліпсиц, Л. В. Мінько, О., К. Фляйшер та інші науковці. Кожен з цих науковців висував свої твердження щодо важливості залучення інвестицій в розвиток туризму та налагодженні ефективних взаємовідносин з зарубіжними країнами.

Постановка завдань. Розвиток туристичної індустрії і всієї української економіки багато в чому залежить від ефективності державного регулювання, підтримки бізнесу, в тому числі – частково формування чіткої інвестиційної політики. Українським і закордонним інвесторам має бути вигідним вкладання засобів у вітчизняну туристичну галузь. Адже капітал надходить туди, куди йому потрібно, і де він буде захищений.

Отже для дослідження інвестиційної діяльності української економіки, зокрема вкладання коштів в розвиток туристичної індустрії необхідно розкрити суть понять інвестиції та туризму, визначити роль капіталовкладень в розвиток туристичної індустрії та виокремити переваги та недоліки інвестицій в туристичній діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічна діяльність окремих господарюючих суб'єктів і країни в цілому значною мірою характеризується обсягом і формами здійснюваних інвестицій. Термін «інвестиції» походить від латинського слова «invest», що означає «вкладати». У широкому розумінні інвестиції являють собою вкладення капіталу з метою подальшого його збільшення. При цьому приріст капіталу має компенсувати інвестору відмову від використання наявних коштів на споживання в поточному періоді, винагородити його за ризик, відшкодувати витрати від інфляції в майбутньому періоді [4, с. 245].

Джерелом приросту капіталу і рушійним мотивом здійснення інвестицій є одержання від них прибутку. Ці два процеси – вкладення капіталу й одержання прибутку – з погляду часового інтервалу можуть не збігатися. При послідовному перебігу цих процесів прибуток одержується відразу ж після здійснення інвестицій в повному обсязі. При рівнобіжному їх перебігу одержання прибутку можливе ще до повного завершення процесу інвестування.

При інтервальному перебігу зазначених процесів між періодом завершення вкладання капіталу й одержання прибутку проходить певний час (тривалість його часу залежить від форм інвестування й особливостей конкретних інвестиційних проектів).

Характеризуючи економічну сутність інвестицій, слід зазначити, що в сучасній літературі цей термін трактується неоднозначно – або широко, або вузько – залежно від мети дослідження.

Найтиповішою є думка, згідно з якою інвестиції – це будь-яке вкладення коштів, що може і не призводити ні до зростання капіталу, ні до одержання прибутку. До них часто відносять так звані «споживчі інвестиції», що за своїм економічним змістом до інвестицій не належать – засоби на придбання цих товарів витрачаються в даному разі на безпосереднє довгострокове споживання (якщо їхнє придбання не передбачає наступного перепродажу).

Досить часто, особливо раніше, термін «інвестиції» ототожнювався з терміном «капітальні вкладення». При цьому інвестиції розглядалися як вкладення коштів у відтворенні основних фондів (будівель, устаткування, транспортних засобів тощо). Але водночас інвестиції можуть здійснюватися й в оборотні активи, і в різноманітні фінансові інструменти (акції, облігації тощо), і в окремі види нематеріальних активів (придбання патентів, ліцензій, «ноу-хау» тощо). Отже, капітальні вкладення є вужчим поняттям і можуть розглядатися лише як одна з форм інвестицій, але не як їхній аналог.

Існує також думка, що інвестиції – це довгострокове вкладення коштів. Безумовно, окремі форми

інвестицій (передусім, капітальні вкладення) мають довгостроковий характер, проте інвестиції можуть бути і короткостроковими (наприклад, короткострокові фінансові вкладення в акції, ощадні сертифікати тощо).

Розглянуті вище положення враховані при визначенні терміна «інвестиції» в Законі України «Про інвестиційну діяльність»: «...Інвестиціями є всі види майнових та інтелектуальних цінностей, що вкладаються в об'єкти підприємницької та інших видів діяльності, в результаті якої створюється прибуток (дохід) або досягається соціальний ефект.

Інвестиції відіграють велику роль у розвитку й ефективному функціонуванні економіки. Для того, щоб визначити цю роль, необхідно розглянути валові і чисті інвестиції.

Валові інвестиції являють собою загальний обсяг інвестованих коштів у певному періоді, спрямованих на нове будівництво, придбання засобів виробництва і на приріст товарно-матеріальних запасів.

Чисті інвестиції – це сума валових інвестицій, зменшена на суму амортизаційних відрахувань у певному періоді [4, с. 246].

Динаміка показника чистих інвестицій відбиває характер економічного розвитку країни на тому або іншому етапі. Якщо сума чистих інвестицій є негативною величиною, це означає зниження виробничого потенціалу і, як наслідок, зменшення обсягу випущеної продукції. Якщо сума чистих інвестицій дорівнює нулю, це означає відсутність економічного зростання, тому що виробничий потенціал залишається при цьому незмінним. І нарешті, якщо сума чистих інвестицій є величиною позитивною, то це означає, що економіка перебуває в стадії розвитку, тому що забезпечується розширене відтворення її виробничого потенціалу.

Характеризуючи інвестиційну діяльність в Україні, необхідно наголосити на важливості капіталовкладень в сферу туризму. Туризм здійснює суттєвий вплив на економіку і розвиток регіону, сприяє надходженню валюти в країну, створенню нових робочих місць, поліпшенню інфраструктури і т. п. Для отримання максимальної користі від туризму кожна держава розробляє туристичну політику, яка є одним з напрямків соціально-економічної політики держави.

Туристична політика держави, як відомо, базується на стратегії і тактиці. Головна ціль туристичної стратегії держави – це створення високоефективного конкурентоспроможного туристичного комплексу, що забезпечує широкі можливості для обслуговування українських і іноземних громадян, а також значний внесок в розвиток економіки країни. Для реалізації цієї цілі пропонується цілий ряд заходів, серед яких і залучення інвестицій в сферу туризму. Виходячи з цих передумов, туристична індустрія – сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів [1].

Туризм має унікальну структуру. Вона характеризується наявністю цілого ряду окремих елементів, включаючи різні галузі обслуговування: невеликі ресторани, мотелі і готелі, будинки відпочинку, пральні, магазини, що продають вироби місцевих ремісників і предметами мистецтва і т. п. Таким чином, інвестиції уряду в інфраструктуру, а іноді і в дорогу матеріально-технічну базу туризму стимулює інвестування численних підприємств малого бізнесу.

Туристична індустрія є досить капіталомісткою галузю через високу вартість нерухомості і обладнання. Так, капітал в індустрію гостинності залучається на довгий період часу і повертається досить повільно, а сама структура інвестицій в цьому секторі подібна на інвестиції в промисловість, що вимагає великих затрат.

Початкові інвестиції в туризм притягають все більше вкладень в майбутньому у допоміжні і підтримуючі галузі господарства. Сюди входять великі інвестиції в головні готелі, ресторани, торгові центри, порти, аеропорти, транспортні засоби і т. п. Їхні інвестиції скуповуються тільки через декілька років. Туроператори і певною мірою турагенти вимагають великої кількості оборотних засобів для оплати послуг готелів, транспортних компаній тощо, перед туристичним сезоном. Капітал тут, як правило, затримується на короткий проміжок часу і часто використовується для спекуляцій на валютному ринку.

Оскільки в створенні продукту туристичної індустрії беруть участь різні її сектори, то компанії одного сектора зацікавлені у фінансуванні інших структур. Наприклад, туроператори можуть фінансувати розвиток готельних комплексів на курортах, куди вони відправляють своїх клієнтів. Авіакомпанії можуть гарантувати фінансову безпеку туроператорів, які широко використовують їх послуги.

Осучаснена завдяки туризму інфраструктура регіону використовується також і місцевими жителями. Індустрія туризму охоплює багато підприємств малого бізнесу, які підтримують індустрію, виручка від туризму швидко розподіляється серед найширших верств населення приймаючого регіону. Таким чином все суспільство отримує економічну користь [3, с. 85].

Наступний позитивний аспект розвитку туризму полягає в тому, що туристи змушені платити податки, як і більшість населення. Оскільки туристи в основному приїжджають з інших регіонів, то їх витрати для приймаючої країни являють собою розширену податкову базу. На додаток до звичайного податку з продажів туристи іноді платять і непрямі податки. Збори в аеропортах, в'їзні мита, збори з викликів – це лише декілька прикладів обкладення туристів податками.

Крім цих випадків, звичайні податки, що збираються як з подорожуючих, так і з місцевих жителів, підвищуються внаслідок туристичних витрат. Таким чином, туризм підвищує доходи регіону, зайнятість, інвестиції і т. п.

Але тим не менше існують обмеження, до якого часу уряд приймаючого регіону може максимізувати прибуток від інвестицій. Ці обмеження бувають двох типів: соціальні і економічні. Соціальні обмеження виникають завдяки збільшенню податків, що збираються з місцевих жителів при розвитку туристичної індустрії в регіоні. А економічні обмеження подаються у формі потенційних витрат невикористаних можливостей (альтернативних витрат), які виникають внаслідок розвитку туристичної індустрії. Вони заслуговують уважного дослідження з тим, щоб досягти більш глибокого розуміння проблеми оптимізації, яка стоїть перед урядом приймаючої країни.

Поряд з позитивними наслідками від інвестицій в туризм не слід забувати про негативний вплив від розвитку останнього, про так звану монокультуру (однонаправленість) туризму. В конкурентній боротьбі за землю, ресурси, капітал туризму тіснить сільське господарство і інші традиційні джерела доходів місцевих жителів. Більш висока заробітна плата в індустрії туризму приманює робітників, що негативно впливає на сільське господарство через

відтік робочої сили. В результаті знижуються обсяги сільськогосподарської продукції, в той час як обсяги споживання ростуть завдяки численним туристичним відвідуванням.

Одночасно порушується або повністю руйнується традиційний зміст життя і природний ландшафт в центрах масового туризму. Монокультура туризму сама підриває основи свого існування, тому уряд та інвестори повинні постійно підраховувати економічну ефективність від здійснення інвестицій, тобто вираховують їх доцільність.

Різонаправленість – це основа економічної стабільності. Коли одна галузь переживає різкий економічний спад, інша процвітає, і таким чином знижується можливість кризи. Відповідно замість того, щоб сприяти диверсифікації економіки, туризм часом заміщує інші галузі, а іноді і навпаки [6, с. 259].

При здійсненні інвестицій в туристичну індустрію слід звернути увагу, що туризм по суті своїй – явище сезонне. Тому повна залежність регіону від одного сектора індустрії небажана. Тим більше, що попит на туризм і подорожі значною мірою залежить від доходів і смаків туристів.

Крім того, розвиток туризму породжує певні соціальні і додаткові витрати на підтримку навколишнього середовища. Досить бурхливий розвиток туризму і повна залежність від нього ставить таку дилему: якщо припинити подальший розвиток, це загрожує економічним спадом; якщо не обмежувати туризм в подальшому розвитку, то природні і культурні ресурси країни збідніють і знеціняться. В цьому випадку рішення, як правило, прийняти досить важко.

Іноді уряди країн дивляться на туризм досить оптимістично. Вони втілюють в життя активні інвестиційні програми, спрямовані на розвиток туризму і носять пріоритетний характер. З'являються нові місця для відпочинку туристів, модернізуються старі, що прийшли в занепад: в них інвестуються гроші.

Часом інвестиції у туризм породжують ріст темпів інфляції. Туристи вкладають свої гроші, зароблені в іншому регіоні або країні, в економіку даного туристичного регіону. Підвищуються ціни на товари першої необхідності: продукти, одяг, житло, транспорт. Як правило, в туристичних регіонах особливо стрімко ростуть ціни на землю (наприклад, південне узбережжя Криму). Ціна, яку туристи можуть заплатити за своє проживання під час відпустки в туристичному регіоні, може різко знизити попит на житло самих місцевих жителів. Місцеві жителі (які мають відносно невеликі доходи) просто витісняються з ринку житла в районах з розвинутою туристичною індустрією [5, с. 75].

Отже, до переваг від інвестицій у туристичну індустрію для кожної країни, регіону можна віднести:

- збільшення готівкового потоку в регіон, в тому числі надходження іноземної валюти;
- ріст валового національного продукту (ВНП);
- створення нових робочих місць;
- реформування структури відпочинку, яка може бути використана як туристами, так і місцевими жителями;
- залучення капіталу, в тому числі й іноземного;
- збільшення податкових надходжень приймаючого регіону.

Недоліки розвитку туризму проявляються в тому, що туризм:

- впливає на ріст цін на місцеві товари та послуги, на земельні й інші природні ресурси і нерухомість;
- сприяє відтоку грошей за кордон при туристичному імпорті;

- викликає екологічні та соціальні проблеми;
- може нанести збитки розвитку інших галузей і т. д.

Інвестиції в туризм – це розміщення капіталу інвесторів у туристичному бізнесі з метою одержання прибутку. Оскільки капітал є одним із головних факторів виробництва, можливості туристичної виробляти продукти прямо залежать від обсягу капіталу, який інвестується [2, с. 420].

Капіталовкладення в туристичну сферу зростають лише за умови, що віддача на вкладені кошти перевищує обсяг інвестованого капіталу. Якщо віддача дорівнює обсягу інвестицій, то ефекту від інвестицій немає. У цьому разі і капітал, і виробництво залишаються постійними. Якщо різниця між вкладеним і отриманим капіталом є від'ємною, туристична індустрія втрачає джерела поновлення капіталу, можливості виробництва обмежуються.

Інвестиційна активність в економіці туризму, своєю чергою, залежить від прибутку, який інвестори одержують від своїх капіталовкладень. Здійснюючи вкладення у туризм, інвестори враховують такі фактори:

1) ступінь новизни технологій. Використання нових методів у туристичному бізнесі, як і в будь-якій іншій галузі, сприяє зменшенню витрат і максимізації прибутку. Новий турпродукт, як правило, добре просувається на ринку, що також сприяє збільшенню прибутку, а запровадження нових методів і технологій виробництва туристичного продукту вимагає нових інвестицій;

2) вартість одержання і використання капіталовкладень в економіку туризму, яка впливає на віддачу від зроблених інвестицій: низька вартість означає велику віддачу від інвестицій і великий прибуток для інвесторів;

3) вартість грошового капіталу, необхідного для придбання матеріально-речових об'єктів. Витрати на придбання основних і оборотних засобів є складовою інвестування капіталу. Тільки сам інвестор може визначити розміри і напрями використання капіталу. Критерієм визначення напрямку вкладення служить розмір прибутку від інвестицій, який залежить від ступеня експлуатації капіталу;

4) державна політика, яка сприяє пожевленню інвестиційної активності на ринку туризму (пільги з податку на прибуток в турбізнесі, інші заохочувальні заходи).

Основними стратегічними цілями інвестиційної політики в галузі туризму повинні бути:

- забезпечення та створення сприятливого інвестиційного клімату;
- створення відповідної законодавчої бази та забезпечення гарантій інвестиціям в туристичний бізнес;
- формування сприятливого іміджу країни, її туристичних регіонів;
- стимулювання припливу капіталовкладень у реконструкцію і будівництво сучасних туристичних систем;
- розробка нових програм, щодо проведення турів, які повинні враховувати етнокультурні, геополітичні, екологічні чинники туристичної місцевості.

На сьогодні розроблена державна програма розвитку туристичної галузі до 2015 року, яка містить основні проблеми розвитку туристичної індустрії в Україні та шляхи і способи їх розв'язання. Зокрема, даною програмою передбачено наступні шляхи розв'язання проблем:

- ініціювати формування туристичного простору високої привабливості шляхом розроблення та впровадження конкурентоспроможного національного

і регіональних туристичних продуктів на основі наявних туристичних та курортно-рекреаційних ресурсів;

- створити умови для розроблення туристичного та курортно-рекреаційного продукту високої якості;
- забезпечити розвиток спеціалізованої туристично-курортної інфраструктури, здатної забезпечити стійкі темпи зростання туристичних потоків з урахуванням специфіки національного туристичного продукту;

– створити умови для залучення інвестицій у розвиток туристично-курортної галузі;

- удосконалити існуючу систему підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів для підприємств, установ і закладів сфери туризму та курортів, створити дієву модель управління персоналом, що в комплексі могло б забезпечити соціально-економічну привабливість відповідних професій, підвищення якості наданих послуг, посилення мотивації праці;

– забезпечити створення єдиної системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту, формування позитивного туристичного іміджу держави, забезпечення розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму та діяльності курортів;

– сформувати єдину, інституційну, соціальну та інформативну взаємодію державних органів управління, об'єднаних суб'єктів туристичної діяльності та неприбуткових організацій у сфері туризму та діяльності курортів і суб'єктів малого та середнього підприємництва для забезпечення синхронізованого розвитку як окремих видів туризму, так і для єдиного туристично-рекреаційного комплексу.

Виконання Програми дасть можливість:

- істотно підвищити ефективність державної політики в сфері туризму і курортів, забезпечити виконання державою функцій з координації, планування, регулювання, стимулювання, захисту інтересів туристів, розвитку соціального туризму, національного та регіональних туристичних та курортних продуктів, стандартизації та сертифікації тощо;

– удосконалити існуючі та впровадити нові ефективні механізми взаємодії центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, об'єднаних суб'єктів туристичної діяльності та неприбуткових організацій у сфері туризму і діяльності курортів в забезпеченні сталого розвитку туризму;

– досягти загальноекономічного ефекту за рахунок комплексного, системного розвитку галузей, суміжних галузям з виробництва основних туристичних та курортних товарів і послуг, забезпечити наповнення бюджетів усіх рівнів, надходження валютних коштів;

– створити умови для сталого соціально-економічного розвитку регіонів за рахунок розвитку туристичного підприємництва та курортної справи;

– забезпечити позитивну динаміку потоків в'їзних і внутрішніх туристів до туристичних та курортних центрів України;

– покращити туристично-курортний імідж держави та її окремих територій;

– забезпечити збереження та відновлення унікальних природних територій, природних лікувальних та історико-культурних ресурсів, історичних місць України;

– залучити інвестиції в розвиток інфраструктури туризму та курортів, інженерно-транспортної та комунальної інфраструктур;

– сформувати ефективну систему інформаційного забезпечення сфери туризму та курортів, створити сприятливі умови для забезпечення рівного доступу до інформації;

– створити рівні можливості для суб'єктів туристичної діяльності, сформулювати передумови для розвитку ефективного та прозоро організованого туристичного ринку, єдиного нормативно-правового простору;

– створити нові та зберегти наявні робочі місця, активізувати розвиток малого та середнього підприємництва в сфері туризму та розширити тимчасову зайнятість у сільській місцевості;

– забезпечити безпеку туристів і подорожуючих територією України, захист їх прав, законних інтересів і збереження майна;

– комплексно розв'язати екологічні проблеми, пов'язані з туристсько-рекреаційним освоєнням територій.

Виконання Програми дасть змогу відновити та розбудувати існуючу матеріально-технічну базу туризму й курортів, створити якісний національний туристичний продукт, здатний максимально задовольнити потреби населення, забезпечити комплексний розвиток регіонів України та покращити умови інвестиційного забезпечення розвитку туристичного бізнесу.

Висновки з проведеного дослідження. З розглянутого вище можна зробити висновок, що туризм здійснює суттєвий вплив на економіку і розвиток регіону, сприяє надходженню валюти в країну, створенню нових робочих місць, поліпшенню інфраструктури і т. п. Для отримання максимальної користі від туризму кожна держава розробляє туристичну політику, яка є одним з напрямків соціально-економічної політики держави. Туристична політика держави, як

відомо, базується на стратегії і тактиці. Головна ціль туристичної стратегії держави – це створення висококоефективного конкурентоспроможного туристичного комплексу, що забезпечує широкі можливості для обслуговування українських і іноземних громадян, а також значний внесок в розвиток економіки країни. Для реалізації цієї цілі пропонується залучення інвестицій в сферу туризму. Інвестиційна політика з сфери туризму держави – це мобілізація і концентрація інвестиційних ресурсів на рішення пріоритетних задач соціально-економічного розвитку, а також надання інвестиційної допомоги стагнуючим галузям і територіям.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Закон України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року № 324/95-ВР.
2. Мальська М. П. Міжнародний туризм і сфера послуг : підручник. Затверджено МОН / Мальська М.П., Антонюк Н.В. – К., 2008. – 661 с.
3. Мальська М.П. Планування діяльності туристичних підприємств : навч. посібник / М.П. Мальська, О.Ю. Бордун. – К.: Знання, 2005. – 241 с.
4. Мороз А.М. Банківські операції : підручник. – 2-ге вид., випр. і доп. / А. М. Мороз, М. І. Савлук, М. Ф. Пуховкіна та ін. ; За ред. д-ра екон. наук, проф. А. М. Мороза. – К.: КНЕУ, 2002. – 476 с.
5. Цибух В. Державне регулювання у сфері туризму в Україні / В. Цибух // Статистика України. – 2005. – № 1. – С. 75-84.
6. Школа І.М. Менеджмент туристичної індустрії : навч. посіб. / І.М. Школа [та ін.] / за ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці : ЦТЕ-ІКНТЕУ, 2003. – 662 с.

УДК 631.151.6.:664.6:63.002.6

Зеліско І.М.

*доктор економічних наук,
професор кафедри фінансів і кредиту*

Національного університету біоресурсів і природокористування України

ЕВОЛЮЦІЙНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ІНТЕГРАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ В АГРАРНІЙ СФЕРІ УКРАЇНИ

Стаття присвячена виявленню об'єктивних передумов розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері України. Проаналізовано етапи розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері, що пов'язані з особливістю економічних відносин в країні. Визначені сучасні мотиваційні засади подальшого розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері України.

Ключові слова: інтеграційні процеси, аграрна сфера, аграрні формування, аграрні холдинги, агропромислове виробництво, організаційно-правова форма господарювання, аграрна політика.

Зеліско И.М. ЭВОЛЮЦИОННЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В АГРАРНОЙ СФЕРЕ УКРАИНЫ

Статья посвящена выявлению объективных предпосылок развития интеграционных процессов в аграрной сфере Украины. Проанализированы этапы развития интеграционных процессов в аграрной сфере, которые связаны с особенностями экономических отношений в государстве. Определены современные мотивационные основы дальнейшего развития интеграционных процессов в аграрной сфере Украины.

Ключові слова: интеграционные процессы, аграрная сфера, аграрные формирования, аграрные холдинги, агропромышленное производство, организационно-правовая форма хозяйствования, аграрная политика.

Zelisko I.M. EVOLUTIONARY PRINCIPLES OF THE INTEGRATION PROCESSES IN THE AGRARIAN SPHERE OF UKRAINE

The article is devoted to revealing the objective prerequisites for the development of integration processes in the agrarian sphere of Ukraine. The stages of development of integration processes in agrarian sphere of economic relations in the country. Designated modern motivational bases for further development of integration processes in the agrarian sphere of Ukraine.

Keywords: integration processes, agrarian sphere, agrarian formations, agrarian holdings, agro – industrial production, organizational and legal form of management, agrarian policy.

Постановка проблеми. Реформування аграрної сфери України супроводжується трансформаційними перетвореннями в аграрній економіці, важливою складовою яких виступають інтеграційні процеси.

В розв'язанні економічних проблем аграрної сфери важливого значення набувають інтеграційні засади об'єднувачих процесів, які характеризуються утворенням та функціонуванням нових формувань, що є

більш адаптованими до сучасного ринкового середовища.

В умовах фінансової нестійкості, економічних протиріч та невизначеностей світової економіки виникають нові можливості та зароджуються стимули для розвитку інтеграції. Інтеграційні процеси виступають потужним чинником прогресивного розвитку продуктивних сил та подальшого вдосконалення виробничих відносин, формування підґрунтя сталого розвитку аграрних формувань України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням інтеграційних процесів в аграрній сфері присвячені праці багатьох науковців. Заслужують на особливу увагу фундаментальні дослідження П. Саблука [1] та представників його наукової школи проблем реформування аграрної сфери України на засадах розвитку інтеграційних процесів. Наукові розробки В. Андрійчука [2] присвячені проблемним аспектам функціонування агропромислових компаній. Значний науковий і практичний інтерес представляють розроблені Ю. Коваленком [3] методологічні засади аналізу економічної ефективності аграрних підприємств України. С. Дем'яненком [4] приділено увагу проблематиці функціонування аграрних холдингів в Україні, перевагам і недолікам їх діяльності. В дослідженнях М. Кропивка і Ю. Лупенка [5] представлені аспекти розвитку аграрних холдингових формувань та заходи посилення соціальної спрямованості їхньої діяльності. Наукові праці Ю. Нестерчук [6] присвячені виявленню особливостей інтеграційних процесів в аграрно-промисловому виробництві. М. Маліком, О. Шпикуляком та О. Лузаном [7] розроблено інституційний базис розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері. Проте багато аспектів цієї проблематики залишаються предметом дискусій та подальших досліджень потребує еволюція розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері України.

Постановка завдання. На основі вищезазначеного завдання дослідження є виявлення об'єктивних еволюційних передумов інтеграційних процесів та визначення сучасних мотиваційних засад їх подальшого розвитку в аграрній сфері України.

Виклад основного матеріалу дослідження. В реформуванні української економіки із часів перебудови аграрний сектор взяв на себе роль творця бази-су нової системи господарювання. Світова практика господарювання доводить, що технічний прогрес та найбільш повне задоволення споживчого попиту в багатьох випадках визначаються ефективністю роботи інтегрованих економічних суб'єктів. Саме тому доречно буде зорієнтувати увагу на еволюції та особливостях становлення інтеграційних процесів в аграрній сфері в Україні.

Дослідження еволюції становлення та розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері є доцільним з наукової точки зору та викликає значний практичний інтерес. Це пов'язано з тим, що розвиток інтеграційних процесів відбувався під впливом економічних, політичних, соціальних трансформацій суспільства та аграрної сфери зокрема. Цілком логічно, що ці перетворення віддзеркалювалися у взаємовідносинах між підприємствами аграрної сфери та інших галузей національної економіки, набували нового змісту та характерних особливостей в процесі функціонування інтегрованих аграрних формувань.

Етапи розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері, пов'язані зі специфікою економічних процесів в Україні, як колишній союзній республіці, так і в теперішній самостійній державі [6]:

I етап – дореволюційний, кінець XIX-початок XX ст. Для цього етапу характерним є функціонування кооперативних товариств;

II етап – відбувався за часів нової економічної політики у 20-30 роках XX століття, характеризується підтримкою з боку держави процесів кооперування на добровільних засадах та приєднанням переробних до сільськогосподарських;

III етап – 30-40 роки XX століття, коли відбувалося створення аграрно-індустріальних комбінатів на базі потужних сільськогосподарських підприємств, що спеціалізувалися на виробництві продукції багатьох галузей та функціонували на засадах територіального управління з єдиного центру. У колишньому СРСР в ті часи функціонувало близько 300 аграрно-індустріальних комбінатів, котрі створювалися на єдиній матеріальній базі, та працювали за централізовано визначеними плановими показниками.

IV етап – 50-60 роки XX століття, характеризуються створенням виробничих трестів, що спеціалізувалися на виробництві певної продукції, наприклад птахофабрики з виробництва курятини, рибні господарства;

V етап – 70-80 роки XX століття, відбувається розвиток аграрно-промислових підприємств за територіально-галузевою ознакою;

VI етап – 80-85 роки XX століття, формуються галузеві аграрно-промислові формування, фінансування яких здійснюється в межах РАПО;

VII етап – 85-90 роки XX століття, відбувається перебудова та економічна реформа, здійснюється зміна економічних відносин в аграрній галузі, створюються агропромислові об'єднання, агрофірми;

VIII етап – 90 роки XX століття, трансформація форм власності, процеси приватизації підприємств, розпад сільськогосподарських підприємств;

IX етап – початок XX століття, виникнення аграрних формувань та аграрно-промислових формувань, фінансово-промислових груп, за участю капіталу, що надходить з інших галузей національної економіки;

X етап – сучасний, відбувається створення і функціонування корпоративних структур, інтегрованих аграрних формувань, в тому числі аграрних холдингів.

Аграрне виробництво за своєю природою пов'язане з промисловими, переробними, обслуговуючими, торгівельними підприємствами. Їх функціонування ґрунтується на взаємозалежності. О.М. Царенко це підтверджує міркуванням щодо можливості розгляду натурального селянського господарства як первинної спроби підприємства об'єднати всі ці функції [8].

Після існування натурального селянського господарства відбувається процес розділення між ремісництвом, торгівлею та функціонування їх як самостійних галузей. При цьому подальший, досить тривалий період розвитку продуктивних сил за будь-якої суспільно-економічної формації, супроводжувався постійним відтворенням втрачених взаємозв'язків. За часів існування адміністративно-командної економіки не припинявся пошук форм, механізмів та інструментів становлення, розвитку різних типів економічних зв'язків сільськогосподарських підприємств із підприємствами інших галузей. Важливо зазначити, що в аграрній сфері зародження інтеграційних засад господарювання характеризувалося достатньо високим рівнем результативності та відбувалося за централізованого державного управління.

Досить динамічними та потужними були процеси створення інтегрованих структур, що набували форм аграрно-промислових об'єднань, формування

їх фінансового, ресурсного і виробничого потенціалу, зростання рівня продуктивності праці та інтенсифікації виробництва. Через певний період часу відбувається погіршення стану механізму державного управління та деяке гальмування інтеграційних процесів. Стали відчутними конфлікт інтересів, неузгодженості, які виникли між підприємствами аграрної галузі та промисловості, сфери обслуговування. Створився значний дисбаланс обмінно-розподільчих та перерозподільчих відносин в країні. Наявним було привалювання інтересів окремих суб'єктів господарювання без урахування фінансової результативності та економічної мети діяльності інтегрованого формування.

У 80-х роках ХХ століття наявними в економічних відносинах економічних суб'єктів є ціновий диспаритет на продукцію підприємств різних галузей національної економіки. Він проявився в тому, що значно зросли ціни на матеріально-технічні ресурси та послуги для сільськогосподарського виробництва, у зв'язку із існуючим високо затратним виробництвом та зменшенням економічної та фінансової підтримки підприємств, що їх виробляли. Паралельно з цим, враховуючи соціальну направленість продукції аграрної сфери, штучно стримувався ріст цін на аграрну сировину та продукцію харчової промисловості.

У зв'язку з тим, що в країні сформувався нееквівалентний обмін і розподіл між галузями національної економіки та агропромисловими підприємствами, виникла негайна потреба у визначенні напрямів подолання цих негативних тенденцій, пошуку шляхів, економічних методів та організаційних форм забезпечення аграрного відтворення. На той період часу необхідно було створити стимули для партнерської економічної рівноправності та сформулювати фінансовий вектор необхідності їх спільної діяльності.

В цілому інтеграційні процеси аграрної сфери 70-80-х рр. характеризувалися тим, що без трансформації відносин власності відбувалося зближення економічних інтересів на засадах організаційного поєднання аграрних і промислових підприємств. Для аграрно-промислових підприємств характерною була державна форма власності. Для забезпечення фінансової незалежності підприємств відбувалося застосування комерційного розрахунку на рівні відносин між галузями національної економіки, що уможливило реалізацію керуючих засад в діяльності інтегрованих аграрних формувань. Його складові: створення централізованих керуючих структур для координації процесів, що відбуваються в аграрній галузі за територіальною ознакою; формування спеціальних структурних одиниць, на які покладені функції забезпечення переробки виробленої аграрної сировини; поява організаційно-складних та фінансово-ефективних форм аграрно-промислових об'єднань.

З набуттям незалежності України паралельно відбувалося руйнування старих методів господарювання та зародження нових, вільних, ринкових. Цей період був досить складним, суперечливим, характеризувався цілою низкою невизначеностей, труднощів, в тому числі в аграрній економіці. Відбулося значне падіння аграрного виробництва, розрив економічних відносин між внутрішньогалузевими та міжгалузевими партнерами. Тому виникло питання про можливість та доцільність функціонування тієї чи іншої форми інтеграції та подальші перспективи таких структур. Призупинити негативні тенденції розвитку аграрної галузі та забезпечити її стабілізацію та зростання можливо було за умови перебудови інституційних засад аграрної сфери, які б кореспондували з системою господарювання, що сформувалася.

З позицій сьогодення, бачення цього етапу економічного розвитку полягає в наступному. Перехід від адміністративної моделі до ринкової не може відбуватися без відповідних трансформацій економічних, політичних, соціальних відносин в суспільстві; свідомості та менталітету соціуму. Отриманий досвід щодо перетворень в 90-х роках показав, що економічна свобода – це велика відповідальність, яка проходить випробування протягом значних термінів часу, результати якої можуть бути досить непередбачувані. На пострадянському просторі, в Україні зокрема, ці процеси проходили повільно та складно. Важливо визначити в чому полягала специфіка тих часів і як це відображалось на розвитку аграрної сфери через призму інтеграційних процесів.

Реформування сільського господарства, процеси приватизації промислових, переробних підприємств вплинули на стан міжгалузевих зв'язків. Інтеграційні процеси в аграрній сфері України здійснювалися під впливом та у відповідності до тих змін, що відбувалися в промисловості. Проте, приватизаційні процеси в переробній промисловості здійснювалися з позицій галузевого тимчасового зиску без врахування технологічних аспектів зв'язків, що склалися у сільськогосподарських підприємств з державними переробними підприємствами. В результаті цього промислові, переробні та обслуговуючі підприємства зайняли позицію монополістів, ці ланки агропродовольчого ланцюга розбалансували відносини зі сільськогосподарськими товаровиробниками.

Політика ціноутворення цих підприємств формувалася без врахування економічних інтересів сільськогосподарських підприємств щодо цін на промислову продукцію та сировину. Відбувався нееквівалентний обмін між сільським господарством та іншими галузями національної економіки, зростали ціни на енергетичні ресурси, проявився ціновий диспаритет між аграрною та переробною галузями.

Розвиток організаційно-правових форм господарювання відбувався шляхом апробації різноманітних моделей. На перших етапах роздержавлення та реструктуризації підприємств важливе значення відводилося розвитку фермерських господарств та кооперативів, які набули значного поширення в багатьох країнах світу: в Японії – 80%, країнах ЄС – 60%.

Колективні підприємства реформувалися у господарські формування з порівняно меншими розмірами, що гальмувало використання механізмів дії економічних законів: переваг спеціалізації і концентрації виробництва; відповідності виробничих відносин рівню й характеру продуктивних сил; зростання продуктивності праці; усупільнення праці і виробництво тощо, що зумовило зниження дієвості господарювання. Аграрний потенціал, розвиток організаційно-правових форм сприяли укрупненню розрізаних земельних масивів та створенню нових життєздатних формувань.

Реструктуризовані підприємства не були адаптовані до нових, ринкових умов, оскільки було порушені та розбалансовані налагоджені та зміцнені зв'язки, інтереси між підприємствами різних підкомплексів агропромислового комплексу, набуті за часів планової економіки для здійснення господарської діяльності. З початком ведення ринкової економіки, такі зв'язки потрібно було реконструювати або проводити пошук й заново забезпечувати себе співпрацею з партнерами. Таким чином, реформування супроводжувалось дестабілізуючими факторами, які зруйнували систему господарських зв'язків між підприємствами, погіршилося фінансове становище під-

приємств АПК, а також посилюється диспаритет цін на сільськогосподарську та промислову продукцію.

Такий стан справ примусив підприємства самостійно шукати шляхи мінімізації затрат на виробництво та ринки збуту своєї продукції. Одним з таких шляхів виявилась вертикальна інтеграція підприємств, яка пов'язана з об'єднанням підприємств АПК, де відбуваються всі технологічні процеси від виробництва сільськогосподарської сировини, її переробки до реалізації кінцевої продукції споживачу.

Посилення інтеграційної діяльності в аграрній сфері відбулося в кінці ХХ ст. на початку ХХІ ст. Така зацікавленість обумовлена не тільки прагненням інтеграторів знизити трансакційні витрати, забезпечити виконання контрактів, але і пошуком шляхів фінансового оздоровлення аграрних формувань.

До складу інтегрованих аграрних формувань залучають у різних пропорціях підприємства п'яти сфер, а саме: виробництво засобів виробництва для сільського господарства – I сфера; безпосередньо сільське господарство – II сфера; підприємства переробної і харчової промисловості – III сфера; торгівля сільськогосподарською продукцією і продовольством – IV сфера; виробнича інфраструктура – V сфера. Як бачимо, всі сфери агропромислового інтеграційного процесу взаємопов'язані між собою економічно, технологічно, організаційно та мають динамічну систему, яка дозволяє формувати, моделювати міжгалузеві взаємозв'язки.

В Україні у 2012 р. [9] функціонували аграрні формування різноманітних видів та організаційно-правових форм, які мають у розпорядженні значну кількість сільськогосподарських угідь (рис. 1).

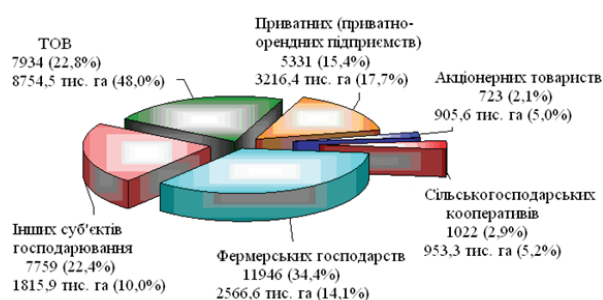


Рис. 1. Аграрні формування України та їх сільськогосподарські угіддя

Особливістю інтеграційних процесів в аграрній сфері є наявність аграрних холдингів. У Законі України «Про холдингові компанії в Україні» визначено, що холдингова компанія – акціонерне товариство, яке володіє, користується та розпоряджається холдинговими корпоративними пакетами акцій (часток, паїв) двох або більше корпоративних підприємств [10].

С.І. Дем'яненко презентує аграрний холдинг як специфічну форму володіння акціонерним капіталом, за якої материнська компанія, володіючи контрольним пакетом акцій інших підприємств, здійснює управління і контроль за їх діяльністю і завдяки цьому об'єднує їх в єдину організаційну структуру з відповідальними цілями і місією [4].

Створення аграрних холдингів стало своєрідною відповіддю аграрної економіки України вимогам ринку. Холдингові компанії забезпечують досягнення найвищого рівня інтеграції, тому аграрні холдинги представляють найвищу форму агропромислової інтеграції, що об'єднує всі ланки продовольчого ланцюга. Вони створюються у формі товариств з обмеже-

ною відповідальністю та акціонерних товариств для управління діяльністю інших компаній, володіння контрольними пакетами акцій з метою встановлення контролю над ними. Цей процес відбувається еволюційним шляхом і не має широкого інформаційного розголосу та є принципово новим підходом до організації агропромислового виробництва.

Передумовами створення аграрних холдингів є недооцінка вартості землі як найважливішого фактора виробництва в аграрному секторі та декапіталізація галузі, що різко підвищує віддачу від інвестицій. Результатами їх діяльності є: посилення конкуренції на ринку оренди земель та збільшення розміру орендної плати; залучення інвестицій; зростання продуктивності праці; посилення конкурентоспроможності вітчизняного виробництва.

Розв'язок проблем аграрної сфери передбачав в першу чергу подолання кризового стану підприємств АПК. Головним завданням для держави стала необхідність стабілізації та відродження діяльності в агропромисловому комплексі, створення на цьому підґрунті фінансового забезпечення та незалежності аграрної сфери, формування умов для стійкого її розвитку. Проте, сучасна аграрна політика характеризується наявністю дезінтегруючих тенденцій щодо аграрних формувань. Вона відбувається без врахування економічних і ментальних та історичних аспектів їх виникнення, функціонування та подальшого розвитку, а також умов підприємницького середовища та зовнішніх глобалізаційних тенденцій.

До загально визнаних причин, що стримують інтеграційні процеси в аграрній сфері, входять: невизначеність перспектив вітчизняного ринку землі; невирішеність земельних спорів; недосконала законодавча база; нестабільна аграрна політика; необґрунтоване втручання влади в бізнес; надмірна зарегульованість бізнесу – необхідність отримання великої кількості ліцензій, сертифікатів і дозволів.

Висновки з проведеного дослідження. Виникнення та розвиток аграрних холдингів в Україні є закономірним результатом еволюції інтеграційних процесів в аграрній сфері України та світової економічної глобалізації. Для динамічного розвитку інтеграційних процесів в Україні на державному рівні необхідно забезпечити адекватну нормативно-правову, законодавчу базу та активно залучити до цього процесу державні органи влади щодо їх безпосередньої участі в діяльності інтегрованих структур. Одним із важливих напрямів подальшої аграрної реформи в Україні є побудова ефективного економічного механізму ринкового господарювання в контексті створення умов для діяльності різних організаційно-правових форм, видів і типів аграрних формувань. Для реалізації цього напрямку реформування негайним є розв'язання проблем і протиріч внутрішньогалузевих та міжгалузевих відносин, шляхом становлення ринкових земельних відносин та включення вартості землі в економічний оборот; застосування механізмів податкової, бюджетної та цінової політики на умовах забезпечення отримання відповідної прибутковості авансованого капіталу на рівні середньої норми прибутку в національній економіці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Саблук П.Т. Аграрним реформам – усвідомлений розвиток / П.Т. Саблук // Економіка АПК. – № 6. – 2012. – С. 3-5.
2. Андрійчук В.Г. Проблемні аспекти регулювання функціонування агропромислових компаній / В.Г. Андрійчук // Економіка АПК. – № 2. – 2014. – С. 5-21.

3. Ситуативні особливості аналізу економічної ефективності аграрних підприємств України [Ю. С. Коваленко, І. М. Зеліско, І. В. Охріменко та ін.] // *Агроінком*. – 2007. – № 1-2. – С. 27-30.
4. Дем'яненко С.І. Агрохолдинги в Україні: процес становлення та розвитку / С. І. Дем'яненко // *Економіка України*, 2009. – № 12. – С. 50-61.
5. Розвиток аграрних холдингових формувань та заходи з посилення соціальної спрямованості їхньої діяльності [Лупенко Ю.О., Кропивко М.Ф., Малік М.І. та ін.]; за ред. М.Ф. Кропивка. – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2013. – 50 с.
6. Нестерчук Ю. О. Інтеграційні процеси в аграрно-промисловому виробництві: [монографія] / Ю. О. Нестерчук. – Умань: Видавець «Сочинський», 2009. – 372 с.
7. Малік М.І. Інститути й інституції у розвитку інтеграційних процесів в аграрній сфері / [М.І. Малік, О.Г. Шпикуляк, О.Ю. Лузан] // *Економіка АПК*. – № 4. – 2013. – С. 86-93.
8. Царенко О.М. Економічний аналіз діяльності підприємств агропромислового комплексу: навчальний посібник. – 2-ге вид. / О.М. Царенко, О.О. Несветов, М.О. Кадацький. – Суми: «Університетська книга», 2001. – 326 с.
9. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
10. Закон України «Про холдингові компанії в Україні» із змінами, внесеними згідно із Законом № 1617-VI (1617-17) від 24.07.2009 // *Відомості Верховної Ради України (ВВР)*. – 2010. – № 2-3, ст. 11.

УДК 658.56

Зернюк О.В.
*кандидат технічних наук,
доцент кафедри менеджменту і адміністрування
Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка*

Ігнатенко В.О.
*студентка
Полтавського національного технічного університету імені Юрія Кондратюка*

ШЛЯХИ РОЗВИТКУ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ПРОДУКЦІЇ НА ПРОМИСЛОВОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Стаття присвячена визначенню проблем та можливостей розвитку управління якістю продукції на промисловому підприємстві. Проаналізовано сучасний стан управління якістю на ТОВ «Зіньківська цегла». Визначено основні проблеми, які стоять перед підприємством на шляху покращення його конкурентних позицій на ринку виробництва цегли. Визначено можливості розвитку якості продукції на даному підприємстві шляхом впровадження системи управління якістю на основі стандартів ISO серії 9000 та застосування процесів і показників управління якістю продукції.

Ключові слова: система якості, управління якістю продукції, промислове підприємство, промислова галузь, стандарти якості, політика підприємства.

Зернюк Е.В., Ігнатенко В.А. ПУТИ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ ПРОДУКЦИИ НА ПРОМЫШЛЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ

Статья посвящена определению проблем и возможностей развития управления качеством продукции на промышленном предприятии. Проанализировано современное состояние управления качеством в ООО «Зеньковский кирпичный завод». Определены основные проблемы, стоящие перед предприятием на пути улучшения его конкурентных позиций на рынке производства кирпича. Определены возможности развития качества продукции на данном предприятии путем внедрения системы управления качеством на основе стандартов ISO серии 9000, а также использования соответствующих процессов и показателей управления качеством продукции.

Ключевые слова: система качества, управление качеством продукции, промышленное предприятие, отрасль промышленности, стандарты качества, политика предприятия.

Zeryuk O.V., Ihnatenko V.O. DEFINING THE BEST WAYS OF PRODUCT QUALITY DEVELOPMENT IN THE INDUSTRIAL ENTERPRISES

The paper is dedicated to identifying problems and opportunities of the development of product quality management in an industrial enterprise. The current state of quality management at «Zinkivska Tsegla LTD» is conducted. The main problems that arise before now on the ways to improve the competitive position of this enterprise in the market of bricks is defined by authors. The opportunities for the development of quality products in the enterprise by implementing of the quality management system based on ISO 9000, as well as the use of appropriate processes and indicators of quality control are defined in this paper.

Keywords: quality, quality management, industrial plant, industrial sector, quality standards, company policies.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку української промислової галузі досить гостро постає питання підвищення якості продукції. Поступове входження українських підприємств в європейський економічний простір вимагає негайного впровадження сучасних стандартів якості, головною метою яких є забезпечення та постійне підвищення вимог до якості продукції. Впровадження зазначених стандартів потребує насамперед створення ефективної системи менеджменту якості, яка б охоплювала всі аспекти діяльності суб'єктів промислової галузі.

Сучасна та ефективна система управління якістю продукції промисловості повинна враховувати: особливості кожного етапу життєвого циклу промислової продукції, адже на різних етапах можливе отримання різних результатів; специфіку суб'єктів промислової діяльності, які можуть забезпечувати як весь життєвий цикл, так і окремі його стадії; ступінь новизни промислової продукції, адже діяльність пов'язана не лише зі створенням принципово нової продукції, а й із удосконаленням наявної. Таким чином, мета, завдання і конкретні процеси всієї промислової діяльності матимуть відповідну специфіку.

Загалом система менеджменту якості промислової продукції повинна забезпечувати не лише технологічний розвиток самої продукції, а й безпосередньо виробництво ефективної, безпечної, доступної, а відтак і конкурентоспроможної промислової продукції. Таким чином вирішення проблем впровадження менеджменту якості продукції є досить актуальним для багатьох промислових підприємств України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням конкурентоспроможності та якості продукції приділяють велику увагу відомі зарубіжні, так і вітчизняні вчені: У. Демінг, Д. Джуран, Ф. Ніксон, Д. Рікардо, М. Портер, К.Р. Маконнел, С.Л. Брю, Ф. Котлер, К. Ісікава, Г. Азаров, А. Градов, Д. Юданов, А. Гличев, М. Шаповал, Г. Семенов, В. Колот, Н. Краснокутська, О. Лука, І. Смолін та ін. Однак дослідження проблем системного управління якістю продукції з урахуванням ситуаційних факторів, притаманних кожному окремому підприємству, потребують подальшого опрацювання.

Метою дослідження є визначення проблем та можливостей розвитку управління якістю продукції на промисловому підприємстві (на прикладі ТОВ «Зіньківська цегла»).

Незважаючи на значну кількість наукових праць стосовно різних елементів менеджменту якості, а також організації управління якістю продукції у промисловій галузі, низка питань, які виникають при дослідженні цих проблемних областей, вимагає детального опрацювання та розвитку. До них, зокрема, належать: визначення місця, ролі, головних цілей та завдань управління якістю продукції в промисловості; побудова ефективної системи управління якістю продукцією, яка б враховувала особливості кожного з етапів життєвого циклу промислової продукції та ін.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовий досвід визначає, що конкурентоспроможність та ефективність економіки, в першу чергу забезпечують такі важливі складові, як якість продукції та якість всіх тих процесів, в результаті здійснення яких формується запит на продукцію.

Товариство з обмеженою відповідальністю «Зіньківська цегла» створене в квітні 2001 року. Основною діяльністю підприємства є виготовлення будівельної цегли. Основним ринком збуту виробленої цегли є здебільшого Зіньківський район, проте цінова політика підприємства дає змогу конкурувати і з виробниками цегли інших сусідніх районів. За межі Полтавської області збут цегли даного заводу майже ніколи не виходить. Виробнича потужність заводу – понад три мільйони одиниць керамічної цегли марки М-100. Мінімальне добове завдання для даного заводу на виготовлення цегли – 30500 одиниць. Якість цегли здебільшого залежить від сировини, з якої її виготовляють. Саме тому забезпечення заводу якісною глиною здійснюється з кар'єру, який розташований на східній окраїні м. Зіньків та безпосередньо примикає до цегельного заводу. Склад цієї глини ретельно вивчали фахівці геологорозвідувальних служб Полтавської, Харківської та Київської областей і підтвердили її високоякісні характеристики. Дане підприємство відноситься до категорії підприємств середнього бізнесу, на ньому працює близько 60 робітників достатньо високої кваліфікації із багаторічним досвідом роботи у сфері виробництва керамічної цегли.

Проведений аналіз діяльності підприємства за останні три роки дозволив визначити певну групу проблем, які стосуються управління якістю на ТОВ «Зіньківська цегла»:

- 1) відсутній системний підхід до управління якістю;
- 2) відсутня політика підприємства у сфері управління якістю;
- 3) недосконало спланований виробничий процес (деякі процеси на виробництві недостатньо ефективні);
- 4) низький рівень автоматизації та комп'ютеризації виробничого процесу, фізично і морально застарілі основні фонди;
- 5) відсутня належна система контролю за якістю виробленої продукції та її відповідністю стандартам;
- 6) відсутня злагодженість в діяльності всіх підрозділів підприємства для забезпечення оптимального результату виробничої діяльності;
- 7) нестача кваліфікованих спеціалістів у сфері управління якістю продукції на підприємстві для розроблення та впровадження системи управління якістю;
- 8) низький рівень залучення працівників підприємства до вирішення проблем якості;
- 9) недостатня мотивація працівників організації щодо виробництва якісної продукції.

Враховуючи, що сьогодні проблема якості є одним із найвагоміших факторів, що впливають на підвищення рівня життя, економічної, соціальної і екологічної безпеки, кожне підприємство повинне приділяти цьому питанню посилену увагу. Крім того якість є головним інструментом конкуренції. Тому для підвищення конкурентоспроможності продукції на ринку є забезпечення її відповідної якості та впровадження системи управління якістю на базі міжнародних стандартів ISO серії 9000. Саме підприємствам, які впровадили систему управління якістю, як засіб вдосконалення своїх господарчих процесів належить перевага над іншими, тому що таке підприємство може з більшою ефективністю провадити свою господарську і виробничу діяльність.

Першим кроком на шляху ТОВ «Зіньківська цегла» до покращення ситуації в сфері управління якістю повинна стати розробка сучасної політики підприємства, яка б визначала пріоритетні цілі діяльності. Основним елементом цієї політики потрібно визначити орієнтацію на якість продукції та послуг, освоєння нових технологій, гнучкої цінової політики та високої культури обслуговування з урахуванням конкретних вимог та очікувань споживачів.

Високий технічний рівень і якість продукції, постійне їх покращення потрібно розглядати як головну умову довготривалої присутності на ринку, зміцнення економічного положення і подальшого розвитку підприємства.

Основними цілями підприємства в сфері якості можна визначити наступні:

- постійно підтримувати та зміцнювати репутацію ТОВ «Зіньківська цегла», як надійного постачальника продукції та послуг тільки найвищої якості і надійності;
- впровадити в виробництво технології, що поліпшують якість продукції;
- постійно розширювати та поновлювати парк технологічного обладнання для випуску продукції на сучасному досконалому обладнанні;
- провести аналіз завантаження виробничого обладнання для визначення фактичного рівня простоїв;
- постійно розвивати партнерські стосунки з постачальниками і замовниками;
- управляти на належному рівні соціальними та фізичними факторами виробничого середовища для створення відповідних умов по виробництву якісної продукції;

- провести аналіз для визначення фактичного рівня дефектності продукції за рекламациями замовників на протязі кожного року;

- просувати продукцію підприємства на ринки сусідніх районів та областей.

Управління якістю продукції повинно здійснюватися системно, тобто на підприємстві повинна бути створена система управління якістю продукції, що являє собою організаційну структуру, яка чітко розподіляє відповідальність, процедуру, процеси та ресурси, котрі необхідні для управління якістю.

За умов жорсткої конкуренції та посилення незалежності споживчих переваг розробка, запровадження та підвищення дієвості управління якістю можуть здійснюватися з огляду на перебіг конкретних процесів [1].

Для плідної діяльності підприємства необхідно визначити численні взаємозв'язані процеси з метою керування ними [1].

Кожний процес розглядається з позицій системи, згідно з якими:

- входи і результати процесу чітко визначаються та вимірюються;
- визначаються споживачі кожного процесу, ідентифікуються їхні вимоги, вивчається, наскільки вони задоволені результатами процесу;
- встановлюється взаємодія конкретного процесу з іншими процесами організації;
- визначаються повноваження, права та відповідальність за управління процесом;
- під час проектування процесу визначається його ресурсне забезпечення.

Виходячи з вищезазначеного, на ТОВ «Зіньківська цегла» в межах системи управління якістю продукції можна визначити наступні процеси (табл.1).

Таблиця 1

Процеси, визначені на ТОВ «Зіньківська цегла» (складено автором на основі [2])

Основні процеси		
Процес 1. Створення продукту	Процес 2. Виробництво продукту	Процес 3. Поста-чання продукту
Допоміжні процеси		
Процес 4. Управління поставками		
Процес 5. Управління людськими ресурсами		
Процес 6. Управління фінансовими ресурсами		
Процес 7. Управління інформаційними ресурсами		

Для того щоб підприємство завжди дотримувалося стандартів якості, повинна запроваджуватися система управління якістю продукції, яка допомагає забезпечити належний рівень якості, визначити показники, які відповідають вимогам.

Відповідно до Держстандарту управління якістю продукції, система управління якістю на підприємстві – це взаємопов'язаний комплекс заходів для встановлення, забезпечення і підтримання потрібного рівня якості продукції під час її розроблення, виробництва, експлуатації або споживання, здійснюваних шляхом систематичного контролю якості і цілеспрямованого впливу на умови і чинники, що зумовлюють якість продукції [3].

Підтримуючи управління системою якості, потрібно систематично проводити контроль за показниками якості, тому охарактеризуємо більш детально ці показники (рис. 1).

Показники якості – це кількісна характеристика однієї або кількох властивостей продукції за певних умов її створення, експлуатації або споживання [2].

Залежно від призначення певні види продукції мають свої специфічні показники якості. Поряд з цим використовуються показники для оцінки багатьох видів виробів, а також вимірники відносного рівня якості всієї вироблюваної підприємством продукції. З урахуванням таких обставин усі показники якості виробів поділяють на дві групи: перша – диференційовані (поодинокі) показники, з яких виокремлюється найбільш розгалужена низка одиничних показників якості; друга – загальні показники якості всього обсягу виробленої підприємством продукції [4].



Рис. 1. Система і зміст показників якості продукції

Одиничні показники умовно поділяються на такі групи:

- 1) показники призначення;
- 2) показники надійності і довговічності;
- 3) показники технологічності;
- 4) ергономічні показники;
- 5) естетичні показники;
- 6) показники стандартизації та уніфікації;
- 7) економічні показники.

До комплексних показників якості (технічного рівня) знярядь праці відносяться, наприклад: коефіцієнт готовності обладнання, що характеризує одночасно його безвідмовність і ремонтпридатність; питомі витрати на один кілометр пробігу автомобіля тощо [4, 5].

Система управління якістю продукції повинна охоплювати всі аспекти діяльності підприємства, а також інтегрувати вимоги належних практик з вимогами ISO, що забезпечить проведення на високому рівні технологічного розвитку продукції, виробництва та реалізації, а це в свою чергу дасть змогу [7]:

- виводити на ринок якісну продукцію, яка відповідатиме заявленій меті та яку можна виготовляти в умовах серійного виробництва;
- зменшувати кількість коригуючих впливів (змін) на підставі методології управління ризиками;
- застосовувати інструменти для проведення глибокого аналізу можливих відхилень за умов серійного виробництва;
- знижувати фінансові витрати, пов'язані з переробкою та утилізацією продуктів, які не піддаються покращенню.

Ефективна система менеджменту якості продукції повинна ґрунтуватися насамперед на обґрунтованих цілях управління. Відповідно до цих цілей необхідно сформувати систему ключових показників, за якими можна буде оцінювати якість промислової продукції, адже ефективно керувати можна лише тим, що можна достовірно виміряти. Доцільним та ефективним, з нашого погляду, як у процесі вибору цілей управління, так і в процесі відбору показників оцінки якості продукції, є використання дещо вдосконаленої технології SMART [6], яка задає критерії якості цілей та показників оцінювання, яких необхідно дотриму-

ватися. До стандартного переліку критеріїв SMART додається ще два, що роблять систему цілей управління ще «розумнішою». Отже, критеріями вибору цілей за технологією SMARTER є:

S (specific) — кожна ціль повинна бути описана як чіткий, конкретний результат;

M (measurable) — ціль повинна бути вимірюваною за допомогою конкретних індикаторів та стандартних процедур вимірювання;

A (assignable) — ціль повинна бути не випадковою, обґрунтованою;

R (realistic) — ціль повинна бути реалістичною;

T (time related) — ціль повинна бути чітко визначена в часі, повинні бути конкретні строки та конкретні точки її досягнення;

E (evaluated) — кожному етапу в досягненні цілі керівник повинен дати оцінку, тобто налагодити зворотний зв'язок;

R (reviewed) — ціль повинна періодично переглядатися та коригуватися керівником на підставі змін всередині та зовні підприємства, наприклад: у зв'язку з появою нових технологій, зміною ринкової кон'юнктури, зміною регуляторних вимог тощо.

На нашу думку, наведені критерії доцільно застосовувати не лише для постановки цілей управління якістю промислової продукції, але й для відбору показників оцінювання цієї якості, що зробить процес управління ефективним.

Важливими з погляду управління якістю продукції є такі загальні характеристики [4]:

- продуктивність як кількісна характеристика продукції або інформації, яку отримано працівником або трудовим колективом за певний проміжок часу;

- якість продукту як система параметрів або показників, які є важливими з точки зору споживача даного продукту;

- ефективність:

- а) як характеристика рівня організації виробничого процесу, що забезпечує досягнення поставлених цілей з оптимальними витратами ресурсів;

- б) як здатність отримувати певний ефект.

В умовах глобалізації, загострення конкуренції на ТОВ «Зіньківська цегла», на нашу думку, доцільно буде застосовувати підхід до організації своєї діяльності з позиції не лише показників, а й процесів якості. Такий підхід забезпечить високу якість продукції, а отже й конкурентоспроможність підприємства, за рахунок чіткого розподілення функцій та обов'язків на підприємстві, суворого контролю під час здійснення найменшої операції тощо. Ватро також зазначити, що для більшої ефективності, краще було б деталізувати деякі основні процеси управління якістю продукції.

Зокрема, доцільно організаційну діяльність підприємства розділити на інноваційний (так як промисловий ринок не відстає у розвитку нових технологій по виробництву) та операційний процес, які в свою чергу будуть поділятися на більш детальні про-

цеси. Це допоможе вдосконалити систему управління якістю продукції та більш ефективно виконувати той чи інший вид діяльності на підприємстві.

Варто, щоб якість продукції, управління нею охоплювали всі підрозділи підприємства без винятку. Це допоможе підприємству діяти як система, краще організувати свій виробничий процес, та кінець-кінцем підвищити якість, що можливо лише при зацікавленості всіх працівників. Усе це є здійсненим тільки тоді, коли діє чітко організована система управління якістю продукції, спрямована на інтереси споживачів, що стосується всіх підрозділів і прийнятна для всього персоналу.

Висновки та подальші дослідження. Проведений аналіз сучасного стану управління якістю на ТОВ «Зіньківська цегла» дозволив визначити основні проблеми які стоять перед підприємством на шляху покращення його конкурентних позицій на ринку виробництва цегли. Визначені можливості розвитку якості продукції на даному підприємстві шляхом впровадження системи управління якістю на основі стандартів ISO серії 9000 та застосування процесів і показників управління якістю продукції. Розроблення і впровадження системи управління якістю продукції дасть змогу ТОВ «Зіньківська цегла» стандартизувати процес технологічного розвитку продукції, привести його у відповідність до міжнародних вимог, сприятиме побудові інтегрованої системи управління якістю на підприємстві, що, врешті-решт, забезпечить виробництво та реалізацію високоякісної, безпечної та доступної продукції. Подальші дослідження будуть спрямовані на організаційне забезпечення впровадження пропозицій на даному підприємстві.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Винокуров В. Качество управления как фактор укрепления рыночных позиций предприятия / В. Винокуров, А. Винокуров // Стандарты и качество. – 2006. – № 3. – С. 23-27.
2. Василевская С. В. Процессы СМК: прикладная идентификация [Электронный ресурс] / С. В. Василевская // Веб-портал Klubok.net – Управление качеством. – Режим доступа : <http://www.klubok.net/article2371.html>.
3. ДСТУ ISO 9001-2001. Системи управління якістю. Вимоги. – На заміну ДСТУ ISO 9001-95, 9002-95, 9003-95. – К. : Держстандарт України, 2001. – 24 с.
4. Управління якістю продукції [Текст] : навч. посібник для студ. вищих навч. закл. України / О. І. Запунний [и др.] ; ред. В. Д. Немцов ; Інститут змісту і методів навчання, Національний технічний ун-т України «Київський політехнічний ін-т». – К. : [б.в.], 1998. – 134 с.
5. Друзюк В. Система управління якістю – інвестиція в майбутнє / В. Друзюк, О. Федак // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – 2009. – № 1. – С. 51-54.
6. Стандарти Міжнародної організації зі стандартизації – ISO : довідник: в 3 т. / В.Л. Іванов (ред.), В.А. Павлюкова (уклад.). – Л. : Леонорм, 1998. – 259 с. – (Нормативна база підприємства). – Т. 1. – 259 с.
7. Тупкало В. Н. Стандарт ISO 9001:2008 или восемь лет страстей по качеству / В. Н. Тупкало, С. В. Тупкало // Das Management № 2(01-03). – 2010.

УДК 338.1

Окландер М.А.*доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри маркетингу
Одеського національного політехнічного університету***Златова І.О.***асистент кафедри маркетингу
Одеського національного політехнічного університету*

ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ АВТОМОБІЛЕБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проаналізовано тенденції розвитку світового та українського автомобільного ринків за 2013 рік. Виділено основні цінові сегменти ринку. Досліджено вплив ширини модельного ряду та ціни на попит на автомобілі.

Ключові слова: автомобільний ринок, автомобільний маркетинг, попит на автомобілі, ціна автомобіля, модельний ряд автомобільного бренду.

Окландер М.А., Златова І.А. ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ АВТОМОБИЛЕСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье проанализированы тенденции развития мирового и украинского автомобильного рынков в 2013 год. Выделены основные ценовые сегменты рынка. Исследовано влияние ширины модельного ряда и цены на спрос на автомобили.

Ключевые слова: автомобильный рынок, автомобильный маркетинг, спрос на автомобили, цена автомобиля, модельный ряд автомобильного бренда.

Oklander M.A., Zlatova I.A. THE FACTORS OF COMPETITIVENESS OF THE AUTOMOTIVE ENTERPRISES

The main trends of the global and Ukrainian automotive markets are analyzed. The basic car market price segments are distinguished. The influence of the width of the model range and prices on demand for cars is researched.

Keywords: car market, car marketing, demand for cars, car prices, car lineup.

Постановка проблеми. Розвиток автомобільного ринку є стратегічно важливим питанням для економіки України. Враховуючи значну ненасиченість ринку та перенасиченість ринків Європи, Україна є зручною для інтеграції особливо з боку глобальних автомобільних корпорацій. Автомобілізація країн Європи здебільшого перевищує 500 автомобілів на 1000 чоловік, тому ринок України приваблює своїм потенціалом. Адаже автомобілізація України складає приблизно 187 авто на 1000 чоловік, а це потенціал, як мінімум, 14 млн автомобілів. Асоціація з ЄС поставить під загрозу конкурентне положення українських автомобілебудівних та автомобілескладальних заводів. Вкрай важливо знайти чинники конкурентоспроможності світових ринків легкових автомобілів, а особливо, українського автомобільного ринку, щоб розвинути автомобілебудування, зберегти та збільшити обсяги реалізації автомобілів, виготовлених та зібраних в Україні.

Аналіз попередніх досліджень та публікацій. Попередні дослідження світових автомобільних ринків належать спеціалістам міжнародних банків та консалтингових агенцій Е. Хейманну, К. Гомесу, В. Крюгер, Д. Пікотто та Н.К. Мадлані [2; 3; 4; 7]. Аналіз автомобільних ринків та прогнози розвитку періодично публікує DeutscheBank. Огляд тенденцій світового автомобільного ринку також було проведено дослідниками Є.Ю. Трифоновою [16], Л.В. Яцишиною [17]. Огляд українського автомобільного ринку, а саме питань конкурентоспроможності, було здійснено дослідниками В.В. Мовчаренко та В.В. Гливленко. [12], О. Горбовим та Р.О. Мірошник [10], І.П. Величко та А.В. Бобровською [8].

Постановка завдання. Знайти засоби підвищення продажів автомобілів на українському ринку та ідентифікувати світові тренди ринку, сучасні вподобання споживачів автомобільної продукції. Необхідно досконало вивчити фактори, що впливають на вибір автомобіля. І якщо підприємства не здатні

змінити макромаркетингові чинники, то інструментарій маркетингу в повній мірі підлягає коректуванню.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглянемо основні тенденції ринку. За підсумками експертів, у 2014 р. очікується підйом виробництва, особливо у США. Проте, вперше Китай наздоганяє США не лише за обсягами виробництва, а й за обсягами продажів, що дозволить йому стати фаворитом на світовому автомобільному ринку. Інші країни BRIC потерпіли спад продажів автомобілів у 2013 році. Щодо Європейського ринку, він стабільно скорочується останні роки, проте східноєвропейські країни зазнають першого зростання ринку за період з 2007 р. Для країн АСЕАН характерний неоднорідний розвиток, проте спільною рисою є першість японських автомобільних брендів в цих країнах. В Європі зростає популярність корейських автомобільних брендів, в Північній Америці – японських, в Південній Америці – німецьких автомобілів та брендів США. [4]

В цілому світовий ринок виріс на 3,9% та склав близько 85,3 млн. автомобілів у 2013 році, досягнувши історичного максимуму (Рис. 1).

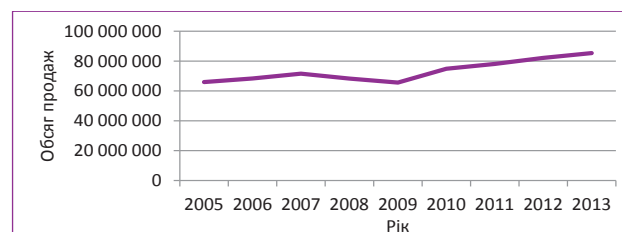


Рис. 1. Обсяги продажів легкових та комерційних авто у світі 2005-2013 рр. [14]

Ринок фактично розподілений між трьома світовими корпораціями: Toyota Company, General Motors та Volkswagen Group, обсяги продажів яких у світі складають 9,98 млн од., 9,71 млн од. та 9,7 млн од. відповідно. (Рис. 2)

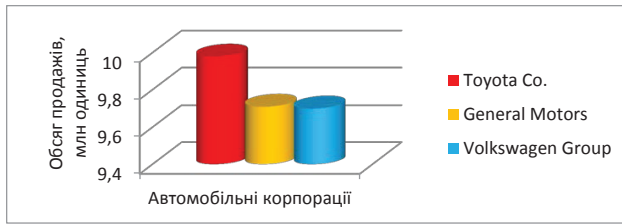


Рис. 2. Обсяг продажів найбільших автомобільних корпорацій світу у 2013 р.

Моделі даних автовиробників є бестселерами в багатьох країнах світу. Важливо відзначити те, що саме моделі автомобілів Toyota захопили основну масу ринків. Для кожного ринку є своя найбільш популярна модель: Toyota Corolla – в Австралії, Toyota Hilux – в Південній Африці, Toyota Aqua – в Японії, Toyota Avanza – в Індонезії. Широкий модельний ряд Toyota, що підлаштовується під особливості тої чи іншої країни, став однією з найвагоміших конкурентних переваг даної корпорації.

На думку Кондратенко О.В., нові джерела прибутку й конкурентоспроможних переваг отримують тільки ті компанії, чий підхід до бізнесу потягнуть за собою виробництво безпечних, зручних, простих за конструкцією автомобілів. За таких умов позиціонування автомобільної продукції на ринку і визначення її конкурентоспроможності розгортається у тріаді трьох кваліфікуючих чинників: економічність, екологічність та експлуатація. Основним параметром успішності на ринку в майбутньому дослідник вважає екологічність. Проте екологічні технології значно підвищують ціну готового продукту. Стандарти

екологічності Євро-5 та Євро-6 потребують використання дорогих сучасних технологій [11].

Питання екологічності автомобілів вважає пріоритетним під час економічної та екологічної кризи Очковська М.С. Вона зазначає, що автомобіль Toyota Prius – перший гібридний автомобіль, що став автомобілем року в Японії в розпал кризи. Це свідчить про важливість екологічних технологій, незважаючи на високі витрати їх впровадження [15].

Такої ж думки притримується американський автор Дж. Шепард Ліпшульц, який вважає, що на даному етапі найбільш актуальними є моделі автомобілів з підвищеною економічністю, безпечністю та екологічністю. Найважливішим показником конкурентоспроможності є скоректована на пальне та залишкову вартість ціна експлуатації та ліквідації автомобіля [5].

Американські дослідники К.Е. Трейн та К. Уінстон стверджують, що окрім таких показників, як ціна, економія пального, потужність для споживача важливими є навіть підсвічування інтер'єру автомобіля та приємна на дотик кнопка стереосистеми, адже вони свідчать про те, що виробник продумав все для якнайкращого облаштування автомобіля. Дослідження показали, що відносні зміни в базових характеристиках автомобіля можуть також завоювати споживчі симпатії, а саме у розмірі, потужності, експлуатаційних витратах, типі кузова, надійності [6].

Аналогічна проблематика присутня в дослідженні американського автора А.Дж. Гейтмена. Було проведено регресійний аналіз щодо того, чи впливають надійність, безпечність, країна-виробник, гарантійний термін та ціна на покупку автомобіля. Було проаналізовано автомобілі вищого середнього цінового

Таблиця 1

Обсяги продажів легкових та комерційних автомобілів в Україні у 2013 р.

Бренди	Кількість моделей	Продажі за брендами	Бренди	Кількість моделей	Продажі за брендами	Бренди	Кількість моделей	Продажі за брендами
Mercedes	21	3446	BRILLIANCE	1	1	JAC	4	97
Porsche	5	780	DAIHATSU	4	55	JEEP	5	369
Lexus	8	1431	DODGE	4	34	KIA	15	12161
Land Rover	6	1704	FERRARY	4	15	Lancia	2	105
Jaguar	4	112	FISKER	1	1	LIFAN	4	141,00
Audi	15	2394	GMC	1	1	MAZDA	7	2629
BMW	14	1939	GUANSHENG	2	4	MG	5	912
Cadillac	3	10	IZH	1	55	ZAZ	5	18634
Infiniti	7	529	JOHNSON	1	1	ACURA	4	30
BYD	6	1540	BOCHENG	1	18	ALFA-ROMEO	3	72
Chery	8	1895	LAMBORGHINI	1	1	ASTON MARTIN	4	4
Chevrolet	16	4871	LANCIA	2	105	BENTLEY	3	42
Chrysler	1	6	LINCOLN	1	2	BOGDAN	2	3988
Citroen	14	4431	MASERATTI	3	13	SEAT	4	548
Daewoo	4	2999	MAYBACH	1	1	RUTA	1	352
FAW	4	437	MITSUBISHI	6	4983	SKODA	8	11772
FIAT	12	4869	MINI	2	148	SMART	1	62
FORD	15	11155	OPEL	11	2002	SSANG YONG	6	3241
GAZ	3	1802	NISSAN	20	10921	SUBARU	5	1554
Geely	9	15084	PEUGEOT	16	5383	SUZUKI	6	1803
Great wall	10	1314	RENAULT	19	12094	TATA	1	3
Honda	9	3308	ROLLS-ROYCE	4	8	TOYOTA	27	14292
Hyundai	19	16755	SAAB	2	2	UAZ	4	534
ISUZU	1	18	SAIPA	1	174	LADA	8	8305
IVECO	1	51	SAMAND	3	85	VOLKSWAGEN	19	14353
						VOLVO	9	923

сегменту за ціною приблизно 17 тис. дол. Проте, суттєвого зв'язку не було виявлено, через що автор припускає несуттєвість цих реальних показників для споживача. Більш важливо при покупці автомобіля його імідж, що був створений шляхом ефективних комунікацій, наскільки престижно виглядає автомобіль та які емоції викликає [1].

За дослідженнями Морозової І.К., показниками високого ступеню розвитку ринку є: поглиблення спеціалізації, розширення сфер використання, якісне підвищення споживчих властивостей продукції, розширення номенклатури, вдосконалення існуючих моделей та ін. [13].

Реалії українського ринку легкових автомобілів свідчать про протилежне. За результатами аналізу ринку, проведеними Величко І.П. та Бобровською А.В. у 2009 р., було зазначено, що ринок переживає кризовий стан, та відзначено основні тенденції вітчизняного ринку: «війна цінників», знижки, зниження цін, заміна маркетингових стратегій і креативних повідомлень «книжковим» рекламним тиском; активізація різних пропозицій, програм і знижок на технічне обслуговування в боротьбі за клієнта; поширення лізингових і кредитних програм; зниження середньої ціни купівлі автомобіля [8].

Саме тому дане дослідження має на меті перевірку таких факторів конкурентоспроможності, як ціна та ширина модельного ряду.

Для перевірки впливу ширини модельного ряду на проаналізуємо дані продажів автомобілів в Україні за 2013 р. (Таблиця 1)

Всього було продано 489 моделей автомобілів від 76 брендів. Шляхом кореляційного аналізу повного масиву даних вдалося знайти сильну кореляційну залежність обсягів продаж від кількості автомобілів в модельному ряду. Коефіцієнт кореляції $r = 0,699$, що підтверджує сильний вплив обсягу модельного ряду на продажі.

Найбільшим модельним рядом представлені бренди Nissan, Mercedes-Benz, Hyundai (один з лідерів ринку), Renault, Toyota та Volkswagen (лідери світового ринку), кількість моделей в їх асортименті – близько 20 різнокласових моделей. Це дозволяє охопити всі цільові сегменти споживачів автомобільного ринку. Споживач легше віддає прихильність бренду, якщо він має більший вибір.

Для перевірки впливу ціни проаналізуємо обсяги продажів автомобілів та їх ціни за 2013 рік (Таблиця 2).

Обсяг аналізованих даних склав 344 з 489 моделей. Моделі з незначним обсягом продаж не брали до уваги, через їх непопулярність та відхід з ринку. За результатами кореляційного аналізу повного масиву даних виявлено слабку зворотну залежність між обсягами продажів та ціною на автомобіль (коефіцієнт кореляції $r = -0,239$). Тобто чим нижча ціна на ринку – тим вищі продажі. Слабка кореляція свідчить про те, що ціна є впливовим фактором не для всього масиву даних автомобільного ринку. Логічно зауважити, що вплив ціни на попит не може бути однаковим у всіх цінових сегментах. Для споживачів з низьким рівнем доходу цінність кожної наступної витраченої гривні вища, ніж для споживачів з високим рівнем доходу. Тому необхідно здійснити кореляційний аналіз окремо в основних цінових сегментах.

За допомогою кластерного аналізу 344 моделі автомобілів були розподілені за трьома кластерами залежно від ціни і обсягу продажів. У першому кластері присутні автомобілі за ціною від 700 000 грн. (22 моделі, обсяг продаж 4214 од.), у другому кластері автомобілі за ціною від 330 000 грн. до 690 000 грн

(71 модель, обсяг продаж – 17306 од.), і найоб'ємніший кластер – автомобілі за ціною до 329 000 грн. (250 моделей, обсяг продаж – 192394 од.) (Рис. 3)



Рис. 3. Основні цінові сегменти автомобільного ринку у 2013 р.

Кореляційний аналіз в першому та другому кластері (автомобілі від 330 тис. грн.) показав відсутність навіть найменшого зв'язку між ціною та продажами. Тобто у високому ціновому сегменті ціна абсолютно не впливає на покупку автомобіля. Це означає, що знижки та інші цінові акції не принесуть продажів. Дорогий автомобіль – це, перш за все, статус. Висока ціна та ім'я бренду – це є основні причини покупки преміум та люкс автомобілів. В даних сегментах краще використовувати інші маркетингові інструменти, а саме інструменти комплексу комунікацій, що допоможуть споживачеві вибрати той набір асоціацій, який несе за собою той чи інший бренд. Аналіз третього цінового сегменту – ціна до 330 тис. грн. – показав слабку кореляцію ніж в цілому на ринку (коефіцієнт кореляції $r = -0,233$). Зв'язок між ціною та продажами також зворотній. Виникає необхідність виділити з низько цінового сегменту підсегменти і з'ясувати, в якому з них найбільш відчутна кореляція. Розглянемо автомобілі ціною до 95 тис. грн., цей ціновий діапазон найчастіше відокремлюється виробниками у самостійний. Саме в даному ціновому сегменті повинна бути найвагоміша кореляція ціни та обсягу продажів, адже для споживачів з низьким рівнем доходу найгостріше постає питання ціна-якість, тому повинен діяти закон попиту: чим нижча ціна – тим вищий попит. (Рис. 4) В даному ціновому сегменті кореляція є найбільш помітною $r = -0,365$, проте, все ще слабка. Тобто вплив ціни на продажі не підтверджується. Якщо розглядати вплив ціни не в цінових сегментах, а в рамках класу автомобіля, з'являється дуже цікава залежність. В представницькому, найдорожчому F-класі автомобілів, а це такі моделі, як Land Rover Range Rover, BMW 7, Lexus LS, Mercedes-benz S-class, Audi Q7, Audi A8, Mercedes-benz GL-class, Jaguar XJ, Cadillac

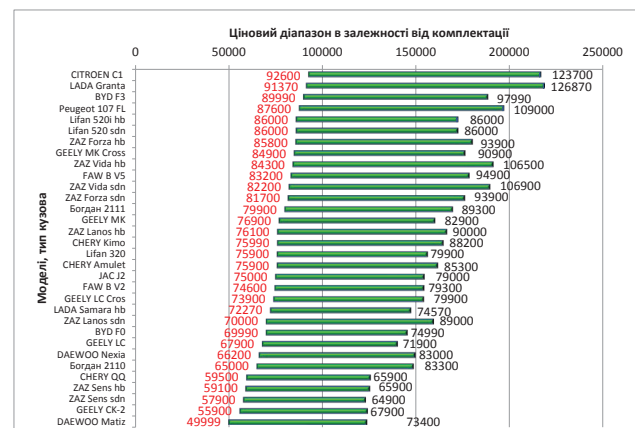


Рис. 4. Сегмент автомобілів ціною до 95 тис. грн.

Таблиця 2

Обсяги продажів та ціни на автомобілі в Україні в розрізі моделей за 2013 р.

Назва моделі	Продажі	Ціна грн	Назва моделі	Продажі	Ціна грн	Назва моделі	Продажі	Ціна грн
MERCEDES-BENZ CL-class	4	1633000	MITSUBISHI Pajero Sport	1273	269100	OPEL Combo	29	150600
MERCEDES-BENZ SL-class	7	1272000	RENAULT Koleos	142	265900	MG 6	233	149900
MERCEDES-BENZ S-class	190	1155000	VW Transporter	691	263500	FORD B-MAX	379	148990
PORSCHE 911	21	1139000	HONDA Accord	991	259600	CITROEN Berlingo	536	148000
LEXUS LS	44	1130000	SUZUKI Kizashi	33	259500	GAZ Sobol	69	148000
LEXUS LX	203	1092000	CHEVROLET Captiva	426	253900	SUZUKI SX4	1212	145900
MERCEDES-BENZ G-class	166	1086000	VOLKSWAGEN Tiguan	1494	253200	MG 550	104	145900
LAND ROVER Range Rover	604	1076000	CITROEN Jumper	48	251900	FIAT Qubo	241	144900
MERCEDES-BENZ ML-class	1111	1000000	NISSAN X-Trail	1725	250920	OPEL Astra	1103	144790
JAGUAR XJ	23	973000	TOYOTA RAV4	2632	250800	KIA Soul	921	144300
AUDI A8	106	972000	MAZDA CX-5	1163	249900	NISSAN Tiida	742	144270
BMW 6	12	955000	SSANG YONG Rexton	464	249900	UAZ Van	446	144000
CADILLAC Escalade	3	936617	FIAT Ducato	110	249900	RENAULT Dokker	581	143800
BMW 6 GC	14	929000	FORD Kuga	1775	248990	LIFAN X60	279	143400
BMW 7	82	865000	PEUGEOT 4008	132	247400	FORD Connect	582	142900
PORSCHE Panamera	84	831000	MITSUBISHI Outlander	1081	246750	GAZ Gazelle	1605	140000
INFINITI QX80	50	824240	SUBARU Forester	821	245100	BYD G6	26	139990
TOYOTA Land Cruiser	985	809200	TOYOTA Avensis	445	244900	CHERY Tiggo	440	139900
LAND ROVER Discovery	90	770000	RENAULT Master	366	243150	BYD F6	81	139000
BMW X6	240	723000	RENAULT Latitude	65	241700	PEUGEOT Partner	344	138700
LEXUS GX	140	721300	PEUGEOT 508	205	240700	KIA Venga	145	138580
MERCEDES-BENZ CLS-class	35	712000	CITROEN Jumpy	6	240500	RENAULT Sanderо	2127	137900
FAW CA1031	126	699900	HYUNDAI ix35	1465	240400	CITROEN C3 Picasso	324	137700
NISSAN Patrol	41	663420	SUBARU Legacy	25	239800	CITROEN C3	5	137700
L. ROVER Range Rover Sport	294	661000	SUZUKI Grand Vitara	241	239000	HYUNDAI Accent	5573	137000
PORSCHE Cayman	7	650000	RUTA 20/22/25	352	239000	UAZ Hunter	37	137000
BMW X5	430	640000	VOLKSWAGEN Jetta	208	235300	GREAT WALL Wingle	38	136000
PORSCHE Cayenne	660	639100	AUDI A1	80	234000	KIA Rio	4479	135632
AUDI A7	77	633000	IVECO Daily 35	51	231331	NISSAN Almera Classic	339	133000
AUDI Q7	640	623000	NISSAN Teana	200	230840	LANCIA Y	85	132900
BMW 5 GT	9	604000	HYUNDAI i40	59	230500	RENAULT Kangoo	330	132300
MERCEDES-BENZ Viano	98	582100	MITSUBISHI L 200	409	230200	FIAT Grande Punto	281	129900
CADILLAC SRX	6	567149	FORD S-MAX	42	229990	FIAT Punto	12	129900
INFINITI FX/QX70	271	550720	ISUZU NLR	18	229000	GEELY Emgrand 8	91	129900
JEEP Grand Cherokee	195	548000	HYUNDAI Sonata	386	228800	KIA Picanto	211	129560
VOLKSWAGEN Touareg	1630	545100	MAZDA 6	951	227900	HYUNDAI i20	493	129500
NISSAN Murano	233	534950	CITROEN DS4	131	225000	GREAT WALL HavalM4	184	128900
INFINITI JX	55	511550	OPEL Antara	102	224540	TOYOTA Yaris	553	128000
JAGUAR XF	85	511000	OPEL Vivaro	30	223400	SUZUKI Splash	148	128000

MERCEDES-BENZ SLK-class	10	504000	KIA Optima/Magentis	338	223000	MG 5	83	127900
MAZDA CX-9	48	499900	SUBARU Impreza	30	222960	JAC J6	15	127000
AUDI Q5	326	488000	PEUGEOT Boxer	482	222500	CHEVROLET Aveo	623	125990
CHRYSLER 300 C	6	488000	SUBARU XV	226	222000	GEELY Emgrand X7	515	124900
AUDI TT	14	481000	SKODA Superb	1335	221000	GREAT WALL HavalM2	110	123900
BMW Z4	8	479000	NISSAN NP300 Pick-Up	136	216410	GR. WALLVolex C30	491	123500
BMW 5	391	477000	KIA Sportage	3282	213610	SKODA Roomster	223	123000
MITSUBISHI Pajero Wagon	421	474000	SUZUKI Jimny	80	211000	SK. Roomster Praktik	175	123000
LEXUS ES	75	465000	PEUGEOT Expert	42	209400	SKODA Rapid	3674	122810
LEXUS RX	819	459000	TOYOTA Verso	97	209200	CITROEN Nemo	69	121900
AUDI A5	39	457000	OPEL Insignia	189	207200	NISSAN Note	839	121850
AUDI A6	479	453000	VW New Beetle	77	204200	OPEL Corsa	240	121400
AUDI A6 Allroad	33	453000	PEUGEOT 3008	380	203700	MG 350	414	120900
AUDI A5 Sportback	114	444000	CHEVROLET Malibu	140	203600	PEUGEOT 208	716	120500
MERCEDES-BENZ E-coupe	43	440000	VOLKSWAGEN Golf	1401	203400	FIAT Linea	1154	119900
MERCEDES-BENZ E-class	311	440000	HONDA Civic	397	200200	RENAULT Logan	4817	118300
MERCEDES-BENZ GLK-class	148	439000	LANCIA Delta	20	199900	MG 3 Cross	78	117900
MERCEDES-BENZ GL-class	798	439000	UAZ 23632	9	199900	VAZ (LADA) 2131	402	117770
INFINITI EX/QX50	54	438420	FORD Transit	996	197800	CITROEN C-Elysee	1589	113800
LEXUS GS	109	431700	HYUNDAI H 100	33	197750	VAZ (LADA) Largus	237	112900
INFINITI M	66	431620	OPEL Mokka	10	196700	FIAT Panda	37	111900
BMW 4	11	423000	RENAULT Scenic	94	196500	FORD Fiesta	2944	110990
BMW X3	212	422000	CHEVROLET Orlando	223	195300	NISSAN Micra	447	110000
LAND ROVER Evoque	379	420800	GREAT WALL Haval H5	153	193100	RENAULT Symbol	88	110000
AUDI Q3	224	418000	OPEL Meriva	10	191100	FORD Focus	3155	109900
TOYOTA Prius	472	413000	MITSUBISHI ASX	1194	190000	FAW Besturn B50	194	109900
TOYOTA Highlander	721	411100	GREAT WALL Haval H6	21	189750	FIAT Doblo	2799	109700
VOLKSWAGEN Multivan	201	403500	SKODA Yeti	490	189700	GEELY Emgrand 7	4192	109000
LEXUS CT	5	402300	FIAT 500L	62	189500	PEUGEOT 301	1603	107600
HONDA Pilot	121	400100	SEAT Leon	109	187200	JAC J5	57	106900
MERCEDES-BENZ Sprinter	150	388500	PEUGEOT 408	284	185400	LIFAN 620	90	103999
LEXUS IS	36	383800	CHEVROLET Tracker	67	184900	CHERY Beat	247	103800
TOYOTA Land Cruiser Prado	1441	377600	HYUNDAI Elantra	2632	183400	SKODA Fabia	2442	103300
HONDA Cross-Tour	128	373300	NISSAN Qashqai	3202	182730	VAZ (LADA) LargusVan	60	101700
VOLKSWAGEN Caravelle	146	368700	SSANG YONG Kyron	596	181900	CHEVROLET Spark	22	100860
TOYOTA Venza	744	363600	SKODA Octavia	3432	180800	CHERY M11	91	99990
KIA Mohave	96	359160	FORD Mondeo	969	179990	SAMAND Runna	14	99900
MERCEDES-BENZ C-class	131	359000	HYUNDAI Tucson	875	179900	CHERY E5/Elara	313	99900
HYUNDAI Grandeur	123	359000	MAZDA 3	349	179900	DAEWOO Gentra	171	99000
AUDI A4	165	353000	CITROEN DS3	8	177600	BYD G3	66	98000
AUDI A4 Allroad	8	353000	OPEL Zafira	285	177600	HYUNDAI i10	1101	97400

LAND ROVER Defender	13	352000	SMART Fortwo	62	175000	VAZ (LADA) Granta	1193	97000
MERCEDES-BENZ CLA-class	42	351000	GAZ Gazelle Next	128	169900	VAZ (LADA) Priora	1870	96370
LAND ROVER Freelander	324	346000	RENAULT Fluence	786	169400	GEELY SL	300	95000
VOLKSWAGEN Amarok	330	342100	PEUGEOT 308	580	168500	CITROEN C1	387	92600
VOLKSWAGEN Crafter	153	341800	VOLKSWAGEN Caddy	1233	168000	BYD F3	1044	89990
BMW X1	250	341000	RENAULT Megane	310	167400	ZAZ Vida	4921	87800
TOYOTA GT 86	27	340100	UAZ Patriot	42	166900	PEUGEOT 107	530	87600
VOLKSWAGEN CC	422	335000	HONDA Jazz	56	166500	LIFAN 520	36	86000
BMW 3	254	335000	FORD C-MAX	240	164990	VAZ (LADA) 4x4	1749	85715
TOYOTA Hi Ace	17	332520	SSANG YONG Korando	2139	164900	GEELY MK-2/Cross	2285	84900
JEEP Wrangler	40	331000	RENAULT Lodgy	197	164800	VAZ (LADA) Kalina	257	84000
NISSAN Pathfinder	299	326360	KIA Cerato	752	164000	FAW V5	91	83200
SUBARU Outback	452	323600	KIA Cerato Koup	7	164000	ZAZ Forza	1524	81700
MERCEDES-BENZ B-class	30	322000	CITROEN C4	1236	163600	GEELY MK	2177	76900
RENAULT Trafic	143	318000	CITROEN C4 Aircross	38	163600	CHERY Kimo	161	75990
MERCEDES-BENZ Vito	104	317500	CHEVROLET Cruze	953	162700	CHERY Amulet	258	75900
INFINITI G	28	314000	CHEVROLET Lacetti	2014	160000	LIFAN 320	98	75900
INFINITI G Coupe	5	314000	TATA Xenon	3	160000	JAC J2	20	75000
MERCEDES-BENZ A-class	57	308000	BYD S6	261	159990	BOGDAN 110 Pick-Up	174	75000
CITROEN DS5	47	306800	GREAT WALL Haval H3	290	159900	FAW V2	26	74600
JEEP Compass	120	305000	RENAULT Duster	2018	158900	ZAZ Lanos Pick-Up	555	74400
KIA Sorento	839	304220	TOYOTA Auris	767	158400	GEELY LC Cross	155	73900
SEAT Altea	96	303200	SUZUKI Swift	89	158000	VAZ (LADA) Samara	2537	70370
HONDA CR-V	1610	297400	PEUGEOT 2008	6	157900	ZAZ Lanos	4537	70000
VOLKSWAGEN Touran	227	291000	GREAT WALL Voleex C50	8	157900	BYD F0	62	69990
FORD Galaxy	16	289990	MITSUBISHI Lancer	605	157300	SAIPA Tiba	174	69990
TOYOTA Camry	1967	286700	CHEVROLET Niva	357	156000	GEELY LC	300	67900
TOYOTA Hilux	370	283800	KIA Cee'd	1034	155000	DAEWOO Nexia	1540	66200
HYUNDAI Santa Fe	1943	280600	FIAT 500	169	154900	BOGDAN 110	3814	65000
HYUNDAI H1	112	278200	JAC S5	5	154000	GEELY CK	5069	59900
AUDI A3	88	276000	NISSAN Juke	2617	153790	CHERY QQ	381	59500
BMW 1	24	276000	SEAT Ibiza	342	153600	ZAZ Sens	7096	57900
NISSAN Navara	79	273820	TOYOTA Corolla	2868	153400	DAEWOO Matiz	1287	49999
MINI Countryman	101	272600	VOLKSWAGEN Polo	4437	151457			
VOLKSWAGEN Passat	1658	271000	HYUNDAI i30	1875	150800			

Escalade, спостерігається зворотна кореляційна залежність. Коефіцієнт кореляції $r = -0,66$, тобто чим вища ціна автомобіля – тим менший обсяг продажів. Для преміум-сегменту така залежність є незвичайною, адже логічно було б припустити, що саме в цьому сегменті ціна є неважливою, а не навпаки.

Висновки з даного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок про те, що для більшості сегментів автомобільного ринку ціна не є дуже

впливовим фактором при виборі автомобіля. Ціна впливає на вибір сегмента та класу автомобілів, а от всередині вибраного цінового сегменту споживач не схильний економити на характеристиках та ціні.

Підсумовуючи результат даного дослідження, можна виділити наступні фактори підвищення конкурентоспроможності українського автомобілебудування:

1. Розширення модельного ряду автомобілів, внаслідок чого збільшення обсягів продажів. Інтеграція у вищі класи, сегменти автомобільного ринку. За допомогою збільшення кількості моделей в асортименті автомобілебудівне підприємство зможе охопити більшу кількість споживачів – а отже, збільшити обсяг продажів та частку ринку.

2. Збереження ціни на порівняно низькому рівні з одночасною пропозицією більш дорогих моделей. Хоча між ціною і продажами не виявлено суттєвої кореляції, проте в 2014 році, в умовах нестабільності, найбільшим попитом користуватимуться дешеві автомобілі, пропозиції знижок, продажі за зниженим курсом долара і т. і.

Перспектива подальшого дослідження полягає у виявленні впливу на конкурентоспроможність таких факторів, як екологічність автомобіля, витрати пального, дизайн та безпека.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Adrien J. Gatesman Why are Foreign Manufactured Cars Gaining Market Share in the US Market / A.J. Gatesman // The Park Place Economist, Volume XIII, P. 89-95.
2. C. Gomes Global auto report / Scotiabank – Global Economics – March, 2014.
3. Dan Picciotto, Nishit K. Madhani U.S. Auto Sales SAAR Rebounds Above Standard & Poor's 2013 Estimate / Credit Week – September 25, 2013.
4. Eric Heymann Economic and regulatory prospects for the global automotive industry / E. Heymann // DB Research, November 2013.
5. Jeffrey Thomas Shepherd Lipschultz A Microeconomic Analysis of the Full-Size Automobile Market / J. Lipschultz // Economics & Business Journal: Inquiries & Perspectives – Volume 1 – Number 1 – October 2008. – P. 152-163.
6. Kenneth E. Train, Clifford Winston Vehicle choice behavior and the declining market share of U.S. automakers / International economic review – Vol. 48, No.4, November 2007.
7. Volker Krueger Global light vehicle overview / LMC Automotive Prepared for Standard & Poor's – October 2012.
8. Величко І.П., Бобровська А.В. Дослідження конкурентоспроможності автомобілів на регіональному ринку у кризовий період / І.П. Величко, А.В. Бобровська // Економічний простір. – № 24. – 2009. – С. 66-72.
9. Видрич, Н. В. Ефективність подійного маркетингу в просуванні брендів на автомобільному ринку / Н. В. Видрич, Є. В. Данилович, Т. В. Дубовська // Молодіжжя і наука : збірник матеріалів VI Всеросійської науково-технічної конференції студентів, аспірантів і молодих учених [Електронний ресурс]. – Красноярськ : Сибірський федеральний ун-т, 2011.
10. Горбовий О. Проблеми інноваційного розвитку автомобілебудівної галузі в Україні / О. Горбовий // 70-та студентська науково-технічна конференція : збірник тез доповідей. – Львів. – 2012. – С. 26-27.
11. Кондратенко, О.В. Структура конкурентоспроможності сучасної автомобільної продукції / О.В. Кондратенко // Вісник Сумського державного університету. Серія Економіка. – 2011. – № 1. – С. 197-201.
12. Мовчаренко В.В., Гливенко В.В. Аналіз ринку легкових автомобілів України / В.В. Мовчаренко, В.В. Гливенко // Науковий вісник ЧДІЕУ. – № 3(11) – 2011. – С. 176-179.
13. Морозова І.К. Управление конкурентоспособностью как основа выживания предприятия машиностроительной отрасли Украины / И.К. Морозова // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект. – Сборник научных трудов. – Донецк : ДонНУ, 2013. – С. 238-241.
14. Міжнародна асоціація автовиробників [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.oica.net/>.
15. Очковская М.С. Маркетинговые инструменты в кризисный и посткризисный период / М.С. Очковская // Маркетинг и современность: Сборник научных статей к научно-практическому круглому столу на тему: «Роль современного маркетинга в посткризисном развитии экономики России» от 15 декабря 2009 г. – Москва, 2010. – С.47-55.
16. Трифонова Є.Ю. Аналіз кон'юнктури світового автомобільного ринку / Є.Ю. Трифонова // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, серия «Экономика и финансы». – 2004. – С. 528-535.
17. Ящишина Л.В. Характеристика світового ринку продукції автомобілебудівної промисловості / Л.В. Ящишина // Матеріали V міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Економічна політика країн ЄС» 23-25 жовтня 2013 р. – Донецьк. – 2013 р. – С. 201-202.

УДК 658.1

Змерзла Т.І.

*аспірант кафедри міжнародних економічних відносин
Хмельницького національного університету*

ТИПОЛОГІЯ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ

Визначено сутність організаційної культури. Розглянуто існуючі підходи до типології організаційної культури, розділено їх на прості і складні. Виділено характерні особливості типів організаційної культури.

Ключові слова: організаційна культура, типологія, персонал, підприємство.

Змерзла Т.І. ТИПОЛОГИЯ ОРГАНИЗАЦИОННОЙ КУЛЬТУРЫ

Определена сущность организационной культуры. Рассмотрены существующие подходы к типологии организационной культуры, разделено их на простые и сложные. Выделены характерные особенности типов организационной культуры.

Ключевые слова: организационная культура, типология, персонал, предприятие.

Znerzla T.I. TYPOLOGY OF ORGANIZATIONAL CULTURE

The essence of organizational culture. Existing approaches to typology of organizational culture. Divided them into simple and complex. Highlight the characteristics of the types of organizational culture. Advantages and disadvantages of organizational culture.

Keywords: organizational culture, typology, personnel, enterprise.

Постановка проблеми. В даний час організаційна культура визначає місце підприємства в зовнішньому середовищі, спосіб осмислення дійсності і внутрішніх відносин. Вона, як передумова і стереотип, впливає на

формування стратегії діяльності підприємства, прийняття рішень, розподіл влади та поведінку персоналу.

В загальнолюдському розумінні культура – це певний рівень розвитку суспільства і людини, який

визначається історичними даними, виражається в типах і формах організаційної життєдіяльності людей, а також у цінностях (духовних і матеріальних), які створюються людьми [1, с. 325].

Під організаційною культурою розуміється сукупність визначених цінностей, норм і моделей поведінки, які декларуються, поділяються й реалізуються на практиці керівниками підприємств та їх підлеглими (персоналом), доводячи свою ефективність у процесі адаптації до потреб внутрішнього розвитку організації та вимог зовнішнього середовища [2, с. 197].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні дослідження проблеми організаційної культури знаходяться на початковому етапі, а тому не мають системного характеру. Окремі аспекти організаційної культури вивчають зарубіжні та українські вчені: Т. Базаров [12], Т. Діл [8], Г. Дмитренко, Т. Максименко, К. Камерон [14], А. Кеннеді, Р. Куїн, М. Семикіна [2], Т. Соломанідіна [10], О. Тіхомірова [3], Ф. Тромпенаарес [7], З. Шершньова, Э. Шейн [5], В. Хаєт [9], Г. Хофстед [6] та ін. Однак питання формування організаційної культури на вітчизняних підприємствах, потребують знаходження такої складової, яка б об'єднала всі основні підходи до вивчення даного феномена.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в систематизації та оцінці сучасних підходів до типології організаційної культури, що дозволить керівникам швидко вивчити існуючі типи культур і підібрати відповідний для свого підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під типом організаційної культури розуміється певна група культур, об'єднаних за загальними, найбільш суттєвими ознаками, що відрізняє даний тип від інших. Тип організаційної культури є одним з показників її комплексної оцінки, на підставі якої формується стратегія її формування та розвитку. Класифікація може служити в якості інструменту при проведенні порівняльного аналізу організаційних культур декількох підприємств, або різних підрозділів одного підприємства. Такий аналіз допоможе виявити причини конфліктів, відсутності співпраці між підрозділами, що можуть спричиняти культурні відмінності [3].

А. Новіков відмічає, що у різні історичні періоди розвитку цивілізації мали місце різні типи основних форм організації діяльності, які в сучасній літературі отримали назву організаційної культури. Автор виділяє наступні історичні типи організаційної культури: традиційна організаційна культура; корпоративно-реміснична культура; професійна (наукова) організаційна культура; проектно-технологічна організаційна культура [4].

Е. Шейн запропонував розглядати організаційну культуру за трьома рівнями: поверхневий (символічний), підповерхневий та глибинний [5]. Залежно від того, на якому із зазначених рівнів концентрується увага дослідника, автор здійснив поділ організаційної культури на суб'єктивну та об'єктивну.

На думку Е. Шейна, суб'єктивна організаційна культура виникає із намічених працівниками припущень, віри і очікувань, а також з колективного сприйняття цінностей та норм, що існують поза особистістю. Крім того, суб'єктивна організаційна культура є основою формування управлінської культури, тобто стилів управління та вирішення керівниками проблем, поведінки в цілому.

Другий тип – це об'єктивна організаційна культура, яка поєднується звичайно з фізичним станом, відповідними «речовими» символами: будівлями, об-

ладнанням, кольором і величиною простору, соціальними об'єктами (медичними, спортивними та ін.) [5].

Голландський дослідник Гірт Хофстед розділяє організаційні культури за наступними аспектами: за ступенем індивідуалізму або колективізму; за ступенем неприйняття невизначеності, тобто ступеня комфорту співробітників при необхідності приймати рішення, пов'язані з майбутнім; за статтю (чоловіча, жіноча); за ступенем дистанції між людьми, що мають різний статус (дистанції влади), тобто в якій мірі члени організації сприймають статус і соціальний стан осіб; за ступенем значущості наполегливості, статусу, оцтадливості, і незначності особистої стійкості, поваги традицій, взаємності послуг [6].

Типологія Ф. Тромпенаареса передбачає класифікацію типів національних організаційних культур на основі таких критеріїв як цільове спрямування та характер взаємозв'язків (егалітарність, ієрархія). Як наслідок вчений виділив такі чотири типи культур [7]:

1) культура, орієнтована на досягнення («інкубатор»), ґрунтується на уявленні про те, що організація, як вторинний елемент, повинна відігравати відносно людини роль інкубатора, тобто сприяти розвитку її фахових навичок і творчих здібностей. В компаніях з таким типом культури практично відсутня ієрархія, система мотивації ґрунтується на підтриманні здорової конкуренції між працівниками;

2) культура, орієнтована на владу («родина»), базується на сприйнятті керівника в якості турботливого батька, за яким визнається право у формуванні стратегії та визначенні пріоритетів. Перевага надається нематеріальним стимулам, широко застосовується конструктивна відкрита критика, процедури і процеси відповідають ustalеному поняттю про правильність їх здійснення;

3) культура, орієнтована на ціль («керована ракета»), ґрунтується на використанні в практиці управління проектних груп і команд, рівності в правах і відповідальності усіх виконавців незалежно від займаної посади. Мотивація у таких культурах здійснюється на основі оцінки якості праці. Мобільність і адаптивність такої культури ґрунтується на постійному коригуванні шляхів і способів досягнення цілей;

4) культура, орієнтована на роль («ейфелева вежа»), базується на бюрократичному розподілі праці, низькому рівні демократії, жорстких ієрархічних зв'язках, ставленні до працівника як до ресурсу. В умовах такої культури значна увага приділяється ротации кадрів, навчанню і стажуванню працівників, оцінці і атестації з метою підвищення ефективності персоналу. Проте бюрократичний характер взаємовідносин не дає можливості таким організаціям швидко пристосовуватись до змін.

Запропонована типологія організаційної культури Т. Діла і А. Кеннеді ґрунтується на двох характеристиках [8]: ступінь ризику, який пов'язаний з діяльністю організації (високий рівень – низький рівень); швидкість отримання зворотного зв'язку або оцінки прийнятих рішень (швидко – повільно).

Згідно з цією типологією виділяють такі типи культур: культура «крутих хлопців», культура «старанної роботи», культура «великих ставок», культура «процесу».

Так, культура «крутих хлопців (жорсткого підходу)» – це культура високого рівня ризику та швидкого зворотного зв'язку. Недоліки таких організацій в основному полягають в орієнтації на швидку вигоду, високий рівень плинності кадрів, небажання враховувати минулий досвід і засновувати свою роботу на співпраці. Все це не залишає можливості для дов-

гострокових капіталовкладень і формування міцної організаційної культури з усталеними традиціями і цілостями.

Культура «старанної роботи (багато працюємо/ добре відпочиваємо)» – низький рівень ризику для окремих працівників і швидкий зворотній зв'язок. Переваги такого типу культури: вміння вчасно реагувати на будь-які зміни ринку, згуртованість і товариськість, прагнення до колективного відпочинку. Недоліки: відсутність аналітичних навичок, гонитва за кількісними показниками на шкоду якісним, висока плинність кадрів, відсутність наступності поколінь, тому що пріоритет віддається енергійним молодим співробітникам і в результаті – відсутність перспективного погляду в майбутнє.

Культура «великих ставок (ставимо на свою компанію)» – високий рівень ризику і вкрай повільний зворотній зв'язок. Переваги підприємств з таким типом культури: гранично високі інвестиції, ґрунтовний підхід і тривалий процес прийняття рішень, відносно низька плинність кадрів, життєстійкість і довготривала перспектив. Недоліки: повільність, в результаті якої, в тому числі, лідерами організації не можуть стати талановиті та цілеспрямовані, але молоді люди, і низька чутливість до короткострокових коливань навколишнього середовища.

Культура «процесу» – низький рівень ризику і повільний зворотний зв'язок. Переваги організації з типом культури процесу: порядок і системність, стабільність, низька плинність кадрів, сталість привілеїв. Недоліки: бюрократизм, велика кількість обмежень, величезний обсяг монотонної, одноманітної і рутинної (нікому не потрібної) роботи.

Автори даної класифікації вважають її спрощеною, адже фактично в кожній окремій реально існуючій компанії можна виявити комбінацію всіх чотирьох типів культури. Проте дана схематична модель може допомогти менеджерам при визначенні культурного профілю своєї компанії в цілому і внесення, за необхідності, наступних коректив.

З типологією Т. Діла і А. Кеннеді перекликаються типології М. Бурке та Д. Зоненфельда. Так, М. Бурке виділяє вісім типів організаційної культури на підставі наступних параметрів: взаємодія з зовнішнім середовищем; розмір і структура організації; мотивація персоналу.

Д. Зоненфельд [9] розрізняє чотири типи культур, кожна з яких має різний потенціал для підтримки стану та успіху компанії і по-різному позначається на кар'єрі працівників.

На основі дослідження гендерних особливостей побудови взаємовідносин в організації вчені С. Медок та Д. Паркін виділили 6 типів культур: «джентльменський клуб», «казарма», «спортивна роздягальня», нехтування фактором статі, «псевдо підтримка», «кмітливі мачо». Дані типи характеризують взаємовідносини жінок і чоловіків в організації, ставлення керівництва до фактору статі в процесі визначення посадових обов'язків і призначення на керівні посади і фактично дає опис тієї чи іншої форми дискримінації жінок в умовах сучасних організацій [10, с. 55-57].

Англійський дослідник Чарльз Ганді визначає чотири наступних типи організаційної культури [11]:

культура клубу, особливістю якої є визначальна роль лідера організації, який керує всіма процесами в організації, співробітники в такій організації навчаються думати і діяти як керівник;

культура ролей, базується на чітких правилах і порядку, раціональності людей; ця культура вразли-

ва в динамічно мінливих умовах зовнішнього середовища існування організації;

культура завдань, спрямовує всі ресурси організації; на вирішення різних проблем, при цьому стандартні, рутинні процедури можуть викликати певні труднощі в досягненні цілей;

екзистенційна культура, орієнтована на індивідуальні цілі людини більшою мірою, ніж на цілі організації; така культура характерна для демократичних організацій.

Відмітимо, що класифікація організаційних структур, запропонована Ч. Ганді, орієнтована більшою мірою на галузеві особливості організацій і охоплює в аналізі тільки поверхневий шар організаційної культури, не беручи до уваги ментальні особливості персоналу організації, властиві їм норми поведінки, ціннісні установки. Враховуючи це, дана класифікація типів організаційної культури більше орієнтована на західні підприємства і абсолютно не адаптована для вітчизняних підприємств, орієнтованих переважно на міжособистісні відносини.

Т.Ю. Базаров описує чотири типи організаційної культури, пов'язаних з певними особливостями управлінської взаємодії і типом управлінських команд [12]. Таким чином, вченим виділяються управлінська команда і організаційна культура: «комбінат», що характеризується відпрацьованим алгоритмом дій і авторитарним стилем управління; «гурток», що представляє собою набір фахівців, які добре знають свою справу. У даному випадку роль керівника зводиться до встановлення комунікацій; «кліка», де взаємодія між співробітниками і керівництвом заснована на повній довірі; «команда», в рамках якої керівник вибудовує свої відносини з колективом так, щоб кожен член його організації в кінцевому підсумку став професіоналом.

В.Р. Веснін виділяє такі типи організаційної культури [13]:

стабільну організаційну культуру, орієнтовану на минулі способи діяльності, концентрується на питаннях організації роботи, уникнення ризику та допускає зміни лише в кризових ситуаціях;

реактивну організаційну культуру, яка орієнтується на певний час і вирішення внутрішніх проблем на основі минулого досвіду, що мінімізувала ризик і допускає зміни лише при недостатній ефективності;

оптимальну організаційну культуру, націлену на найближче майбутнє і вирішення проблем на основі екстраполяції і можливостей. Вона орієнтована не тільки на внутрішній, але й на зовнішній контур організації, допускає ризик і часткові зміни; дослідницьку організаційну культуру, орієнтовану на віддалене майбутнє, вибір варіантів рішень на основі пошуку нових можливостей і постійно балансує між ризиком і вигодою;

креативну організаційну культуру, орієнтовану на створення і впровадження нововведень, тому для неї характерні невизначеність, ризик і постійний пошук.

На нашу думку, найбільш повною та точною є класифікація Камерона-Куїна, в основу якої покладена типологія У. Оучі. З точки зору авторів, організації розвивають один з чотирьох типів а саме: клановий, ринковий, адхократичний та ієрархічний (табл. 1) [14].

На думку Н. Осейко, на сьогоднішній день типологія Камерона-Куїна і опитувальник OCAI, розроблений ними на основі запропонованої типології організаційної культури, є одним з найбільш бажаних варіантів для діагностики організаційної культури

в компаніях, не будучи при цьому ні самими бездоганними в побудові, ні найдоступнішими в розумінні [15].

Водночас уявлення про типологію організаційної культури є основою для дослідження організаційної культури тисячі компаній і організацій, як західних, так і вітчизняних, для оцінки не тільки поточного стану організаційної культури, а й майбутнього.

Методика OSAI К. Камерона і Р. Куїнна неодноразово апробована в тому числі і на вітчизняних підприємствах, її валідність доведена, а перевагами є наочність, використання якісних і кількісних показників, можливість оцінки як сьогодення, так і бажаного рівня культури [13].

Висновки з проведеного дослідження. Отже, всі існуючі варіанти типологій, на наш погляд, можна розділити на дві групи: прості, які важливі при первинному аналізі організаційної культури (за характером формування; за ступенем сформованості; за характером впливу на ефективність діяльності організації; за охопленням; за характером існування) та складні класифікації, які засновані на змістовних характеристиках та

являють собою сукупність певних ознак (національні особливості (модель Ф. Клукухольма-Ф. Стродберга, типології Ф. Тромпенаарса і Ч. Хемпден-Тернера, Г. Хофстеде); галузеві особливості (типології Т. Діла і А. Кеннеді, М. Бурке, Д. Зоненфельда); типології, засновані на теоріях психології особистості (типологія М. Марка і К. Пірсона, заснована на дванадцяти базових архетипах людської психіки і типологія Ф.Р. Манфреда, Ке де Бреши і Д. Міллера, заснована на психопатологічних критеріях, властивих особистостям); особливості гендерних взаємин (типологія С. Медока і Д. Паркіна); домінуючі цінності (типологія С. Хан-ді); конкуруючі цінності (К. Камерона і Р. Куїнна).

Результати аналізу підводять до висновку, що від правильно обраної організаційної культури залежить те, в якому напрямку розвиватиметься людина, весь колектив і організація в цілому. За позитивного розвитку передбачається особистісне зростання, а за негативного – особистісне зростання обмежується. Подальші дослідження варто продовжувати у напрямку розкриття системи показників оцінки організаційної культури промислового підприємства.

Таблиця 1

Типи організаційної культури за К. Камероном і Р. Куїнном [14]

Кланова культура	Адхоратична культура
Місце роботи, де у людей багато спільного. «Сімейний» тип організації. Лідери або голови організацій асоціюються з вихователями, а часто – з батьками. Відданість і традиції – основа цілісності організації. Акцентується довгострокова вигода вдосконалення особистості, надається значення високого ступеня згуртованості. Запорукою успіху можна назвати «добре ставлення до споживачів і турбота про людей». Заохочується бригадна робота, згода й участь людей у бізнесі. До підприємств такого типу організаційної культури можна віднести японські корпорації (дзайбацу).	Місце роботи характеризується динамічністю і креативністю. Члени організації готові йти на ризик для досягнення мети. Лідери – новатори і експериментатори. Організація в довгостроковій перспективі робить акцент на зростанні і здобутті нових ресурсів. Успіх виробництва – надання унікальних і нових продуктів, послуг. Лідерство на ринку – головна мета. Особиста ініціатива і свобода заохочується керівництвом. Лідер в адхоратической культурі повинен володіти управлінським талантом, харизмою і творенням. Типові приклади організацій даного типу культури – Apple, Google, Microsoft.
Ієрархічна культура	Ринкова культура
Місце роботи характеризується великою формалізацією і структурованістю. Процедури управляють діяльністю працівників. Основним завданням ставляться раціональність і системний підхід. Формальні правила і офіційна політика є об'єднуючими факторами. Довгострокове піклування організації – забезпечення стабільності і показників плавного і рентабельного виконання операцій. Надійність поставок, плавні календарні графіки і низькі витрати – фактори успіху існування організації. Управління персоналом ставить перед собою завдання гарантувати зайнятість і забезпечити довгострокове передбачуваність. До ієрархічного типу культури організації відносяться монополні підприємства, банківської сфери.	Основна орієнтація даного типу організації – результати, виконання поставленого завдання. Для даного типу культури характерна цілеспрямованість і конкурентність. Зв'язуючим фактором є змагання виробничого процесу, прагнення членів організації перемагати, репутація та успіх. Спрямованість на конкурентні дії, швидке та ефективне рішення поставлених завдань і досягнення цілей, які можна оцінити. Проникнення на ринки і ринкова частка є визначальним фактором успіху. Конкурентне ціноутворення та лідерство на ринку, особливо важливі для даного типу культури. Прикладами таких організацій можуть бути підприємства, що виробляють товари та послуги повсякденного вжитку, де існує значна конкуренція.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Большая экономическая энциклопедия / [Варламова Т.П., Васильева Н.А., Неганова Л.М. и др.] – М. : Эксмо, 2007. – 816 с.
2. Семикіна М.В. Еволюція організаційної культури на українських підприємствах: проблеми та протиріччя / М.В. Семикіна // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємство. – 2009. – № 6. – С. 197-200.
3. Тихомирова О.Г. Организационная культура: формирование, развитие и оценка / О.Г. Тихомирова. – СПб. : Государственный университет ИТМО, 2008. – 154 с.
4. Новиков А. Ученый процесс в логике исторических типов организационной культуры [Электронный ресурс] / А. Новиков. – Режим доступа : http://www.anovikov.ru/artikle/uch_proc.pdf.
5. Шейн Э. Организационная культура и лидерство: Построение. эволюция, совершенствование / Э. Шейн; [пер. с англ. С. Жильцова. А. Чеха; под ред. В.А. Спивака]. – СПб. : Питер, 2002. – 336 с.
6. Hofstede G. Culture's Consequences : Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organisations Across Nations / G. Hofstede. – 2nd ed. – Thousand Oaks, CA : Sage, 2001. – 596 p.
7. Тромпенаарс Ф. На волнах корпоративной культуры: понимаем различия в контексте глобального бизнеса [Электронный ресурс] / Ф. Тромпенаарс. – Режим доступа : www.corpculture.ru/content/quanta-volnakhorporativnoi-kultury-ponimaya-razlichiyav-kontekste-globalnogo-biznesaquot.
8. Deal T.E. The New Corporate Cultures: Revitalizing the Workplace after Downsizing, Mergers, And Reengineering / T.E. Deal, A.A. Kennedy. – Reading, MA : PERSEUS BOOKS, 1999. – 241 p.
9. Корпоративна культура: навч. посіб. / Г.Л. Хаєт, О.Л. Єськов, Л.Г. Хаєт та ін. ; [за заг. ред. Г. Л. Хаєта]. – К. : Центр навчальної літератури. – 2003. – 403 с.
10. Соломанидина Т.О. Организационная культура компании / Т.О. Соломанидина. – М. : ООО «Журнал «Управление персоналом». – 2003. – 456 с.
11. Derek S. Pugh. Writers on Organizations / Derek S. Pugh, David J. Hickson. – Penguin Books, 1996. – P. 38-43.
12. Базаров Т.Ю. Культура организации / Т.Ю. Базаров // Бюллетень финансовой информации. – 1996. – № 11 (18) ноябрь. – С. 19-22.
13. Веснин В.Р. Понятие организационной культуры / В.Р. Веснин // Социально-гуманитарные знания. – 2001. – № 3. – С. 184-200.
14. Камерон К. Диагностика та зміна організаційної культури / К. Камерон, Р. Куїн. – СПб. : Питер, 2001. – 320 с.
15. Осеико Н. Диагностика организационной культуры як інструмент управління змінами [Електронний ресурс] / Н. Осеико. – Режим доступа : <http://www.e-xecutive.ru/community/articles/1122152/>.

УДК 338.242

Іваненко О.В.

*аспірант кафедри економіки підприємства та менеджменту
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

ПРОБЛЕМА РОЗМЕЖУВАННЯ КАТЕГОРІЙ «ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ» ТА «ЕНЕРГОЕФЕКТИВНІСТЬ» В УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

У статті проведено аналіз категорій «енергозбереження» та «енергоефективність» в управлінні підприємством. Визначено значення енергозбереження та енергоефективність у діяльності із реалізації потенціалу енергозбереження підприємства. Запропоновано схему взаємозв'язку категорій «енергозбереження» та «енергоефективність» підприємства.

Ключові слова: енергозбереження, енергоефективність, потенціал енергозбереження соціально-економічної системи, ентропія, енергетичний менеджмент

Іваненко Е.В. ПРОБЛЕМА РАЗГРАНИЧЕНИЯ КАТЕГОРИЙ «ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЕ» И «ЭНЕРГОЭФФЕКТИВНОСТЬ» В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В статье проведен анализ категорий «энергосбережение» и «энергоэффективность» в управлении предприятием. Определено значение энергосбережения и энергоэффективности в деятельности по реализации потенциала энергосбережения предприятия. Предложена схема взаимосвязи категорий «энергосбережение» и «энергоэффективность» предприятия.

Ключевые слова: энергосбережение, энергоэффективность, потенциал энергосбережения социально-экономической системы, энтропия, энергетический менеджмент.

Ivanenko O.V. PROBLEM OF DIFFERENTIATING CATEGORIES «ENERGY SAVING» AND «ENERGY EFFICIENCY» IN THE ENTERPRISE MANAGEMENT

In the article the analysis of «energy saving» and «energy efficiency» categories in the enterprise management was carried out. The role of the energy saving and the energy efficiency in the implementation of the energy saving potential of the enterprise was identified. The principal outline, that shows the interdependence between energy saving and energy efficiency of the enterprise was proposed.

Keywords: energy saving, energy efficiency, energy saving potential of socio-economic system, entropy, energy management.

Постановка проблеми. Актуальність питань управління енергоефективністю підприємств пов'язана з тенденціями сучасного середовища їх функціонування. Національним пріоритетом розвитку нашої держави є зниження енергетичної залежності, а також впровадження відповідно до світових стандартів енергозберігаючих технологій, задля значного заощадження енергоресурсів. З огляду на високий рівень експорторієнтованості вітчизняного виробництва та підвищення вартості енергоносіїв ускладнюється фінансово-економічне становище промислових підприємств. В Україні питомі витрати енергоресурсів більш як у 2,5 рази вищі, ніж у країнах Європи [1]. Це робить вирішення проблеми підвищення енергоефективності актуальним завданням підприємств та організацій, адже на зниження енергоемності ВВП країни безпосередньо впливає енергоефективність підприємств як суб'єктів мікроекономічного ієрархічного рівня.

Дослідження енергоефективності здебільшого охоплюють проблеми макроекономічного та мезоекономічного ієрархічного рівнів соціально-економічних систем.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В науковій літературі не існує єдиного підходу до визначення змісту понять енергозбереження та енергоефективність підприємства. Аналіз даних понять на рівні національної економіки та галузей промисловості проведено в роботах Микитенко В.В., Немировського О.М., Суходолі О.М., Мельника В.І., Кизима Н.О., Афанасьєва М.В., Салашенко Т.І. Крім того, визначення цих понять запропоновано багатьма програмними документами відповідних міжнародних організацій. Розглядом проблеми на мікроекономічному рівні стосовно підприємств та організацій займалися Йохна М.А., Миколюк О.А., Стадник В.В.

Проте вирішення питань підвищення ефективності споживання енергетичних ресурсів на мікроекономічному рівні є не менш актуальною науковою та прикладною проблемою.

Постановка завдання. Метою дослідження є подальший розвиток теоретичних та науково-методичних основ управління енергоефективністю підприємства на основі аналізу категорій енергозбереження та енергоефективності та визначення їх значення у діяльності з реалізації потенціалу підприємства, в тому числі потенціалу енергозбереження, для вдосконалення системи управління енергоефективністю підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність проведення аналізу змісту понять «енергозбереження» та «енергоефективність» пов'язана із тим, що в сучасній науковій літературі не існує єдиного підходу до визначення цих понять.

У Законі України «Про енергозбереження» надано пояснення енергозбереженню як діяльності із раціонального використання та економного витрачання первинної та перетвореної енергії. Тобто енергозбереження стосується енерговикористання. Крім того, в законі визначено, що енергозбереження являє собою процес, що включає наукову, технічну, організаційну, економічну, практичну та інформаційну діяльність щодо реалізації заходів з енергозбереження [2].

Енергозбереження характеризує кількість заощадженої енергії як різниці між базовим рівнем споживання енергії та тим, що став можливим за рахунок проведення заходів із зростання енергоефективності та стану приведення системи у відповідність до умов зовнішнього середовища [3, с. 26].

Немировський О.М. та ще ряд дослідників розглядають енергозбереження як складову енергетичного менеджменту разом із впровадженням та використанням нетрадиційних джерел енергії, ціновою політикою, оперуванням на ринку [4; 5].

Що стосується енергоефективності, то в Законі України «Про енергозбереження» вона визначена як діяльність (організаційна, наукова, практична, інформаційна) з ефективного використання ПЕР, що забезпечує їх раціональне використання [2].

Відповідно до «Енергетичної хартії», підвищення енергоефективності означає заходи, спрямовані на збереження випуску тієї ж одиниці продукції (товару або послуги) без зниження якості або робочих характеристик цієї продукції при зменшенні витрат енергії, необхідних для виробництва цієї продукції [6, с. 76].

Енергоефективність також визначається як властивість виробництва щодо співвідношення обсягу виробництва до витрат енергії [7]. Разом з тим більшість авторів погоджуються, що енергоефективність – це відносна величина, яка характеризує якісний стан економічної системи.

При визначенні взаємозв'язку енергоефективності та енергозбереження важливо брати до уваги різницю споживання та використання енергії. Енергоспоживання характеризує загальний обсяг придбаних або вироблених підприємством енергетичних ресурсів, які використовуються в господарських процесах. Ефективність споживання енергетичних ресурсів залежить від ефективності їх використання, а також рівня втрат енергетичних ресурсів.

Тобто ефективність енергоспоживання можна узагальнити як співвідношення корисно використаної енергії до загальної суми спожитої підприємством енергії. Тому можна стверджувати, що енергоефективність – це відносна величина, корисно використаної енергії до наявної енергії (з врахуванням втрат). Отже, аналіз змісту понять дає змогу визначити їх взаємозв'язок (рис. 1).

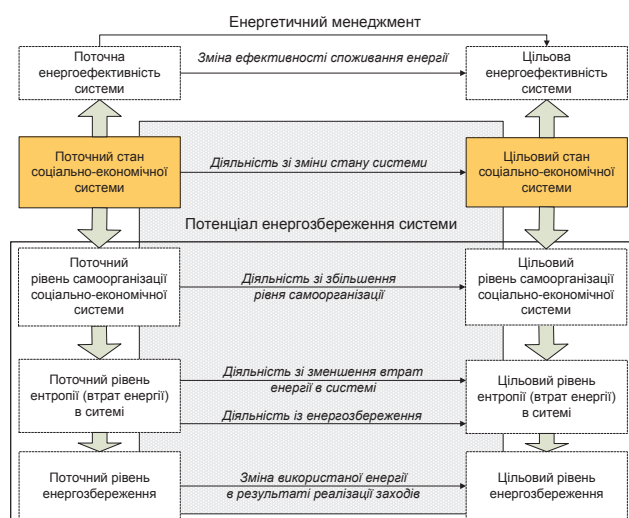


Рис. 1. Взаємозв'язок категорій «енергозбереження» та «енергоефективність» підприємства

Таким чином, реалізація можливостей енергозбереження має забезпечити максимальну енергоефективність підприємства стосовно заданих стратегічними цілями обсягів випуску продукції (товарів, послуг), а також у відповідності до тенденцій розвитку факторів зовнішнього середовища підприємства.

Відповідно до обґрунтованого у роботі [8, с. 7], визначення потенціалу ресурсозбереження соціально-економічної системи як можливості зі зниження втрат та зниження ентропії системи, потенціал енергозбереження, що є складовою потенціалу ресурсозбереження, також знаходить свою реалізацію через діяльність зі збільшення рівня самоорганізації соціально-економічної системи.

Реалізація потенціалу енергозбереження забезпечує досягнення максимальної енергоефективності підприємства відповідно до стратегічних цілей його

розвитку. Для розмежування категорій «енергозбереження» та «енергоефективності» підприємства розглянемо стан соціально-економічної системи. Результатом управління розвитком підприємства (або ж соціально-економічної системи) є перехід від поточного її стану до цільового. Що і зображено на рис. 1. Такий перехід між станами системи зумовлений необхідністю пристосування (адаптації) до змін зовнішнього середовища.

Відповідно до теорії систем, адаптація до швидко змінюваного середовища можлива тільки за рахунок збільшення рівня самоорганізації системи. Так, бачимо на схемі нижче поточний та цільовий рівень самоорганізації системи, трансформація відбувається за рахунок діяльності зі збільшення рівня самоорганізації [9, с. 63].

Далі закономірним є наступний елемент, а саме рівень ентропії. Діяльність зі зменшення втрат енергії в системі сприяє переходу від поточного до цільового рівня ентропії в системі. Зменшення ентропії відповідає збільшенню рівня самоорганізації, а отже гарантує більшу адаптивність системи до змін зовнішнього середовища.

Тобто діяльність із енергозбереження є одним із факторів, що забезпечує зниження рівня ентропії в системі. Це відображається в рівні енергозбереження системи (поточному та цільовому) – тобто зміні обсягів використаної енергії.

Спираючись на проведений аналіз змісту понять енергозбереження та енергоефективність, можна стверджувати, що енергозбереження стосується кількості використаної енергії. В той час як енергоефективність стосується ефективності споживання енергії.

Переведення системи із поточного стану до цільового можливе за рахунок управління. В даному випадку більш конкретну підсистему управління підприємством, а саме за рахунок енергетичного менеджменту.

Енергетичний менеджмент є інструментом, спрямованим на енергоефективність роботи підприємства. Енергетичний менеджмент формує ефективну підсистему управління бізнес-процесами організації виходячи з оптимізації ПЕР, спираючись на сукупність професійних знань, принципів, форм і засобів управління енергозбереженням підприємства. Головним завданням такого управління є зниження витрат на використання енергетичних ресурсів [10].

Витрати енергії наявні у всіх компонентах системи, але вартість їхнього усунення істотно різниться. Досліджуючи в процесі енергетичного менеджменту можливості енергозбереження, такі системи слід розглядати комплексно.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, можна зробити висновок, що для формування системи управління енергоефективністю на промисловому підприємстві важливо розмежування категорій «енергозбереження» та «енергоефективність» підприємства, а також встановлення їх взаємозв'язку та ролі в реалізації потенціалу енергозбереження.

Встановлено, що обсяг поняття «енергозбереження» менший за обсяг поняття «енергоефективність». Енергозбереження стосується раціонального та ощадливого використання енергії, в той час як енергоефективність є якісною характеристикою, співвідношення енерговикористання та енергоспоживання. На енергоефективність підприємства можна впливати за рахунок зміни таких факторів як використання інноваційних технологій, організаційні зміни, економічні фактори. Вплив на рівень

енергозбереження здійснюється тільки за рахунок заходів із енергозаощадження або раціонального використання енергії.

Зміна енергоефективності діяльності може відбуватися за рахунок управління на основі енергетичного менеджменту. Тому подальший розвиток теоретичних та науково-методичних основ побудови системи енергоефективності підприємства потребує розгляду системи енергетичного менеджменту, яка знаходить своє відображення в тому числі через функції управління енергоефективністю, визначення яких є важливим елементом подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про затвердження Державної програми активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки : Постанова Кабінету Міністрів України від 27.02.2013 р. № 187 // Відомості Верховної Ради України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/187-2013-n>.
2. Про енергозбереження : Закон України від 01.07.1994 р. № 75/94-ВР // Відомості Верховної Ради України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/74/94-%D0%B2%D1%80>.
3. Measuring and reporting energy savings for the Energy Services

Directive – how it can be done. Results and recommendations from the EMEES project [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.evaluate-energy-savings.eu/emees/en/publications/reports/EMEEES_Final_Report.pdf.

4. Маляренко В. А. Енергозбереження та енергетичний аудит : навч. посіб. / В. А. Маляренко, І. А. Немировський. – Харків : НТУ «ХПІ», 2010. – 341 с.
5. Микитенко В. В. Формування комплексної системи управління енергоефективністю в галузях промисловості : монографія. – Київ : Укр. видавничо-поліграфічна компанія «Екс.Об.» 2004. – 336 с.
6. Договор к энергетической хартии и связанные с ним документы [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.encharter.org/fileadmin/user_upload/document/RU.pdf.
7. Об энергосбережении и о повышении энергетической эффективности и о внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации : Федеральный закон от 23.11.2003 № 261-ФЗ [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.energosovet.ru/npb1189.html>.
8. Іваненко О.В. Формування потенціалу ресурсозбереження соціально-економічних систем / О.В. Іваненко // Економіка. Фінанси. Право. – № 8. – 2013. – С. 7-10.
9. Николис Г. Самоорганизация в неравновесных системах / Г. Николис, И. Пригожин. – М. : Мир, 1979. – 512 с.
10. Обсуждение международного стандарта ISO 50001 [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.e-proaudit.ru/for-the-client/energomenedzhment/>.

УДК 338.242.2

Ігнатенко М.М.

кандидат економічних наук, докторант
Уманського національного університету садівництва

ФОРМУВАННЯ ПРОЦЕСУ УПРАВЛІННЯ ДІЛОВОЮ РЕПУТАЦІЄЮ ТА СОЦІАЛЬНОЮ ВІДПОВІДАЛЬНІСТЮ ХАРЧОВИХ І ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДНИКАМИ ЇХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

У статті обґрунтовані зміст, складники та структура ділової репутатії та соціальної відповідальності харчових і переробних підприємств як вагомих елементів їх конкурентоспроможності. Визначені особливості, етапи процесу управління їх розвитком, удосконаленням та підвищенням у сучасних умовах господарювання.

Ключові слова: ділова репутатія, соціальна відповідальність, конкурентоспроможність, управління, підвищення, удосконалення, етапи, моніторинг.

Игнатенко Н.Н. ФОРМИРОВАНИЕ ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ДЕЛОВОЙ РЕПУТАЦИЕЙ И СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТЬЮ ПИЩЕВЫХ И ПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ КАК СОСТАВЛЯЮЩИМИ ИХ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В статье обоснованы содержание, составляющие и структура деловой репутации и социальной ответственности пищевых и перерабатывающих предприятий как важных элементов их конкурентоспособности. Определены особенности, этапы процесса управления их развитием, совершенствованием и повышением в современных условиях хозяйствования.

Ключевые слова: деловая репутация, социальная ответственность, конкурентоспособность, управление, повышение, совершенствование, этапы, мониторинг.

Ignatenko N.N. THE FORMATION PROCESS OF MANAGING CORPORATE REPUTATION AND SOCIAL RESPONSIBILITY OF FOOD AND PROCESSING ENTERPRISES AS COMPONENTS OF THEIR COMPETITIVENESS

In the article, the content, components and structure of business reputation and social responsibility of food and processing enterprises as important elements of their competitiveness. The features, the stages of the management process of their development, improvement and enhancement in the current economic conditions.

Keywords: business reputation, social responsibility, competitiveness, management, enhancement, improvement, stages, monitoring.

Постановка проблеми. Формування інтелектуальної економіки знань та побудова громадянського суспільства у провідних країнах світу значним чином сприяли актуалізації таких чинників у діяльності підприємств, у т.ч. харчових, як ділова репутатія, соціальна діяльність та відповідальність, конкурентоспроможність. Теоретичний та практичний інтерес до конкурентоспроможності, що виник в Україні внаслідок розвитку ринкових відносин та виходу

великих вітчизняних агропродовольчих корпорацій та агрохолдингів на міжнародні аграрні ринки, викликав значну кількість розробок, присвячених вирішенню цих проблем.

Проте для обґрунтованих методологічних підходів до регулювання та управління конкурентоспроможністю харчових підприємств характерні певні розходження. Вони стосуються визначень самої категорії, сукупності чинників та протікання процесів

підвищення конкурентоспроможності, конкурентного потенціалу та конкурентних переваг підприємств, галузей, готової продукції, їх показників, індикаторів та критеріїв, обґрунтування соціальної складової конкурентоспроможності.

На відміну від конкурентоспроможності, тема соціальної складової діяльності, зокрема, ділової репутації харчових підприємств не має такої кількості наукових розробок. Проте вона набуває все більшого значення через зростання питомої ваги вартості нематеріальних активів у структурі капіталізації бізнесу (у 3-4 разів в останнє двадцятиріччя для вітчизняних харчових підприємств). Ділова репутація, імідж, соціальна діяльність стають повноправним нематеріальним активом суб'єктів господарювання. Тому їх формування та забезпечення, використання як конкурентних переваг в жорстких умовах світової конкуренції на світовому агропродовольчому ринку постає актуальним завданням.

Ділова репутація та соціальна відповідальність значним чином визначають можливості бізнесу в залученні коштів, пошуку стратегічних інвесторів та партнерів, побудові відносин із владними структурами й іншими суспільними інститутами, у збільшенні попиту та споживчої й соціальної лояльності споживачів. Позитивна репутація є особливо важливою складовою всебічного успіху бізнесу, яка допомагає захистити харчове або переробне підприємство, збільшити вартість акцій та ринкову вартість активів, отже, впливає на ефективність та конкурентоспроможність його діяльності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Досліджуючи зазначені категорії, значна кількість науковців (Воронкова А., Дулясова М., Кирилов Ю., Крилов С., Мельник Д., Селєзньов А., Стародубська М., Шеремет М.) вважають, що ділова репутація є важливим чинником, а також складовою формування конкурентоспроможності підприємств. Цілком погоджуючись з даним положенням, необхідно зазначити, що уточнені потребують визначення окремих аспектів, показників та характеристик ділової репутації, їх практичного впливу на конкурентоспроможність, конкурентний потенціал та конкурентні позиції харчових підприємств.

Метою статті є обґрунтування процесу управління діловою репутацією та соціальною відповідальністю харчових та переробних підприємств як складників їх конкурентоспроможності.

Виклад основного матеріалу. В сучасних умовах господарювання ділова репутація є невід'ємною частиною будь-якого бізнесу. Її неможливо відокремити від підприємства або бізнесової діяльності. Вона знаменує собою рівень довіри та поваги до нього і обліковується у складі нематеріальних активів поряд з авторськими правами, ноу-хау, торговими марками і брендами. Маючи високу ділову репутацію, харчові та переробні підприємства отримують більшу норму прибутку в порівнянні з поточним ринковим прибутком, оскільки вона, виступаючи в якості нематеріального активу, капіталізується і стає одним з ключових чинників зростання їх вартості, підвищення фінансово-економічної стійкості й конкурентоспроможності розвитку [1, с. 125-126].

Ділова репутація – це не лише засіб, інструмент управління, але й об'єкт управління. В якості останнього важливим є розуміння змістовного складу та структури ділової репутації (рис. 1).

Позитивна репутація створюється основною діяльністю, а також соціальною політикою харчових та переробних підприємств, орієнтовану як на загальний споживчий продовольчий ринок, так і на цільові групи громадськості, окремі соціальні ініціативи, програми та проекти. Значною мірою вказана діяльність здійснюється за допомогою комунікацій, зв'язків з громадськістю, реклами. Робота по створенню ділової репутації ведеться цілеспрямовано для кожної сукупності складників. При цьому використовуються різні засоби та інструменти.

Створення ділової репутації на рівні харчових та переробних підприємств ґрунтується на загальноприйнятих культурно-етичних вимогах та умовах ведення виробничо-економічної та соціально-екологічної діяльності (чесність, обов'язковість, відповідальність та ін.). Її поширення найкраще відбувається за допомогою зазначених раніше інтегрованих комунікацій [2, с. 42-44]. Поєднання останніх відбувається в залежності від завдань, які ставить перед собою підприємство (завоювання ринку, утримання ринкових позицій, розширення діяльності, зміна іміджу тощо).

Значним чином соціальна репутація формується за допомогою інформування громадськості про соціальні аспекти діяльності харчових та переробних підприємств. До них належить участь у волонтерському русі, спонсорство, меценатство, підтримка громадських рухів та ініціатив, участь у вирішенні проблем



Рис. 1. Структура та склад ділової репутації харчових і переробних підприємств

екології, зайнятості, охорони здоров'я, освіти, сприяння конкретним особам або установам, шефська допомога, здійснення соціальних проектів та програм. Так, своїми соціальними проектами та програмами відомі такі підприємства, як ПАТ «Нібулон», «Чумак», «Президент», «Росинка», м'ясопереробний комбінат «Колос» та ін.

Необхідно вказати на взаємозв'язок виробничо-економічної репутації підприємств з компонентом «соціальна репутація». Адже більш вірогідно, що успішне в основній діяльності та конкурентоспроможне підприємство буде соціально відповідальним та ініціативним. З іншої сторони, соціальна відповідальність сприяє утвердженню на ринку, прибутковості, стійкому розвитку та конкурентоспроможності [3, с. 495-500]. Отже, в такому розумінні цілі та завдання «соціальної репутації» передбачають вплив на зовнішнє середовище суб'єктів господарювання (споживачі, партнери, конкуренти, владні структури, громадські інститути), формування внутрішнього середовища (мікроклімат у колективі, соціальна захищеність працівників, соціальна мотивація та ін.) розвиток корпоративної культури (етичні норми і правила, традиції підприємства, структурна ієрархія організації та управління, особистісна культура тощо), підвищення особистісної репутації персоналу, менеджменту, власників, репутація торгової марки, бренду, харчової продукції, продовольчих товарів.

Таким чином, формується загальна соціальна репутація харчових та переробних підприємств. Вона також має бути ефективно доведена до широких кіл громадськості. Думка громадськості, якщо воно буде позитивною та поширеною, підвищує репутацію організації в інших компонентах. Якщо вона негативна, відповідно, знижуються всі характеристики діяльності. Отже, обов'язковою умовою високої ефективності та конкурентоспроможності підприємницької діяльності є високий рівень соціальної відповідальності, загальної культури, освіти та професіоналізму персоналу. Це спонукає власників, керівництво харчових та переробних підприємств постійно корегувати пріоритети та напрями соціальної, професійно-освітньої і кадрової політики. З цією метою розробляються соціальні пакети та заходи, здійснюються відповідні тренінги та програми для співробітників. Таким чином, зростає соціальний потенціал та соціальний капітал підприємств.

Під соціальним потенціалом розуміється можливість використання соціальних резервів, підвищення капіталізації та ефективності управління та бізнес-процесів харчових і переробних підприємств [4, с. 5-10]. Підприємства використовують їх, створюючи сприятливі умови праці, розвиваючи інтелектуальні, професійно-освітні, морально-етичні задатки працівників. Соціальний потенціал складається принаймні з двох взаємопов'язаних компонентів:

інституційно-підприємницького (умови формування і розвитку соціального потенціалу) й особистісного (морально-психологічні якості, культурно-етичні переконання та світогляд працюючих). Це спричиняє певні труднощі в організації процесу керування, реалізації та удосконалення соціального потенціалу.

Його важливою частиною є управління діловою репутацією та її складовими у харчових та переробних підприємствах. Управління діловою репутацією – це системний бізнес-процес, який може і повинен бути організований кожним суб'єктом господарювання. Його можна представити як комплекс послідовно здійснюваних заходів щодо формування, підтримки, захисту та перспективного розвитку й підвищення ділової репутації. Процес управління діловою репутацією складають взаємопов'язані етапи, сукупність яких охарактеризовано на рис. 2.

Перший етап присвячений визначенню параметрів, на основі яких здійснюється оцінка ділової репутації харчових та переробних підприємств основними стейкхолдерами, а також які підлягають моніторингу. Другим етапом означає розробку програми формування та підтримки ділової репутації. Її змістом є вибір відповідної стратегії, що здійснюється на основі загальних стратегічних пріоритетів функціонування підприємств, оцінок стейкхолдерів про

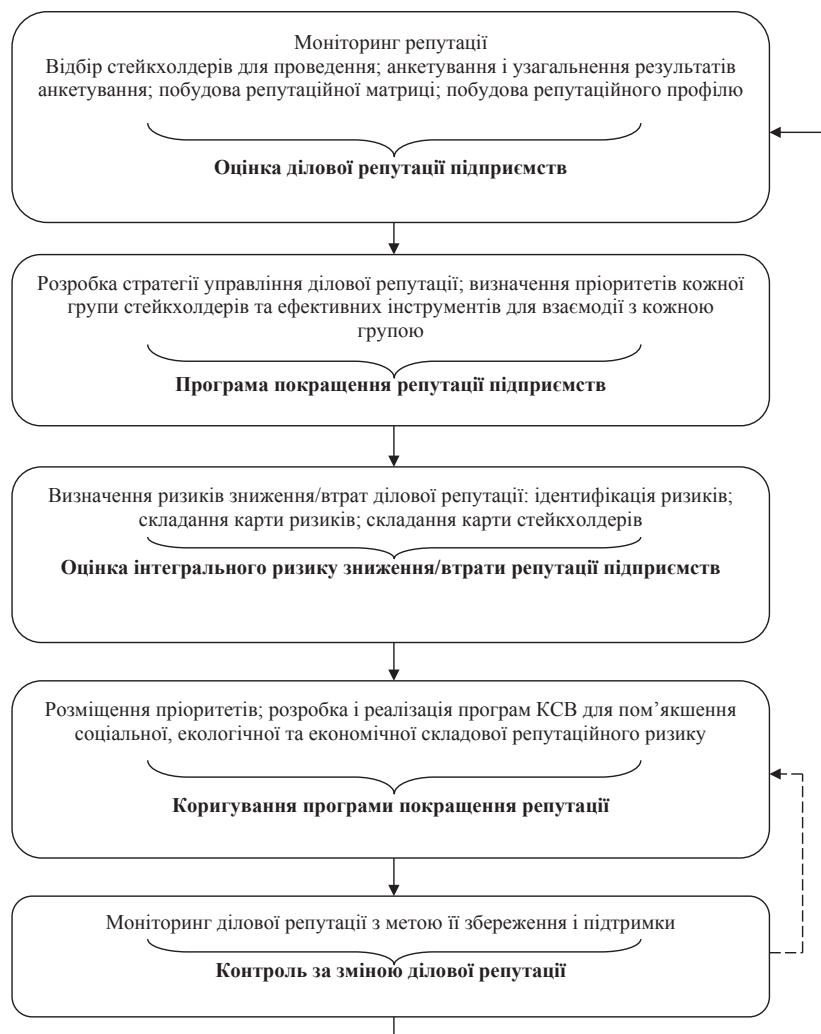


Рис. 2. Процеси управління діловою репутацією харчових та переробних підприємств з опорою на соціальну відповідальність

значущість кожного з параметрів, що впливають на ділову репутацію. У разі зміни стратегічних пріоритетів харчових та переробних підприємств їх репутаційна стратегія змінюється [5, с. 127-130]. На третьому етапі здійснюється оцінка чинників та ризиків зниження (втрати) ділової репутації, створюється система контролю і попередження репутаційних ризиків. Для пом'якшення соціальної, екологічної та економічної складових ризиків розробляються і реалізуються відповідні програми корпоративної соціальної відповідальності (КСВ).

У процесі управління змінами та розвитком ділової репутації харчових та переробних підприємств проводиться її моніторинг, в результаті якого розробляються рекомендації щодо ділової поведінки, іміджу та налагодження системи комунікацій з основними групами стейкхолдерів. Доцільно введення дворівневої системи моніторингу – тактичного (щомісячного) і стратегічного (щорічного), здійснюваного за рахунок залучення власних спеціалістів, на яких можуть бути покладені відповідні функції. Якщо в результаті контролю виявляються відхилення від основних цільових індикаторів оцінки ділової репутації, то обґрунтовуються та коригуються відповідні напрями діяльності.

Загалом процес управління діловою репутацією починається і закінчується її системно-структурним аналізом, оцінкою слабких та сильних сторін. В залежності від виявлених в результаті цього ризиків, проблем або переваг визначаються ключові напрями коригування шляхів її удосконалення та підвищення на основі репутаційних заходів з урахуванням загальноетичних принципів, соціальних інновацій, програмно-цільового підходу [6, с. 24-27].

При цьому особлива роль відводиться врахуванню принципів КСВ, оскільки в сучасних умовах господарювання соціально відповідальне управління є одним з важливих елементів процесу управління діловою репутацією бізнесу. КСВ передбачає облік та мінімізацію негативних впливів харчових та переробних підприємств на внутрішнє та зовнішнє бізнесове середовище, підвищення якості та збільшення обсягів споживання власної продукції, активну участь у вирішенні соціальних проблем регіонів або місць розміщення. Це означає, що необхідно мати програми соціальної відповідальності необхідно мати на кожному підприємстві. Вони повинні бути розроблені у контексті у т.ч. й ділової репутації, галузі діяльності, потреб суспільства та держави.

Нарешті, треба розуміти, що процес формування ділової репутації, управління її розвитком та підвищенням не можна розуміти як разовий захід підвищення конкурентоспроможності. Він повинен постійно супроводжувати основну діяльність. При цьому харчові та переробні підприємства, інші бізнесові

та підприємницькі структури галузі можуть мати за приклад ділову репутацію та програми КСВ у її складі передових підприємств або лідерів. Так, світовими зразками можуть бути компанії Nestle, Danon, Lactalis, Pepsico та ін. Вони відомі підтримкою соціальних, культурних та спортивних проектів, ціною лояльності до окремих груп споживачів, постійною модернізацією виробництва, соціальними інноваціями тощо.

Висновки. У процесі досліджень було визначено, що дотримання норм соціально-трудова та соціально-економічних відносин, організаційної та професійної етики формують ділову репутацію харчових та переробних підприємств. У її межах виділяють, насамперед, відповідність продукції та послуг, фінансово-економічну стійкість, надійність і передбачуваність, соціальну відповідальність. В основі ділової репутації повинні лежати загальноприйняті етичні правила і відносини. Управління репутацією не передбачає створення неправдоподібних ситуацій, отже, і обшукування громадськості, споживачів, конкурентів.

Якщо підприємство прагне здійснювати свою діяльність протягом тривалого періоду, то негативні наслідки обману стануть небажаними для цього, і в результаті її буде здійснювати важко або й взагалі прийдеться припинити. Натомість надійна та висока ділова репутація забезпечує підвищення привабливості підприємств у партнерів, контрагентів, клієнтів і споживачів. Вона є важливим складником їх ресурсного потенціалу, організаційно-економічного механізму підвищення ефективності, конкурентоспроможності, залучення інвестицій, впровадження інновацій, лояльності стейкхолдерів, державних інститутів, громадських організацій і суспільства в цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Горин С. В. Деловая репутация организации / С. В. Горин. – М.: Феникс, 2006. – 256 с.
2. Берницька Д.І. Ділова репутація як стратегічний чинник розвитку підприємства / Д. І. Берницька, Н. О.Кравчук // Інноваційна економіка, 2011. – № 3. – С. 41-45.
3. Гребешкова О.М. Ділова репутація як стратегічний актив компанії / О.М. Гребешкова, О.В. Шиманська // Стратегія розвитку України (економіка, соціологія, право). – 2007. – № 1-2. – С. 493-502.
4. Благоев Ю.Е. Генезис концепции корпоративной социальной ответственности / Ю. Е. Благоев // Вестник Санкт-Петербургского университета. Общественный и стратегический менеджмент. – 2006. – № 2. – С. 3-24.
5. Волосковець Н.Ю. Корпоративна соціальна відповідальність підприємств як основа інноваційного розвитку сучасної економіки / Н.Ю. Волосковець // Наукові праці КНТУ. Економічні науки. – 2010. – Вип. 17. – С. 125-131.
6. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. – К., 2005. – 41 с.

УДК 338.1:854

Кондратюк Н.В.

викладач кафедри менеджменту організацій
Харківського національного університету імені В.В. Докучаєва**ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВИРОБНИЦТВА СОНЯШНИКУ**

Досліджено питання інтенсивності виробництва соняшнику. Здійснено аналіз окремих елементів витрат, що впливають на ефективність інтенсивного виробництва соняшнику. Запропоновано створення економічного механізму сталого та ефективного виробництва соняшнику з врахуванням науково обґрунтованих засад.

Ключові слова: інтенсивність, інтенсивність виробництва соняшнику, коефіцієнт корегування, економічний механізм сталого розвитку.

Кондратюк Н.В. ЭКОНОМИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПОДСОЛНЕЧНИКА

Исследованы вопросы интенсивности производства подсолнечника. Осуществлен анализ отдельных элементов затрат, влияющих на эффективность интенсивного производства подсолнечника. Предложено создание экономического механизма устойчивого и эффективного производства подсолнечника с учетом научно обоснованных принципов.

Ключевые слова: интенсивность, интенсивность производства подсолнечника, коэффициент корректировки, экономический механизм устойчивого развития.

Kondratyuk N.V. THE ECONOMIC MECHANISM FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE PRODUCTION OF SUNFLOWER

The problems concerning the intensity of sunflower production. The analysis of individual cost components that affect the effectiveness of the intensive production of sunflower. The proposed creation of an economic mechanism for sustainable and efficient production of sunflower with regard to science-based principles.

Keywords: intensity, intensity of production of sunflower, the adjustment factor, the economic mechanism for sustainable development.

Постановка проблеми. За роки незалежності України відбулося багато змін як у розвитку економіки, так і в сільському господарстві, її провідній галузі. На противагу старим технологіям прийшли нові, виведено багато досі не знаних сортів сільськогосподарських культур, знайдені нові засоби боротьби зі шкідниками та бур'янами, розроблені методики по підвищенню урожайності культур тощо. Іншими словами, сільське господарство нашої держави поступово еволюціонує використовуючи вітчизняні та світові досягнення науки та техніки.

Соняшник – основна олійна культура України. Серед олійних культур в Україні дає близько 84% загального виробництва олії. Сучасні технології виробництва соняшнику передбачають комплексне й поточне виконання відповідних операцій в установлені строки за умови отримання високого врожаю і низької собівартості.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням теоретичних і практичних аспектів виробництва соняшнику займаються багато науковців, зокрема відомі вітчизняні вчені-економісти: В.Я. Амбросов, В.Г. Андрійчук, В.І. Бойко, О.В. Воронянська, П.І. Гайдуцький, М.В. Гладій, О.Д. Гудзинський, Ю.В. Домашенко, М.В. Зубець, О.В. Крисальний, І.І. Лукінов, П.М. Макаренко, М.Й. Малік, Л.О. Марміль, П.Т. Саблук, М.Й. Хорунжий, Л.Г. Чернюк, О.М. Шпичак, В.В. Юрчишин. Не зважаючи на значну кількість досліджень з даної проблеми зміни в аграрному ринку створюють ряд нових проблем з формування та функціонування ринку соняшнику в Україні, оскільки необхідно постійно шукати більш досконалі концепції збалансованого розвитку всіх ланок виробничого процесу на основі ринкового механізму господарювання, з урахуванням передових інновацій.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження питання інтенсивності виробництва соняшнику, аналіз окремих елементів витрат, що впливають на ефективність інтенсивного виробництва соняшнику, створення економічного механізму ста-

лого та ефективного виробництва соняшнику з врахуванням науково обґрунтованих засад.

Виклад основного матеріалу. У комплексі заходів, які забезпечують ефективність виробництва соняшнику, важливе місце посідає економічно обґрунтований рівень інтенсифікації виробництва.

Коли мова йде про інтенсивність сільського господарства, здебільшого мають на увазі посилене використання його головного засобу виробництва – землі. Проте більшість сучасних економістів відійшла від розуміння інтенсивності лише як концентрації капіталу одиниці земельної площі [1].

Під інтенсивністю сільськогосподарського виробництва розуміють комплекс організаційно-економічних, технологічних, технічних та екологічних заходів, що базуються на передових досягненнях науково-технічного прогресу, спрямованих на формування напруженості й посиленої діяльності сільськогосподарського виробництва через концентрацію до оптимального рівня авансового капіталу на гектар земельних угідь, що забезпечує випереджальне збільшення виробництва продукції з цієї площі і підвищення ефективності використання вкладених ресурсів. [2, 3].

Загальна інтенсивність виробництва соняшнику складається з окремих елементів витрат, кожен з яких так чи інакше впливає на її кінцеву ефективність.

Було вирішено дослідити окремо ефективність витрат за найбільш важливими елементами матеріальних витрат, а саме: витрат на насіння, витрат на мінеральні добрива та витрат на нафтопродукти. В даному випадку виникає питання: як саме ми можемо визначити ефективність окремих елементів витрат. Нами було обрано такий методичний підхід для розв'язання цього завдання.

На першому етапі визначається питома вага кожного з обраних елементів витрат у їх загальній величині за формулою:

$$P_i = V_i / V_{\text{заг}}, \quad (1)$$

де P_i – питома вага i -го елемента витрат у структурі витрат;

V_i – величина витрат i -го елемента, тис. грн;

$V_{\text{заг}}$ – загальна величина виробничих витрат за даною культурою, тис. грн.

На другому етапі визначається рівень ефекту, який припадає на цей елемент витрат за наступною формулою:

$$E_i = \text{Пр } \Pi_i, \quad (2)$$

де E_i – рівень ефекту від використання i -го елемента витрат;

Пр – прибуток від реалізації цієї культури, тис. грн.

Таким чином, загальна величина прибутку, яка була отримана від реалізації цієї продукції, буде поділена пропорційно до структури витрат. Тобто внесок кожного елемента у формування прибутку має однаковий характер. У цьому випадку можна керуватися логікою того, що найменша ефективність i -го елемента може бути визначальною для формування всіх інших елементів витрат. Наприклад, якщо не провести захисту рослин від шкідників або бур'янів, то ефективність усіх інших елементів у кінцевому підсумку може дорівнювати нулю. Це означає, що визначити вплив кожного з елементів витрат на формування загальної величини прибутку можливо лише за принципом їх рівнозначності. На основі вищевикладеного нами було визначено залежність між обраними елементами витрат і величиною прибутку на 1 га, виникнення якого обумовлюється дією саме цього чинника.

На рис. 1 відображено залежність між величиною прибутку та витратами на насіння на 1 га посівної площі, а на рисунках 2-3 ця ж залежність за витратами на мінеральні добрива та нафтопродукти на 1 га.

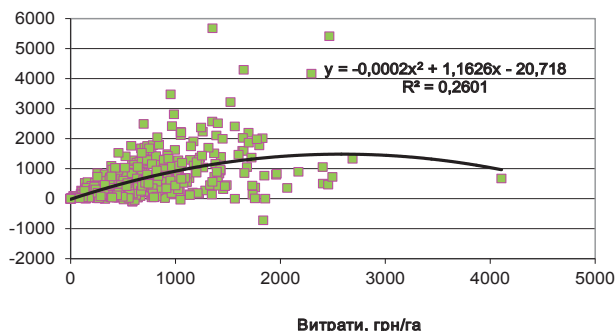


Рис. 1. Залежність між величиною витрат на насіння та прибутком на 1 га посівної площі при виробництві соняшнику у сільськогосподарських підприємствах Харківської області, 2012 р.

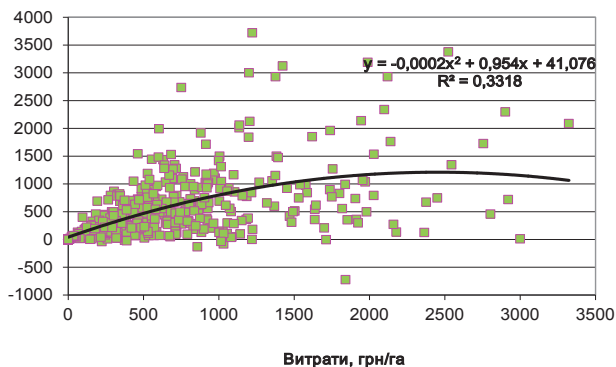


Рис. 2. Залежність між величиною витрат на мінеральні добрива та прибутком на 1 га посівної площі при виробництві соняшнику у сільськогосподарських підприємствах Харківської області, 2012 р.

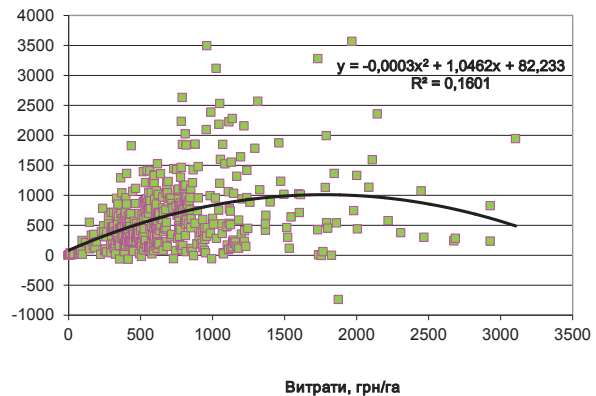


Рис. 3. Залежність між величиною витрат на нафтопродукти та прибутком на 1 га посівної площі при виробництві соняшнику у сільськогосподарських підприємствах Харківської області, 2012 р.

В усіх випадках дана залежність має нелінійний характер, описується параболою 2-го порядку, які мали такий вигляд:

-за витратами насіння на 1 га:

$$y = -20,718 + 1,1626x - 0,0002x^2;$$

-за витратами на мінеральні добрива на 1 га:

$$y = 41,076 + 0,954x - 0,0002x^2;$$

-за витратами на нафтопродукти:

$$y = 82,233 + 1,0462x - 0,0003x^2.$$

На основі аналізу цих функцій було вирішено визначити максимум за кожною з них, тобто знайти точку, у якій можна отримати максимальну величину прибутку при заданій величині витрат.

У результаті визначено:

-витрати на насіння на 1 га

$$y_{\text{г}} = 1,1626 - 2 \cdot 0,0002x;$$

-витрати на мінеральні добрива на 1 га

$$y_{\text{г}} = 0,954 - 2 \cdot 0,0002x;$$

-витрати на нафтопродукти на 1 га

$$y_{\text{г}} = 1,0462 - 2 \cdot 0,0003x.$$

Таким чином нами було визначено оптимальну величину загального рівня інтенсивності, а також оптимальну величину головних елементів витрат, яка для насіння дорівнює 2906,50 грн/га, для мінеральних добрив – 2385 грн/га, для нафтопродуктів – 1743,67 грн/га.

Зазначені величини дають змогу визначити середній рівень ефективності при існуючому рівні господарювання в області. Але вони дозволяють виступати в ролі індикаторів при вирішенні конкретних ситуацій з погляду прийняття господарських рішень.

Нами було визначено рівень ефективності витрат за мінеральним добривами, який показав, що під соняшник їх можна вносити в достатній кількості і це не зменшить рівня віддачі на здійснені витрати. У той же час, як свідчать статистичні дані, у середньому в Харківській області під час виробництва соняшнику рівень внесення мінеральних добрив дорівнює 45 кг [6]. При цьому, згідно з нормативами, для соняшнику цей показник повинен становити 120 кг [7]. Безумовно, виникає питання про те, якою мірою це пов'язано із загальним ефектом. Відповіді на це питання можна через визначення точки беззбитковості витрат. Спочатку визначили середню ціну 1 кг мінеральних добрив. Для цього їх середню величину в грошовому обчисленні по сільськогосподарських підприємствах Харківської області у 2012 р. поділили на середню кількість унесених мінеральних до-

брив у фізичному обсязі. У результаті цієї дії отримали такий результат:

ціна 1 кг діючої речовини = $655,345 = 14,56$ грн.

На наступному етапі визначили нормативну величину витрат на 1 га за умови дотримання технології та обсягів.

Нормативна величина витрат мінеральних добрив дорівнювала 1747,2 грн (120 кг 14,56 грн).

У подальшому отриману величину порівнювали з розміром витрат мінеральних добрив по кожному з підприємств. У разі наявності різниці між ними цю величину додавали до заданої величини витрат по кожному з підприємств, збільшуючи, таким чином, загальну величину витрат по кожному підприємству. Після цього визначали точку беззбитковості за фактичними даними і точку беззбитковості за скорегованими даними загальної величини витрат. Пошук точки беззбитковості здійснювався графічним методом (рис. 4-5).

На основі отриманих рівнянь можна легко знайти точку беззбитковості в першому і другому варіанті.

Точку беззбитковості по фактичним даним визначали таким чином:

$Y = 142,32x + 1267,2$ – функція доходу на 1 га посівних площ;

$Y = 345,61x + 174,98$ – функція витрат на 1 га посівних площ.

$142,32x + 1267,2 = 345,61x + 174,98; x = 5,37$ ц.

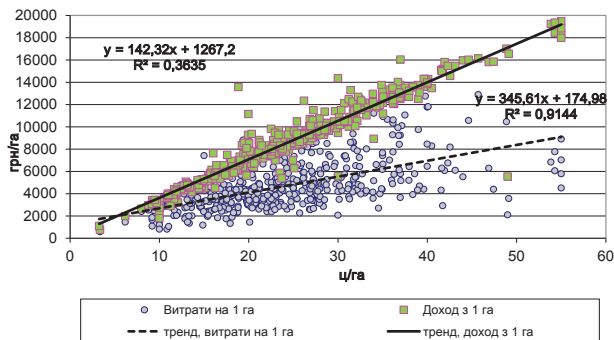


Рис. 4. Точка беззбитковості виробництва соняшнику у сільськогосподарських підприємствах Харківської області, 2012 р.

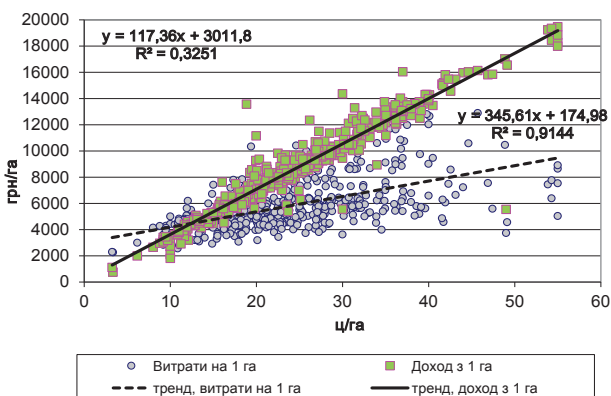


Рис. 5. Точка беззбитковості виробництва соняшнику у сільськогосподарських підприємствах Харківської області у 2012 р. з урахуванням нормативних витрат на мінеральні добрива

Таким же чином нами визначено точку беззбитковості, яка враховувала нормативну величину витрат на мінеральні добрива:

$y = 117,36x + 3011,8$ – функція доходу на 1 га посівних площ;

$y = 345,61x + 174,98$ – функція витрат на 1 га посівних площ.

$117,36x + 3011,8 = 345,61x + 174,98; x = 12,43$ ц.

Отже, можна зробити висновки, що збільшення величини витрат на мінеральні добрива до нормативної величини піднімає точку беззбитковості виробництва соняшнику з 5,37 до 12,43 ц.

Безумовно, це може завдати збитків окремим підприємствам, але з погляду екології дозволить значно покращити ситуацію. Завдання полягає в тому, щоб створити економічний механізм, який би змушував виробників дотримуватися нормативних вимог щодо відновлення родючості ґрунтів. Але справа не тільки в відновленні поживних речовин в ґрунті, а й в тому, що багато виробників соняшнику значно перевищують максимальну межу його питомої ваги в структурі посівів. Остання величина визначається на рівні не більше 10%. Тобто економічний механізм сталого та ефективного виробництва соняшнику повинен фактично змушувати підприємства враховувати науково-обґрунтовані засади.

Для вирішення цієї проблеми рекомендуємо такий методичний підхід. Спочатку слід урахувати рівень виконання нормативів кожним підприємством щодо відновлення поживних речовин у ґрунті при виробництві соняшнику. Це пропонується здійснювати через розрахунок коефіцієнта відновлення поживних речовин:

$$K_{впр} = 1 - N_f N_n, \quad (3)$$

де N_f – кількість фактично внесено мінеральних добрив, кг;

N_n – норматив внесення мінеральних добрив (120 кг) [6].

Логіка розрахунку цього коефіцієнта полягає в тому, що, чим більше показник фактично внесеної кількості мінеральних добрив буде наближатися до нормативної величини, тим більшою мірою величина коефіцієнта відновлення поживних речовин наближатиметься до нуля. У разі, якщо фактично внесена кількість мінеральних добрив перевищуватиме нормативну, пропонується прирівнювати цей коефіцієнт до одиниці, тобто його вплив буде відсутнім.

З метою врахування структури посівних площ та питомої ваги в них соняшнику пропонується визначити коефіцієнт використання землі під соняшник:

$$K_{вз} = P_f P - 0,1, \quad (4)$$

де P_f – фактична площа посіву соняшнику, га;

P – площа ріллі на підприємстві.

Відповідно, чим більша питома вага соняшнику в структурі ріллі підприємства, тим більшою буде величина цього коефіцієнта. Віднімання величини 0,1 відповідає 10% значенню питомої ваги соняшнику в структурі посівних площ.

Загальна величина коефіцієнта повинна враховувати обидва його елементи, які нами запропоновано визначити. Однак виникає питання про його практичне використання з погляду принципів, викладених вище. На нашу думку, воно може полягати в корегуванні величини фіксованого сільськогосподарського податку саме під посівами соняшнику. Для цього пропонується визначити загальний коефіцієнт корегування фіксованого сільськогосподарського податку за формулою:

$$K = \sqrt{K_{впр} \cdot K_{вз}}, \quad (5)$$

У результаті розрахунків цього коефіцієнта по всіх підприємствах Харківської області ми отримали значення на рівні від 0,09 до 0,9.

При значенні $K=0,09$ фіксований сільськогоспо-

дарський податок під площі, зайняті сояшником, повинен зрости на 9 %, а при $K=0,9$ – на 90 %.

З метою порівняння коефіцієнта корегування фіксованого сільськогосподарського податку з реальними результатами ефективності виробництва нами було здійснено групування всіх підприємств за величиною цього коефіцієнта (табл. 1).

Таблиця 1

Залежність коефіцієнта корегування фіксованого сільськогосподарського податку від рівня ефективності виробництва сояшнику у сільськогосподарських підприємствах Харківської області

Група за коефіцієнтом	Рентабельність, %	Прибуток на 1 га, грн	Урожайність, ц/га
до 0,25	72,5	7148,9	48,9
0,26-0,5	63,4	2934,3	21,4
більше 0,5	89,7	3431,0	20,6

За даними табл. 1 слід відзначити, що чим менший цей коефіцієнт, тим більша величина прибутку та урожайності отримана підприємствами. В останню групу з найбільшою величиною коефіцієнта корегування увійшли підприємства, які, ймовірно, займаються виробництвом сояшнику з дотриманням мінімальних технологічних вимог. Свідченням цього є невисокий рівень врожайності цієї групи підприємств.

Висновок. В результаті проведеного дослідження можна відзначити, що у разі збільшення фіксованого сільськогосподарського податку багато сільськогосподарських підприємств може відмовитися від виробництва сояшнику, замінивши його іншою культурою, а це, в свою чергу, дозволить підприємствам покращити екологічну складову при виробництві сояшнику.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дорогань Л.О. Інтенсифікація виробничих процесів в аграрних підприємствах [Електронний ресурс] / Л.О. Дорогань. – Режим доступу : <http:pdaa.edu.ua/sites/default/files/nppdaa/2011/012>.
2. Андрійчук В.Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В.Г. Андрійчук – 2-ге вид., доп. і переробл. – К. : КНЕУ, 2002. – 624 с.
3. Особа Н.П. Інтенсифікація виробництва в сільськогосподарських підприємствах : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Н.П. Особа – Львів, 2008. – 22 с.
4. Внесення мінеральних та органічних добрив під урожай сільськогосподарських культур в 2012 році / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 52 с.
5. Троценко В.І. Сояшник: селекція, насінництво, технологія вирощування: монографія / В.І. Троценко. – Суми : Унів. книга, 2001. – 184 с.
6. Землеробство з основами ґрунтознавства і агрохімії : підручник / В.П. Гудзь, А.П. Лісовал, В.О. Андрієнко, М.Ф. Рибак ; за ред. В.П. Гудзя. – 2-ге вид., переробл. та доп. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 408 с.

УДК 339.543.66:67/68

Конєв С.І.

здобувач

Хмельницького національного університету

ОСНОВНІ СКЛАДОВІ УПРАВЛІННЯ МИТНО-ТАРИФНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ЙОГО МІСЦЕ В СТРУКТУРІ РЕГУЛЮВАННЯ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті проаналізовано позитивні та негативні сторони зміни тарифних ставок мит щодо діяльності підприємств легкої промисловості після набуття Україною членства в СОТ. Визначено основні складові управління митно-тарифного регулювання. Встановлено місце митно-тарифного регулювання в структурі регулювання експортно-імпоротної діяльності підприємств легкої промисловості.

Ключові слова: експортно-імпортна діяльність, тарифні ставки мит, митно-тарифне регулювання, зовнішня торгівля, СОТ.

Конєв С.И. ОСНОВНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ УПРАВЛЕНИЯ ТАМОЖЕННО-ТАРИФНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ И ЕГО МЕСТО В СТРУКТУРЕ РЕГУЛИРОВАНИЯ ЭКСПОРТНО-ИМПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЛЕГКОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В статье проанализированы положительные и отрицательные стороны изменения тарифных ставок пошлин касательно деятельности предприятий легкой промышленности после обретения Украиной членства в ВТО. Определены основные составляющие управления таможенно-тарифного регулирования. Установлено место таможенно-тарифного регулирования в структуре регулирования экспортно-импортной деятельности предприятий легкой промышленности.

Ключевые слова: экспортно-импортная деятельность, тарифные ставки пошлин, таможенно-тарифное регулирование, внешняя торговля, ВТО.

Konev S.I. THE MAIN COMPONENTS OF MANAGEMENT OF CUSTOMS AND TARIFF REGULATION AND ITS PLACE IN THE STRUCTURE OF REGULATION OF EXPORT AND IMPORT ACTIVITY OF LIGHT INDUSTRY ENTERPRISES

The article is dedicated to the researches of positive and negative aspects of changes in tariff rates of customs duties according to the activities of light industry enterprises after Ukraine's accession to the WTO. There was emphasized the main duties components of management of customs and tariff regulation. Also, it was established a place of customs and tariff regulation in the structure of regulation of export and import activity of light industry enterprises.

Keywords: export and import activities, the rates of customs duties, customs and tariff regulation, foreign trade, WTO.

Постановка проблеми. На сьогодні досить актуальне значення становлять дослідження, які пов'язані з експортно-імпоротною діяльністю підприємств легкої промисловості. Виходячи з сучасних тенденцій та умов приналежності України до СОТ, багато практичних працівників, експертів, науковців та дослідників окремо виділяють поняття митно-тарифного регулювання та його впливу на діяльність експортно-імпорнтних операцій вітчизняних підприємств. Тому, в процесі дослідження досить важливо виділити основні складові митно-тарифного регулювання та визначити його місце в структурі всієї системи регулювання експортно-імпорнтних операцій.

Аналіз основних досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми. Основні проблеми, які пов'язані з дослідженням митно-тарифного регулювання в умовах активізації інтеграційних процесів вітчизняних підприємств, знайшли відображення в роботах багатьох вчених та дослідників, а саме: Андрійчук В.Г. та Хрупов Є.В. дослідили трансформацію митного тарифу України та її вплив на зовнішньоекономічну політику за умов членства в СОТ [1], у дослідженні Борисенко О. розкрито застосування митно-тарифних інструментів у здійсненні зовнішньоекономічної діяльності [2], Войтов С.Г. розкрив детермінацію структури митно-тарифного регулювання [3], у дослідженні Запорожець О. охарактеризовано систему адміністрування митних платежів [4], Івашина О.Ф. досліджувала митно-тарифне регулювання за умов економічної конкуренції [5], у роботі Квакун О.О. висвітлено суть застосування методів та інструментів митно-тарифного регулювання [6], Крупін В.С. дослідив регулювання зовнішньоекономічної діяльності на рівні територіально-виробничих систем [7], Мельник Т. дослідила значення тарифного регулювання у контексті співробітництва в СОТ [8], Новікова К.І. розкрила перспективи розвитку здійснення митно-тарифного регулювання в Україні [9], у роботі Плахотної К.Є. розкрито основні положення митно-тарифного регулювання за умов лібералізації торгівлі [10], у дослідженні Гребельник О.П. охарактеризовано роль митно-тарифне регулювання у зовнішньоекономічній діяльності [11].

Виділення не вирішених раніше загальної проблеми, яким присвячується зазначена стаття. Водночас не вирішеним аспектом загальної проблеми залишається визначення місця митно-тарифного регулювання в структурі регулювання експортно-імпорнтної діяльності підприємств легкої промисловості опираючись на наслідки, які були викликані зміною ставок мит після набуття Україною членства в СОТ.

Формування цілей статті. Основними цілями статті є наступні: охарактеризувати позитивні та негативні сторони зміни ставок мит після вступу України до СОТ та визначити їх вплив на діяльність вітчизняних підприємств легкої промисловості за допомогою окремо виділених складових управління митно-тарифного регулювання; на основі виділених складових визначити місце митно-тарифного регулювання у класифікаційній структурі регулювання експортно-імпорнтної діяльності вітчизняних підприємств.

Результати дослідження. Якщо звернути увагу на характер експортно-імпорнтних операцій легкої промисловості, на думку автора, експортно-імпорнтні операції сучасних вітчизняних підприємств галузі перебувають в дещо не визначеному стані розвитку, оскільки, їхня зовнішньоекономічна діяльність все більше і більше залежить від поглиблення інтегра-

ційних процесів за рахунок ведення бізнесу на основі виробництва продукції на замовлення на основі давальницької схеми виробництва.

Митно-тарифне регулювання виступає як інструмент збалансування зовнішньої торгівлі з боку СОТ з іншими країнами-партнерами. Виходячи з сучасних умов розвитку міжнародних торговельних відносин та політики СОТ щодо регулювання зовнішньої торгівлі найвагомішим важелем регулювання виступає митний тариф, який широко застосовується щодо забезпечення значної частини зовнішньоторговельного обороту розвинених країн-партнерів, а також впливає на обсяг та структуру зовнішньої торгівлі, експортну та імпорнтну ціну [8, с. 5].

Досліджуючи вплив митно-тарифного регулювання на експортно-імпорнтну діяльність вітчизняних підприємств, на думку автора, особливого значення становлять дослідження пов'язані з виявленням слабких та сильних сторін його впливу.

Для початку необхідно окремо зазначити наступні сучасні тенденції розвитку митно-тарифного регулювання в системі розвитку експортно-імпорнтної діяльності вітчизняних підприємств легкої промисловості, а саме:

- зі вступом України до СОТ відбулися значні зміни в структурі митного тарифу, які є суто економічними за своїм характером впливу на експортно-імпорнтну діяльність підприємств;

- на сьогодні Україна все більше переходить до правил СОТ у сфері ведення зовнішньої торгівлі вітчизняними підприємствами, для яких підписання угоди про зону вільної торгівлі означає поглиблення преференційного режиму більшої частини торгівлі та спрощення умов доступу товарів і до третіх країн, що в свою чергу, веде до того, що митні платежі і інші збори не мають підвищуватися та обумовлювати здійснення експортно-імпорнтної діяльності;

- після вступу України до СОТ відбувається значне скасування митних платежів та практикується лише стягнення плати за митне оформлення товарів і транспортних засобів поза місцем розташування митних органів та за спеціальними визначеними законодавством ставками [6, с. 15].

Якщо звернути увагу на те, які саме зміни відбулись у структурі ввізного митного тарифу України за основними видами митних ставок, то слід зазначити, що такі зміни стосуються наступних видів митних платежів як: адвалерне, специфічне та комбіноване мито. Зазначені зміни стосуються двох стратегічно важливих періодів функціонування та становлення митно-тарифного регулювання, які охоплюють період до набуття Україною членства в СОТ і період після набуття Україною членства в СОТ та характеризують наступними тенденціями розвитку:

- у період початку 2000-х рр. спостерігається застосування адвалерних ставок митних платежів у розмірі 79,9%;

- під час вступу до СОТ адвалерні ставки митних платежів були збільшені до 98,5%, ставки спеціальних митних платежів були зменшені з 16,3% до 1,5%, а ставки комбінованого характеру взагалі скасовані з 4% до нуля [1, с. 13; 8, с. 6].

Для того, щоб детальніше проаналізувати позитивні та негативні сторони зниження ставок митних платежів у стимулюванні розвитку експортно-імпорнтної діяльності вітчизняних підприємств після вступу України до СОТ, необхідно звернути увагу на декілька основних функцій, які виконує митний тариф. Вчений Гребельник О.П. вважає, що митний тариф виконує п'ять вагомих функцій, а саме:

1. Фіскальна функція. Відповідно до цієї функції, митний тариф формує дохідну частину бюджету.

2. Стимулююча функція. Відповідно до цієї функції, митний тариф створює належні передумови для здійснення експорту.

3. Регулятивна функція. Відповідно до цієї функції, митний тариф формує раціональну структуру експорту та імпорту.

4. Захисна функція. Відповідно до цієї функції, митний тариф створює бар'єри, що перешкоджають проникненню товарів на митну територію країни.

5. Політична функція. Відповідно до цієї функції митний тариф надає митні пільги для інших держав, або здійснює тиск на них [11].

Позитивні сторони та переваги, які набули вітчизняні підприємства легкої промисловості в результаті зміни ставок митних платежів після вступу України до СОТ, полягають у наступному:

- лібералізація зовнішньої торгівлі для експортно-орієнтованих галузей промисловості зі зміною мит спричинить менші наслідки адаптації відповідно до правил нової зовнішньоторговельної політики та скорочення термінів отримання прибутків в нових умовах здійснення експортно-імпортних операцій. Це можна підтвердити тим, що легка промисловість досить швидкими темпами адаптувалась до змін ведення зовнішньої торгівлі спричинених посиленням інтеграційних процесів за рахунок того, що вона саме є як експортно, а так і імпортоорієнтованою галуззю. Як результат, підприємства легкої промисловості можуть отримувати прибутки за досить короткий період часу, та не потребувати значних капітальних інвестицій із довготривалим терміном окупності [2, с. 179];

- стимулювання постійного вдосконалення механізму поєднання тарифної політики та політики обмінного курсу національної валюти для ефективного розподілу ресурсів в промисловості країни та ведення зовнішньої торгівлі її підприємствами за рахунок масового припливу іноземних товарів, що спонукає перенесення їх вартості виробництва за більшим курсом ніж величина курсу вітчизняної валюти;

- ускладнена вітчизняна тарифна сітка свідчить про те, що деяка частина більш дешевших закордонних товарів, які завозяться на внутрішній ринок зазнають тінювання та корупційної схеми торгівлі, що саме по собі викликає потребу захисту конкуренції вітчизняних товарів від небажаного імпорту. В результаті, зміна ставок мит сприяла поступовому спрощенню вітчизняної структури тарифної сітки та її подальшої уніфікації [8, с. 10-11];

- зниження митних тарифів сприятиме спрощенню процедур застосування митного оформлення щодо деяких підприємств-резидентів у межах реалізації ними їхніх зовнішньоторговельних угод, розширює партнерські зв'язки, створює нові можливості для подальшої інтеграції вітчизняних підприємств за допомогою здійснення експортно-імпортних операцій [9, с. 141-143];

- для підприємств легкої промисловості зниження тарифних ставок створило рівні умов для оподаткування товарів які виробляються з давальницької сировини замовника та реалізуються на внутрішньому ринку без їх вивезення за митну територію України, та товари, які вироблені з давальницької сировини замовника та ввозяться на митну територію України;

- ліберальний режим торгівлі сприяв вирівнюванню умов ведення зовнішньої торгівлі окремими видами продукції як для вітчизняних, так і для іноземних товаровиробників, що стимулювало збільшення обсягів їх реалізації;

- підвищення конкурентоспроможності вітчизняних кінцевих готових товарів на внутрішньому ринку по відношенню до менш обробленої імпортованої продукції та напівфабрикатів, які в результаті зменшення ставок мит стало легше завозити на внутрішній ринок з метою реалізації [5, с. 91-92];

- зростання питомої ваги використання адвалерного мита є більш зручним та вигідним при здійсненні митно-тарифного регулювання, оскільки результати платежів за даним видом мита легше порівнювати і доходи від здійснення експортно-імпортних операцій за рахунок використання адвалерного мита при зростанні інфляційних процесів зростають або залишаються на стабільному рівні при незмінному експорті;

- зменшення специфічного мита у структурі митного тарифу посилює захисну функцію з урахуванням того, що при збільшенні його застосування та зростанні інфляційних процесів відбувається зменшення доходів від здійснення експортно-імпортних операцій [1, с. 13-14].

Негативні сторони та недоліки, які стосуються діяльності вітчизняних підприємства легкої промисловості в результаті зміни ставок митних платежів після вступу України до СОТ, полягають у наступному:

- зі зниженням ставок митних тарифів відбувається перенасичення імпортними товарами внутрішнього ринку, що скорочує обсяги вітчизняного виробництва даних товарів та призводить до виникнення ряду проблем, які пов'язані з фінансуванням виробництва більш кращої продукції та створює значні бар'єри у досягненні конкурентоспроможності вітчизняних товарів у процесі ведення зовнішньої торгівлі з країнами-партнерами СОТ;

- однорідність та спрощення ставок мит з іншої сторони призводить до зменшення ввезення окремої готової продукції на внутрішній ринок, що посилює тенденцію того, що на внутрішньому ринку витісняється якісний імпорт та відбувається часткова тінювання ринку, за рахунок ввезення окремих комплектуючих та матеріалів для виробництва продукції, що заміняє якісний імпорт та порушує межу захисної функції мита; [10, с. 45];

- відбувається послаблення регулятивної та фіскальної функції митних платежів за рахунок зменшення можливості використання митних платежів з фіскальними цілями їх використання як непрямого методу захисту внутрішнього ринку [3, с. 23];

- зниження можливості коригування витрат на вітчизняних підприємствах та формування їх торговельного прибутку за рахунок меншої величини сплати митного тарифу та зменшення надходження коштів, які вивільняються від стягнення митних платежів за рахунок утворення новоствореної вартості, яка є різницею між задоволенням більш дешевшим імпортованим товаром та вивільненими коштами і ресурсами підприємств на його виробництво [2, с. 175];
- зменшується можливість регулювання ціни на товари і обсяги реалізації експортно-імпортних операцій, оскільки, мито виступає основним регулятором ціни на товар, і в порівнянні з ПДВ та акцизним збором застосовується тільки для здійснення зовнішньої торгівлі [4, с. 106];

- втрата великої кількості пільг зі сплати ввізного мита для окремих суб'єктів здійснення експортно-імпортних операцій в результаті зниження ставок митних тарифів;

- зниження ставок мит призводить до ігнорування галузевими міністерствами дотримання головних принципів законодавчої бази митно-тарифного регулювання щодо здійснення зовнішньої торгівлі [9, с. 141];

- послаблення захисної функції митно-тарифного регулювання в результаті повної відмови від застосування комбінованого мита при здійсненні експортно-імпорتنних операцій, оскільки саме даний вид мита може зрівноважувати переваги та недоліки застосування адвалерного та специфічного мита, які полягають в тому, що при збільшенні інфляційних процесів застосування адвалерного мита призводить до зростання доходів держави, а специфічного – до їх зменшення [1, с. 14].

Виходячи з вищепроведеного аналізу, слід стверджувати, що існує безліч переваг та недоліків, в результаті зміни тарифних ставок мит після вступу України до СОТ, що свідчить про те, що саме митно-тарифне регулювання є важливим інструментом та вдалим важелем впливу на експортно-імпорتنну діяльність вітчизняних підприємств. Тому, на думку автора, на основі виявлених позитивних та негативних сторін зниження митних ставок в результаті вступу України до СОТ, необхідно визначити декілька основних структурних складових управління митно-тарифним регулюванням при здійсненні експортно-імпорتنної діяльності підприємств легкої промисловості, які спонукають до виділення його впливу з поміж інших впливів на регулювання експортно-імпорتنної діяльності підприємства. Проте, такі складові управління митно-тарифного регулювання, слід розглядати як зі сторони суб'єктів (підприємств), так і зі сторони об'єктів управління (митних органів та митних служб).

Зазначені структурні складові управління митно-тарифного регулювання складаються з наступних: а саме: складова уніфікації законодавчої бази здійснення експортно-імпорتنної діяльності для суб'єктів та об'єктів управління регулювання експортно-імпорتنної діяльності; складова організаційної структури суб'єктів та об'єктів управління регулювання експортно-імпорتنної діяльності; складова фіскального впливу на суб'єкти та об'єкти управління регулювання експортно-імпорتنної діяльності; складова формування захищеності внутрішнього ринку суб'єктами та об'єктами управління регулювання експортно-імпорتنної діяльності; економічна складова суб'єктів та об'єктів управління регулювання експортно-імпорتنної діяльності.

Досліджуючи позитивні та негативні сторони зміни тарифних ставок мит, а також, пов'язані з цими змінами виявлені складові управління митно-тарифного регулювання, слід відмітити, що саме даний вид регулювання займає досить важливе місце у структурі регулювання експортно-імпорتنних операцій підприємств. На думку автора, це можна продемонструвати за допомогою встановлення певних типів зв'язку опираючись на визначенні складові управління митно-тарифного регулювання (рис. 1).

Для початку, необхідно звернути увагу на те, що багато дослідників та вчених опираються на побудову різних класифікацій регулювання експортно-імпорتنної діяльності підприємства, де досить чітко можна відобразити місце митно-тарифного регулювання та всі типи взаємозв'язку в порівнянні з іншими видами регулювання експортно-імпорتنної ді-

яльності. Досить вдачу класифікацію наводить Крупін В.Є., яка побудована на основі ознак, що поділяються на певні види (Рис. 1): рівень впливу, що включає міжнародне, загальнодержавне та територіальне регулювання; форма впливу, що включає адміністративне та економічне регулювання; спосіб впливу, що включає пряме та непряме регулювання; сфера впливу, що включає інформаційне, нормативне, митне, валютне, фінансово-кредитне, податкове, амортизаційне, інноваційне, інвестиційне та антимонопольне регулювання. Одним з таких видів є митно-тарифне регулювання [7, с. 13].

Виходячи з вище визначених автором складових управління митно-тарифного регулювання слід продемонструвати його взаємозв'язок з іншими видами регулювання експортно-імпорتنної діяльності підприємства відповідно до структури регулювання експортно-імпорتنної діяльності за Крупіним В.Є. На думку автора, необхідно виділити п'ять типів взаємозв'язку (рис. 1).

Згідно з рис. 1, взаємозв'язок митно-тарифного регулювання у структурі регулювання експортно-імпорتنної діяльності підприємства можна охарактеризувати на основі наступних типів зв'язку:

1. Перший тип зв'язку утворює складова уніфікації законодавчої бази здійснення експортно-імпорتنної діяльності з такими видами регулювання експортно-імпорتنної діяльності підприємства, як адміністративне, нормативне, податкове та антимонопольне.

2. Другий тип зв'язку утворює складова організаційної структури з таким видом регулювання експортно-імпорتنної діяльності підприємства, як непряме.

3. Третій тип зв'язку утворює складова фіскального впливу з такими видами регулювання експортно-імпорتنної діяльності підприємства, як фінансово-кредитне, валютне, інвестиційне, амортизаційне та інноваційне.

4. Для знаходження четвертого типу взаємозв'язку, на нашу думку, необхідно додати ще один вид регулювання експортно-імпорتنної діяльності підприємства, який пов'язаний з безпекою діяльності підприємства за результатами експортно-імпорتنних операцій і є захисним видом регулюван-

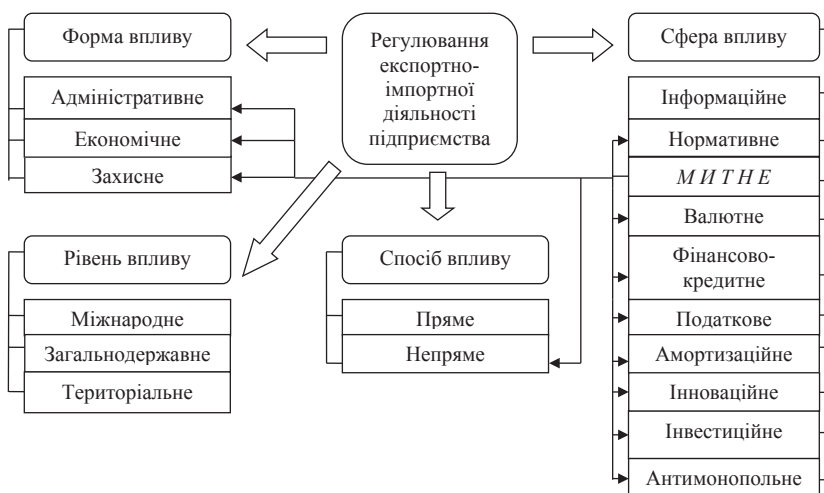


Рис. 1. Внутрішній взаємозв'язок та місце митно-тарифного регулювання в класифікаційній структурі регулювання експортно-імпорتنної діяльності підприємств

*складено та доопрацьовано автором на основі: [1, с. 13-14]; [2, с. 175, 179]; [3, с. 23]; [4, с. 106]; [5, с. 91-92]; [7, с. 13]; [8, с. 5, 10-11]; [9, с.141-143]; [10, с. 45].

ня ЗЕД підприємства та відноситься до ознаки за формою впливу. Тому четвертий тип зв'язку утворює складова формування захищеності внутрішнього ринку з такими видом регулювання експортно-імпоротної діяльності підприємства, як захисне.

5. П'ятий тип зв'язку утворює економічна складова з такими видом регулювання експортно-імпоротної діяльності підприємств, як економічне.

Висновки. Отже, виходячи з проведених досліджень, слід зазначити, що разом з усіма позитивними, а так і з негативними сторонами зміни тарифних ставок мит в результаті вступу України до СОТ для вітчизняних підприємств легкої промисловості існує досить широкий спектр важливих питань, які пов'язані з активізацією експортно-імпоротної діяльності вітчизняних підприємств за допомогою посилення ролі митно-тарифного регулювання. Внутрішній взаємозв'язок митно-тарифного регулювання експортно-імпоротної діяльності з іншими видами регулювання у загальній класифікаційній структурі показує, що саме даний вид регулювання експортно-імпоротної діяльності підприємства є досить різноспрямованим та багатофункціональним і за допомогою свого спрямування спроможний здійснювати першочерговий вплив на експортно-імпортні операції вітчизняних підприємств.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрійчук В. Г., Хрупов Є. В. Трансформація митного тарифу України у контексті членства в СОТ та спричинені нею зрушення у вітчизняній зовнішньоекономічній політиці за умов глобальних кризово-рецесійних явищ // В. Г. Андрійчук, Є. В. Хрупов / Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. Науковий журнал. – 2011. – № 2. – С. 12-21.
2. Борисенко О. Особливості застосування митно-тарифних інструментів державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності // О. Борисенко / Державне управління та місцеве самоврядування : збірник наукових праць. – 2011. – № 4(11). – С. 172-179.
3. Войтов С. Г. Структурна детермінація митно-тарифного регулювання // С. Г. Войтов / Економічний часопис-XXI. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. – 2012. – № 9-10. – С. 21-24.
4. Запорожець О. Система адміністрування митних платежів України // О. Запорожець / Вісник КНТЕУ. Фінанси та банківська справа. – 2012. – № 2. – С. 104-111.
5. Івашина О. Ф. Митно-тарифне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в умовах економічної конкуренції // О. Ф. Івашина / Держава та регіони. Серія: економіка та підприємництво. – 2010. – № 2. – С. 89-93.
6. Квактун О. О. Методи та інструменти митного регулювання зовнішньоекономічної діяльності України // О. О. Квактун / Економічний простір. – 2012. – № 64. – С. 10-18.
7. Крупін В. Є. Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності територіально-виробничих систем : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «економіка та управління національним господарством» / В. Є. Крупін. – Львів, 2008. – 20 с.
8. Мельник Т. Тарифне регулювання у контексті членства України у СОТ // Т. Мельник / Вісник КНТЕУ. – 2009. – № 2. – С. 5-12.
9. Новікова К. І. Перспективні напрями розвитку мито-тарифного регулювання в Україні // К. І. Новікова / Держава та регіони. Серія: економіка та підприємництво. – 2010. – № 1. – С. 141-145.
10. Плахотна К. Є. Митно-тарифне регулювання в умовах лібералізації торгівлі // К. Є. Плахотна / Економічний часопис-XXI. Економіка та управління національним господарством. – 2012. – № 5-6. – С. 44-45.
11. Гребльник О.П. Митне регулювання зовнішньоекономічної діяльності. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/19411206/ekonomika/mehanizm_funktsionuvannya_tarifnoyi_sistemi_krayini.

УДК 631.15:338.124.4

Краснощок А.В.
аспірант

Луганського національного аграрного університету

ФОРМУВАННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО АНТИКРИЗОВОГО МЕХАНІЗМУ В АПК

У статті йде мова про необхідність дослідження та втіленні стратегії економічного розвитку регіону, яка сприяла б подоланню депресивного стану агропромислових регіонів, відродженню малих міст і українських сіл, прискоренню відновлення втраченого життєвого середовища у сільській місцевості, розвитку місцевої виробничої та соціальної інфраструктури, освоєння занедбаних сільськогосподарських та інших земельних угідь. Визначення підходів до побудови державного і господарського управління сільським господарством, а також місцевого самоврядування на сільських територіях з урахуванням кризових ситуацій є одним з найбільш важливих і складних завдань.

Ключові слова: антикризове управління, антикризова програма, економічний антикризовий механізм, економічний розвиток регіонів, підприємства аграрного сектора економіки, сільське господарство.

Краснощок А.В. ФОРМИРОВАНИЕ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО АНТИКРИЗИСНОГО МЕХАНИЗМА В АПК

В статье речь идет о необходимости исследования и воплощении стратегии экономического развития региона, которая способствовала бы преодолению депрессивного состояния агропромышленных регионов, возрождению малых городов и украинских сел, ускорению восстановления утраченной жизненной среды в сельской местности, развитию местной производственной и социальной инфраструктуры, освоению заброшенных сельскохозяйственных и иных земельных угодий. Определение подходов к построению и развитию государственного и хозяйственного управления сельским хозяйством, а также местного самоуправления на сельских территориях с учетом кризисных ситуаций является одной из наиболее важных и сложных задач.

Ключевые слова: антикризисное управление, антикризисная программа, экономический антикризисный механизм, экономическое развитие регионов, предприятия аграрного сектора экономики, сельское хозяйство.

Krasnoshchok A.V. ESTABLISHMENT AND OPERATION OF THE ECONOMIC CRISIS MECHANISM IN AGROINDUSTRIAL COMPLEX

The article discusses the need for research and implementing strategies for economic development in the region, which would help to overcome depression agro-regions, the revival of small towns and Ukrainian villages, the recovery of the lost living environment in rural areas, development of local industrial and social infrastructure, development of abandoned agricultural and other land. Accordingly, the definition of approaches to the construction and development of state and economic management of agriculture and local government in rural areas in view of crisis is one of the most important and difficult tasks.

Keywords: anti-recessionary management, the anti-recessionary program, the economic anti-recessionary mechanism, regional economic development, the enterprises of the agricultural sector, agriculture.

Постановка проблеми. На сьогодні в аграрному секторі економіки намітилася негативна тенденція у розвитку діяльності сільськогосподарських підприємств. Різко зменшилося виробництво сільськогосподарської продукції, виникла проблема продовольчої безпеки. Більше 50% аграрних підприємств знаходяться в стані катастрофічної руйнівної кризи і кризи банкрутства. Причинами такого стану є зовнішня і внутрішня диспропорція, притаманна сільському господарству, коли лібералізація цін має руйнівні наслідки для економічної реконструкції галузі. Все це вимагає дієвого економічного антикризового механізму, який зміг би подолати всі негативні наслідки в структурі управління АПК.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питань антикризового управління вітчизняних економістів таких, як Б.А. Василенко, В.Н. Гончаров, Н.А. Горелов, А.Д. Гудзинський, Н.А. Ций, С.М. Іванюта, С.Я. Салига, К.С. Салига, Н.М. Сіренко, М.М. Шевченко і зарубіжних – С.С. Бузановської, А.Г. Грязнов, А.П. Градов, А.Д. Катаєв, С.М. Коротков, І.К. Ларіонов, Г.К. Таль, Е.А. Татарников, А.С. Тітков, П. Фіцпатрік, Г.І. Ханін, А. Хикман не містять достатнього розкриття механізмів антикризового управління, а саме для сільськогосподарських підприємств, більшість з яких на сьогоднішній день перебувають у складних економічних умовах.

Постановка завдання. На основі викладеного метою даної статті є дослідження необхідності формування та функціонування механізмів антикризового управління діяльністю сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Розглядаючи питання антикризового управління сільським господарством, необхідно завжди мати на увазі ті природні специфічні здібності аграрного виробництва, які ставлять його в особливе положення серед інших галузей.

При всьому різноманітті причин, які створили кризову ситуацію в агропромисловому виробництві, одна з головних полягає у втраті керованості процесами, які тут відбуваються. Відбувся розпад організаційної структури АПК, в яку входили сільське, лісове, рибне та водне господарство, переробна та харчова промисловість, матеріально-технічне постачання, аграрне сервісне обслуговування, сільське будівництво [1, с. 234].

Для здійснення радикальних змін у сільському господарстві потрібен адекватний механізм управління, за допомогою якого можна різко підвищити ефективність сільськогосподарського виробництва в умовах ринкових відносин. Необхідна система управління як економікою в цілому, так і кожним підприємством окремо з урахуванням його специфіки, щоб попереджати їх банкрутство.

Економічний антикризовий механізм аграрно-промислового комплексу в сучасних умовах, на нашу думку, слід розглядати як засіб взаємодії всіх структур інтегрованої системи в продовольчому ланцюгу

регіону з властивими йому специфічними формами і методами взаємодії на процес розширеного відтворення [2, с. 113]. Основні завдання, які необхідно вирішити в процесі формування економічного антикризового механізму:

- подолання диспаритету цін і створення умов, адекватних сталого і ефективного ведення сільського господарства як основи розвитку продовольчого комплексу;
- усунення диспропорцій і створення раціональної структури АПК;
- чітке і стабільне функціонування продовольчого ланцюга комплексу;
- забезпечення політики протекціонізму щодо вітчизняних товаровиробників продовольства.

Економічний антикризовий механізм функціонування аграрно-промислового комплексу повинен стати основним регулятором продовольчого ланцюга і забезпечити облік економічних і соціальних інтересів суспільства.

Вирішення цих завдань можливе за умови дотримання таких основних принципів формування економічного антикризового механізму:

- розвиток аграрно-промислового комплексу на основі різноманіття форм власності та організаційно-правових форм підприємств;
- регулювання ціноутворення (його свобода для підприємств у певних межах, каналах реалізації);
- регульована самостійність підприємств в комплексі;
- поєднання прямих зв'язків сільськогосподарських підприємств з переробними, торговельними та підприємствами громадського харчування на основі взаємної зацікавленості і відповідальності;
- забезпечення розширеного відтворення аграрно-промислового комплексу за рахунок власних доходів як головного джерела отримання коштів на ці цілі.

Економічний антикризовий механізм функціонування АПК представляється нам як система, що складається з взаємозалежних і взаємообумовлених підсистем. Ці фактори-підсистеми забезпечують найбільші господарські результати при комплексній і збалансованій їх дії з виділенням пріоритетів на кожному даному етапі економічного розвитку. Ефективність і узгодженість функціонування кожної з підсистем визначають ефективність і дієвість економічного антикризового механізму в цілому [3, с. 29].

У плані реалізації державно-адміністративних заходів регулювання АПК в першу чергу, необхідні дії щодо зниження диспаритету цін, оскільки ціни і ціноутворення завжди надавали значний вплив на результати господарської діяльності підприємств АПК. Ослаблення диспаритету можливо за рахунок скорочення розриву між закупівельними цінами на сільськогосподарську продукцію та роздрібними цінами на продовольство. Для зниження цінового диспаритету доцільно встановлення контролю з боку держави, споживачів і виробників сільгосппродукції за використанням великих переробних потужностей

(як правило, монополістів в рамках регіону) за допомогою діяльності Антимонопольного комітету.

В умовах кризи економічний механізм повинен базуватися на поєднанні державного регулювання та саморегулювання, стимулювання і протекціонізму товаровиробників.

Економічний механізм функціонування аграрно-промислового комплексу має бути спрямований на забезпечення продовольчої безпеки України за рахунок пріоритетного розвитку власного виробництва на основі міжрегіонального поділу праці та зональної спеціалізації.

Досягнення цієї мети можливе лише за органічного взаємозв'язку із забезпеченням еквівалентності обміну між сільським господарством та промисловістю і підтримкою необхідної прибутковості сільськогосподарських підприємств усіх форм власності. Створення таких умов – один з першочергових заходів в антикризовому і стабілізаційному оздоровленні АПК.

Висновки з проведеного дослідження. Формування і функціонування економічного антикризового механізму АПК за розглянутими напрямками в тісному взаємозв'язку і взаємодії здійснюваних заходів в єдиній системі державного регулювання сприятиме наданню йому послідовного ринкового характеру.

З одночасної протекціоністської підтримкою села в рамках цільових регіональних програм такий механізм створить для господарств усіх категорій необхідні стимули підвищення рівня та ефективності виробництва. У поєднанні з раціональною діяльністю самих товаровиробників економічний антикризовий механізм стане дійсно активним комплексним капіталозберігаючим фактором, що дозволяє найбільш продуктивно використовувати матеріально-технічні, земельні та трудові ресурси.

Системна реалізація зазначених заходів сприятиме відновленню та збереженню ліквідності підприємств, підвищенню прибутковості та конкурентоспроможності їх продукції. Це, в свою чергу, буде сприяти ефективному розвитку АПК в цілому.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Беляев А.А. Антикризисное управление / А.А. Беляев, Е.М. Коротков : учебник. – М. : Юнити-Дана, 2009. – 311 с.
2. Букреев А.М. Антикризисное управление / Букреев А.М., Гончаров В.Н., Зось-Киор Н.В., Ильин В.Ю., Шевченко М.Н. : учебник. – Луганск : Элтон-2, 2012. – 415 с.
3. Павлик В.П. Управління сільськогосподарським підприємством у ринкових умовах / Економіка АПК. – 2009. – № 1. – С. 28-34.

УДК 658:621

Кривохатко Н.Д.

*аспірант кафедри менеджменту і міжнародного підприємництва
Національного університету «Львівська політехніка»*

СТАН ПІДГОТОВКИ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті проаналізовано стан підготовки управлінського персоналу в машинобудівних підприємствах. Визначено місце і роль кадрової служби в процесі розвитку управлінського персоналу. Ідентифіковано головні проблеми організації підготовки працівників апарату управління. Обґрунтовано необхідність раціоналізації процесу підготовки управлінського персоналу машинобудівних підприємств.

Ключові слова: управлінський персонал, підготовка, навчання, кадрова служба, машинобудівне підприємство.

Кривохатко Н.Д. СОСТОЯНИЕ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ПЕРСОНАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье проанализировано состояние подготовки управленческого персонала в машиностроительных предприятиях. Определены место и роль кадровой службы в процессе развития управленческого персонала. Идентифицированы основные проблемы организации подготовки работников аппарата управления. Обоснована необходимость рационализации процесса подготовки управленческого персонала машиностроительных предприятий.

Ключевые слова: управленческий персонал, подготовка, обучение, кадровая служба, машиностроительное предприятие.

Kryvohatko N.D. STATE OF MANAGEMENT PERSONNEL PREPARATION AT MACHINE-BUILDING ENTERPRISES

The state of management staff preparation at machine-building enterprises is analyzed. The place and role of the personnel department in the process of management staff development is determined. The main problems of organization of staff management preparation are identified. The necessity of rationalizing of management staff preparation process at machine-building enterprises is justified.

Keywords: management personnel, preparation, teaching, personnel department, machine-building enterprise.

Постановка проблеми. В умовах науково-технологічного розвитку та зростаючої ролі людського капіталу в формуванні кінцевих результатів діяльності господарюючих суб'єктів визначальне місце у розвитку підприємств машинобудування посідає ефективність діяльності управлінського персоналу. Своєю чергою, розробка пріоритетних напрямів удосконалення цієї діяльності вимагає безперервного процесу оновлення знань, вмінь, компетенцій та навичок на засадах організації раціональної підготовки працівників апарату управління підприємств машинобудування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми підготовки управлінського персоналу стали об'єктами досліджень наукових праць різних учених. Так, Ю. Дяченко опрацьовано онтологічні підходи до формування вимог до навчання персоналу [1]. У свою чергу, Т. Жуковська обґрунтувала мотиваційні механізми до розвитку творчих здібностей працівників апарату управління [2]. Організаційно-економічні аспекти управління професійним розвитком персоналу досліджено А. Козакевич та О. Побережною [6]. Роль навчання персоналу в забезпеченні адаптивного

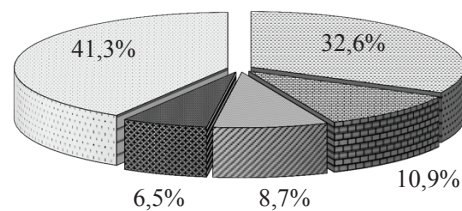
управління вивчено О. Петренко [7]. Зарубіжний досвід підготовки персоналу досліджено Н. Рашитовою [8]. Розвиток теоретичних засад підготовки управлінського персоналу вимагає посилення дослідження в аспекті аналізу його стану на рівні підприємств.

Постановка завдання. У ході виконання дослідження було поставлено завдання проаналізувати стан підготовки управлінського персоналу в машинобудівних підприємствах, дослідити роль кадрових служб у процесі пошуку, розстановки та розвитку працівників апарату управління, ідентифікувати проблеми у підготовці управлінського персоналу машинобудівних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Необхідність організації підготовки управлінського персоналу посилюється, зважаючи на безперервні динамічні зміни в економіці та технологіях, що вимагають випереджальної реакції підприємства на них. Навчання персоналу, що є одним із ключових аспектів його формування, з одного боку, стає компонентом стратегії підприємства, а з іншого – визначається цією стратегією. Задля досягнення ефективності навчання має бути підпорядкованим виробничим результатам, тобто знання вміння та навички, які передаються у процесі навчання, мають бути необхідними для безпосереднього виконання персоналом своїх обов'язків з урахуванням змін технологій виробництва [1, с. 128]. Підготовка управлінського персоналу націлена на формування адекватної корпоративної культури, метою якої є не лише покращення економічних показників результатів виробничо-господарської діяльності машинобудівного підприємства, але і розвиток творчих можливостей працівників [2, с. 17].

Підготовка управлінського персоналу потребує необхідності налагодження активної співпраці з суб'єктами надання рекрутингових послуг у процесі його підбору (рис. 1). Це формує можливість отримання таких переваг для підприємств машинобудування: 1) підвищити ефективність кадрової політики; 2) мінімізувати ризики прийняття на роботу недостатньо кваліфікованого персоналу; 3) уникнути потенційних конфліктів у колективі; 4) забезпечити прозорість процесу кар'єрного зростання; 5) сформулювати високу корпоративну культуру; 6) забезпечити збалансованість сфер впливу в колективі та його структурі; 7) нівелювати суб'єктивізм керівників підприємств у процесі підбору управлінського персоналу. Як можемо спостерігати, 41,3% підприємств проводять підбір управлінського персоналу власними силами, що обмежені ресурсними можливостями внутрішніх кадрових служб. Водночас третина машинобудівних підприємств (32,6%) орієнтовані на співпрацю з Державною службою зайнятості, результати ефективності якої, на нашу думку, обмежені такими чинниками: 1) надмірна бюрократизація процесу співпраці з цією установою, що вимагає необхідності дотримання конкретно визначених параметрів; 2) практика свідчить, що досвідчені та високо професійні фахівці здебільшого не звертаються до послуг Державної служби зайнятості у пошуках роботи; 3) можливість виникнення і реалізації корупційних схем, пов'язаних із використанням бюджетних коштів.

У тих машинобудівних підприємствах, де підготовка та укомплектування управлінського персоналу здійснюється самостійно, підбір кадрів відбувається у таких ключових напрямках: пошук кандидатур серед особистих ділових кіл, рекомендації знайомих; залучення управлінців з інших підприємств на за-



- Державна служба зайнятості
- ▣ Кадрові агенції
- ▨ Консалтингові компанії
- Інші суб'єкти
- Підбір управлінського персоналу проводиться самостійно

Рис. 1. Розподіл машинобудівних підприємств Львівської області за співпрацю з суб'єктами надання послуг рекрутингу управлінського персоналу, 2013 рік*

*Джерело: розраховано на основі даних анкетного опитування

садах підвищеної мотивації праці; пошук працівників через засоби масової інформації, спеціалізовані рекрутингові інтернет-сайти тощо; оголошення конкурсів на заміщення вакантних керівних посад у за-собах ЗМІ.

Важливе місце в системі підготовки управлінського персоналу підприємств усіх видів економічної діяльності займають кадрові служби. Для машинобудування їх роль є особливо визначальною, адже виробництво продукції в підприємствах цієї галузі вимагає залучення значної кількості фахівців різного рівня освіти, спеціалізації, кваліфікації тощо, що потребує організації цілеспрямованого розвитку управлінського персоналу через систему реалізації конкретних функцій, оцінку важливості яких подано на рис. 2.

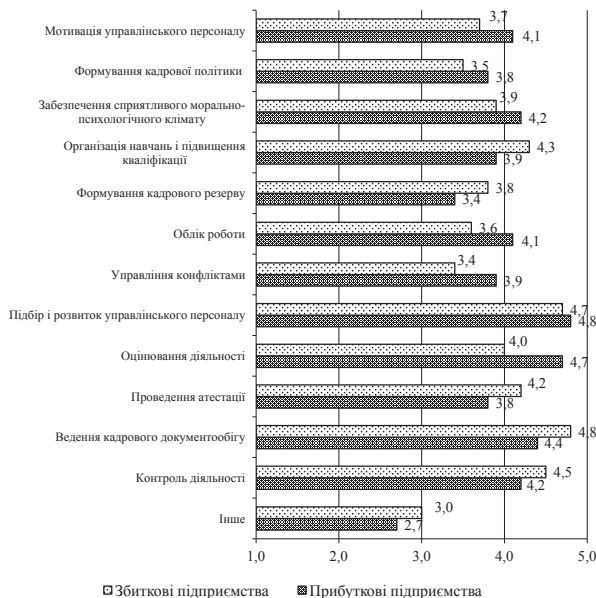


Рис. 2. Оцінка важливості функцій кадрових служб у роботі з управлінським персоналом у машинобудівних підприємствах Львівської області, 2013 рік (1 – найменш важлива; 5 – найбільш важлива)*.

*Джерело: розраховано на основі даних анкетного опитування

Результати проведених досліджень свідчать, що кадрові служби машинобудівних підприємств першочергово націлені на виконання адміністративних функцій, а саме: ведення кадрового документообігу, пошук управлінського персоналу, контроль за його діяльністю тощо. Слід відзначити, що надання високої пріоритетності суто формальним заходам спостерігається на всіх ієрархічних рівнях підприємства. Це є наслідком надмірної бюрократизації процесу управління, розробки та прийняття управлінських рішень у вітчизняних умовах господарювання. Кадрові служби у прибуткових підприємствах більше уваги приділяють проблемам розвитку управлінського персоналу, його навчання, аналізу діяльності тощо, порівняно із збитковими. З одного боку, це пояснюється наявністю ширших ресурсних можливостей для проведення таких заходів, а з іншого – процеси розвитку управлінського персоналу стимулюють вищі показники ефективності результатів виробничо-господарської діяльності машинобудівних підприємств. Недостатнім є рівень пріоритетності функцій, що відповідають за корпоративну культуру та соціальний розвиток персоналу, що в кінцевому випадку зумовлює не лише до виникнення конфліктів і, як наслідок, надмірної плинності кадрів, але й знижує показники ефективності управлінського персоналу. Низька участь кадрових служб у вирішенні проблем мотивації управлінського персоналу та формуванні кадрової політики можна пояснити тим, що ці питання, здебільшого, знаходяться безпосередньо у компетенції керівника машинобудівного підприємства. Негативним аспектом є те, що кадрові службами недостатньо уваги приділяється питанню формування кадрового управлінського резерву. Надання такої низької пріоритетності цій ділянці кадрової роботи, з одного боку, зумовлено відсутністю характеру системності кадрової політики у більшості машинобудівних підприємств, а з іншого – послідовності кар'єрного зростання управлінського персоналу.

Слід відмітити, недостатній рівень системності та послідовності у ході безпосередньої оцінки професійних та особистісних характеристик управлінського персоналу. Сам процес підбору управлінських кадрів не передбачає чіткого розподілу етапів діагностики компетенцій працівників апарату управління, а саме: 1) тестування на предмет професійної компетенції потенційної кандидатури на заміщення вакантної посади; 2) організацію рольових групових співбесід з метою виявлення здатності та вмінь потенційного кандидата до роботи в команді; 3) проведення індивідуальної співбесіди, що націлена на ідентифікацію особистісних рис характеру працівника. Відсутність такого комплексного підходу до процесів підготовки та підбору управлінського персоналу не лише знижує її об'єктивність, але й перешкоджає формуванню послідовної кадрової політики підприємства.

На думку А. Козакевич та О. Побережної, на підприємствах необхідно розробляти комплекс заходів освітньо-професійного розвитку персоналу, що спрямовані на адаптацію нових працівників; підвищення ефективності роботи підприємства в цілому; підвищення ефективності діяльності співробітників, окремих їх груп та підрозділів [6, с. 111]. Адаптивне управління навчанням персоналу являє собою безперервний процес управління організаційним навчанням, головною метою якого є постійне підвищення якості знань, умінь та навичок працівників за допомогою своєчасної адаптивної реакції на зміну параметрів зовнішнього і внутрішнього середовища

підприємства та внесення корективів в роботу підрозділів, що забезпечують процес навчання [7, с. 305]. Як показує вітчизняний досвід, в Україні недостатньо уваги приділяється проблемі адаптації кадрів, що зумовлено відсутністю розуміння важливості керівниками цієї ділянки кадрової роботи [8, с. 238].

Динамічний розвиток економічного середовища, науки та технологій вимагають від апарату управління машинобудівних підприємств постійно оновлення знань, вмінь та навичок управлінського персоналу, що мають високу здатність до старіння. Це, в свою чергу, вимагає формування системного підходу до організації підготовки та перепідготовки персоналу підприємств машинобудування. Проведені дослідження свідчать, що протягом останніх трьох років зберігається стала тенденція в аспекті підготовки персоналу підприємств (табл. 1).

Таблиця 1
Підготовка персоналу в машинобудівних підприємствах Львівської області у 2010-2012 роках*

Показники	Роки			2012 р. до 2010 р., %
	2010	2011	2012	
Навчено новим професіям усього, осіб	916	1006	906	98,9
з них жінок, осіб	122	322	192	157,4
частка жінок, що пройшли навчання, %	13,3	32,0	21,2	7,9
Частка працівників, які навчені новим професіям у загальній кількості навчених працівників у промисловості, %	24,5	23,5	23,5	-0,8

*Джерело: розраховано на основі [3, с. 31; 4, с. 33; 5, с. 27]

Як можемо спостерігати, у 2012 році, порівняно з 2010 роком кількість осіб, які навчені новим професіям, зменшилася лише на 1,1%, що не є суттєвим. Натомість, частка жінок, які пройшли навчання зросла на 7,9%, що дає підстави стверджувати про наявність структурних змін у соціально-економічному аспекті розвитку персоналу машинобудівних підприємств.

На противагу сталій тенденції щодо кількісних характеристик підготовки персоналу, спостерігається істотна їх диференціація у розрізі спеціалізації машинобудівних підприємств (табл. 2). У 2012 році майже половина (45,1%) персоналу машинобудівних підприємств, що пройшли навчання, спеціалізуються на виробництві електричного, електронного та оптичного устаткування. Такий структурний розподіл відсоткового співвідношення підготовлених працівників у розрізі спеціалізації машинобудівних підприємств пояснюється: 1) особливостями виробництва в цих галузях; 2) ресурсними можливостями підприємств; 3) об'єктивною доцільністю навчання персоналу, що є результатом безперервного розвитку техніки і технології виробництва продукції. Необхідно відзначити, що в основному організація навчання для персоналу проводиться безпосередньо на підприємствах, що дозволяє максимізувати рівень їх наближення до умов виробництва. Водночас недостатній рівень залучення навчальних закладів зумовлена цілим ряд чинників, серед яких, зокрема, доцільно виділити такі: недостатня інтеграція машинобудівних підприємств та навчальних закладів; істотний розрив у теоретичній і практичній підготовці управлінського персоналу; ресурсна обмеженість підприємств.

Таблиця 2
Підготовка персоналу, залежно від спеціалізації
машинобудівних підприємств Львівської області,
2012 рік*

Показники	Спеціалізація машинобудівного підприємства:		
	виробництво машин та устаткування	виробництво електричного, електронного та оптичного устаткування	виробництво транспортних засобів та устаткування
Навчено новим професіям усього, осіб	318	409	179
з них жінок, осіб	25	142	25
Структура розподілу, %	35,1	45,1	19,8
У % до облікової кількості персоналу	5,6	3,0	3,1
Частка персоналу, які навчені безпосередньо на виробництві, %	88,1	99,0	82,7
Частка персоналу, які навчені у навчальних закладах різних типів, %	11,9	1,0	17,3

*Джерело: розраховано на основі [5, с. 27, 30].

Залежно від спеціалізації підприємства машинобудування спостерігається і диференціація за видами підготовки персоналу (рис. 3). Протягом досліджуваного періоду підприємства, що спеціалізуються на виробництві транспортних засобів, машин та відповідного устаткування, головним чином були націлені на перепідготовку персоналу, що зумовлено такими чинниками, як технічне переоснащення машинобудівних підприємств; інноваційний характер розвитку; диверсифікація та перепроєктування діяльності підприємства тощо.

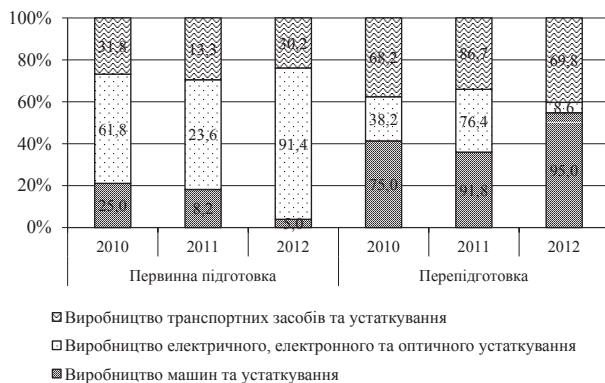


Рис. 3. Розподіл професійного навчання персоналу за видами підготовки, залежно від спеціалізації машинобудівних підприємств Львівської області в 2010-2012 роках, % *

*Джерело: розраховано на основі [3, с. 34; 4, с. 36; 5, с. 30]

Поряд з проблемами в питанні підбору та підготовки управлінського персоналу існують недоліки у процесі організації та проходження його стажування на підприємстві, а саме: більшість стажистів працюють за договором-підрядом, що призводить до появи прогалин у питаннях нормативно-правового регулювання відносин між працівником та підприємством; існує істотна

диференціація в оплаті праці стажиста та штатного працівника, що носить негативний соціально-економічний характер; доволі поширеною є практика часткового недотримання умов укладених домовленостей між потенційним працівником апарату управління та підприємством; наявні випадки необґрунтованого продовження терміну стажування. Безперечно, ці недоліки не лише стримують розвиток управлінського персоналу, але й знижують рівень ефективності господарювання машинобудівних підприємств.

Висновки з проведеного дослідження. Підготовка управлінського персоналу підприємств машинобудування є важливим інструментом розвитку його професійних навиків, вмінь і знань, відповідно до зміни економічного середовища і технології виробництва. Проведене дослідження забезпечило можливість ідентифікації таких проблем у підготовці управлінського персоналу машинобудівних підприємств: недостатній рівень співпраці з суб'єктами надання рекрутингових послуг у процесі пошуку управлінців на вакантні посади; недосконалий процес підбору працівників; недостатня участь кадрових служб у підготовці управлінського персоналу та їх націленість, здебільшого, на виконання адміністративних функцій; недоліки в організації стажування для потенційних працівників апарату управління; ресурсна обмеженість підприємств у питаннях організації навчання для управлінського персоналу. Наявність цих проблем вимагає структурної раціоналізації процесу організації підготовки управлінського персоналу на засадах системності, комплексності, послідовності та збалансованості у підходах до розвитку вмінь, знань і навиків працівників апарату управління підприємств машинобудування.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Дяченко Ю. Ю. Онтологічний підхід до формування вимог до навчання персоналу підприємств // Економіка Менеджмент Підприємство. – № 24(II). – 2012. – С. 127-132.
2. Жуковська Т. О. Середовище мотивування продуктивності праці персоналу підприємств машинобудування: організаційно-управлінські засади розвитку / Т. О. Жуковська // Вісник Черкаського університету. – Серія економічні науки. – 2010. – Випуск 187. – С. 16-22.
3. Кількість та характеристика найманих працівників, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів у Львівській області у 2010 році / Головне управління статистики у Львівській області. – Статистичний бюлетень. – Відповідальна за випуск О. В. Кононова. – Львів. – 2011. – 44 с.
4. Кількість та характеристика найманих працівників, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів у Львівській області у 2011 році / Головне управління статистики у Львівській області. – Статистичний бюлетень. – Відповідальна за випуск О. В. Кононова. – Львів. – 2012. – 49 с.
5. Кількість та характеристика найманих працівників, підготовка та підвищення кваліфікації кадрів у Львівській області у 2012 році / Головне управління статистики у Львівській області. – Статистичний бюлетень. – Відповідальна за випуск О. В. Кононова. – Львів. – 2013. – 40 с.
6. Козакевич А. Управління професійним розвитком персоналу підприємства / А. Козакевич, О. Побережна // Прикладна наука та інноваційний шлях розвитку національного виробництва : матеріали II міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. 17-18 жовтня. 2013 р. – Тернопіль : Крок, 2013. – С. 110-112.
7. Петренко О. О. Адаптивне управління навчанням як основний елемент розвитку персоналу / О. О. Петренко // Актуальні питання теорії та практики менеджменту. – Луганськ : ТОВ «Віртуальна реальність», 2010. – С. 304-306.
8. Рашитова Н. Системи добору й підготовки персоналу : закордонний досвід / Н. Рашитова // Актуальні проблеми державного управління : зб. наук. пр. / ред. кол. : С. М. Серьогін (голов. ред.) [та ін.]. – Д. : ДРІДУ НАДУ, 2008. – Вип. 4 (34). – С. 239-242.

УДК 330.15

Кувшинова А.О.

студентка

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»**Ткаченко Т.П.**

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки і підприємництва
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЇ УПРАВЛІННЯ РЕСУРСОЗБЕРЕЖЕННЯМ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У статті розглянуто проблему управління ресурсозбереженням на промислових підприємствах. Як правило, на більшості вітчизняних промислових підприємств немає чіткого окреслення функцій ресурсозбереження за підрозділами, що призводить до несистематичної роботи з ресурсозбереження, знижуючи ефективність цієї діяльності. Обґрунтовано доцільність формування організаційних структур управління ресурсозбереженням на українських промислових підприємствах. Розроблено схему управління ресурсозберігаючими процесами. Для оцінки ресурсоефективності підприємства використовуються коефіцієнти ресурсозбереження і ресурсовіддачі.

Ключові слова: ресурсозбереження, управління, управління ресурсозбереженням, структура, підприємство.

Кувшинова А.А., Ткаченко Т.П. ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ УПРАВЛЕНИЯ РЕСУРСОБЕРЕЖЕНИЕМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В статье рассмотрена проблема управления ресурсосбережением на промышленных предприятиях. Как правило, большинство отечественных промышленных предприятий не имеет четкого определения функций ресурсосбережения в подразделениях, что приводит к несистематической работе по ресурсосбережению, снижая эффективность этой деятельности. Обоснована целесообразность формирования организационных структур управления ресурсосбережением на украинских промышленных предприятиях. Разработана схема управления ресурсосберегающими процессами. Для оценки ресурсоэффективности предприятия используются коэффициенты ресурсосбережения и ресурсоотдачи.

Ключевые слова: ресурсосбережение, управление, управление ресурсосбережением, структура, предприятие.

Kuvshinova A.A., Tkachenko T.P. THE PROBLEMS OF RESOURCE-SAVING MANAGEMENT AT THE ENTERPRISE

The article is dedicated to the problem of resource-saving management at the industrial enterprises. Typically, the functions of resource-saving within divisions of most home industrial enterprises are not well-defined, that consequently bring to unsystematic work with resource-saving and reduce efficiency of its activity. In the article the necessity of establishing institutional bases of resource-saving management at the Ukrainian industrial enterprises was validated. The scheme of managing resource-saving processes was developed.

Keywords: resource-saving, management, resource-saving management, structure, enterprise.

Вступ. Нестабільність в економіці країни, умови недобросовісної конкуренції на продовольчому ринку викликають необхідність для підприємств пошуку рішень проблем ресурсозбереження. На сучасному етапі розвитку забезпечення високого рівня ресурсоефективності є одним з основних напрямків стабілізації та розвитку діяльності та конкурентоспроможності галузевих підприємств. При цьому ключовими елементами підвищення ефективності діяльності виступають галузеві заходи, спрямовані на пошук і мобілізацію незадіяних ресурсів виробництва.

Актуальними для України залишаються питання підвищення ресурсоефективності промислового виробництва шляхом закріплення результатів позитивних структурних економічних зрушень, активного впровадження ресурсозберігаючих процесів суб'єктами господарювання. Однак навіть якщо керівництво українського підприємства розуміє необхідність ресурсозбереження та планує заходи щодо зниження ресурсомісткості продукції, реалізація останніх не завжди забезпечує очікувану віддачу у вигляді економічного, соціального та інших ефектів.

Значну роль у цьому відіграє рівень організації системи управління ресурсозберігаючими процесами на підприємстві. Як правило, для більшості вітчизняних промислових підприємств функції ресурсозбереження для підрозділів чітко не окреслені, що призводить до несистематичної роботи з ресурсозбереження, знижуючи ефективність цієї діяльності. Проте сьогодні з огля-

ду на можливості підвищення конкурентоспроможності за рахунок зниження ресурсомісткості продукції потреба у проведенні комплексної, систематичної роботи з ресурсозбереження у суб'єкта господарювання є достатньо гострою, і першочерговим завданням залишається оптимальна організація цієї роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування ефективних механізмів управління ресурсозбереженням на промислових підприємствах присвячені наукові праці В. Тарана, А. Богатирьова, Р. Балашової, І. Півоварчук, О. Харламової, Л. Рубан, С. Половникової, І. Сотника тощо [2-7]. Проте організаційної структури, яка б забезпечувала комплексне управління процесами ресурсозбереження на промисловому підприємстві та була адаптована до вітчизняних умов господарювання, дотепер не створено.

Постановка завдання. Таким чином, метою даного дослідження є формування ефективної організаційної структури управління ресурсозбереженням на промислових підприємствах України, яка максимально враховує можливість вітчизняних суб'єктів господарювання та націлена на вирішення їх проблем.

Відповідно до поставленої мети, завданнями статті є:

- визначити основні проблеми організації ресурсозбереження на промислових підприємствах України;
- запропонувати підходи до вирішення та створення організаційних структур управління ресурсозбереженням на підприємстві;

- запропонувати управлінський механізм ресурсозбереження на підприємстві.

Результати дослідження. Функціонування системи управління ресурсозберігаючою діяльністю на підприємстві здійснюється на базі документації внутрішнього користування, завдяки чому забезпечуються [6]:

- нормування показників витрат виробничих ресурсів;
- інтеграція управління ресурсозбереженням у загальну єдину систему управління підприємством;
- організація обліку та контролю за виконанням ресурсозберігаючих заходів на підприємстві;
- виявлення та взяття на облік проблем, пов'язаних із ресурсозбереженням;
- оцінювання соціальної, екологічної та економічної ефективності ресурсозберігаючих заходів;
- створення інформаційно-аналітичної бази даних про результати реалізації ресурсозберігаючої політики на підприємстві.

У загальному випадку схема комплексного управління ресурсозберігаючою діяльністю суб'єктів господарювання може бути подана у вигляді, наведеному на рис. 1 [4].



Рис. 1. Етапи стандартної схеми комплексного управління ресурсозберігаючою діяльністю на підприємстві

Практичне запровадження схеми передбачає створення на промисловому підприємстві окремих або вбудованих організаційних структур, які виконуватимуть функції спостереження та корегування ресурсозберігаючих процесів на виробництві. На наш погляд, формування відокремленого структурного підрозділу, що займається питаннями ресурсозбереження, на сучасному середньостатистичному українському підприємстві є недоцільним з таких міркувань.

По-перше, характерною проблемою вітчизняних суб'єктів господарювання є надмірні накладні витрати, які пов'язані з функціонуванням управлінського апарату та обумовлюють зниження конкурентоспроможності продукції промислового підприємства через збільшення її собівартості. Створення ще однієї управлінської структури на виробництві призведе до зростання накладних витрат, а отже, відбудеться автоматичне зниження і так невисокого рівня конкурентоспроможності.

По-друге, спеціалісти, що входять до такої структури, повинні мати високу кваліфікацію та досконало знати всі зміни, які відбуваються на етапах постачання сировини та матеріалів, виробництва продукції, її транспортування, зберігання, реалізації споживачу.

Отже, необхідно мати безпосередній контакт з виробничим процесом, приймати в ньому участь, щоб була можливість контролювати такі зміни. З цих позицій більш доцільним буде делегування додаткових функцій з управління ресурсозбереженням окремим висококваліфікованим працівникам кожного структурного підрозділу, аніж формування нових посад в окремому підрозділі, що також значитиме більш ефективне використання кваліфікованих кадрів.

По-третє, збір інформації про хід процесів ресурсозбереження здійснюється безпосередньо у підрозділах підприємства його працівниками в рамках збору загальної виробничої інформації, а виділення окремої організаційної структури, зайнятої збиранням аналогічної інформації призведе до дублювання функцій основних підрозділів.

По-четверте, здійснення коригувальних впливів на процеси ресурсозбереження має періодичний характер, отже, немає потреби створювати окрему постійно діючу службу з цих питань, достатньо запровадити систему періодичних засідань з проблем ресурсозбереження.

Враховуючи зазначені зауваження, на нашу думку, найбільш ефективним у сучасних умовах господарювання, є формування вбудованої в уже існуючі організаційні структури, управління процесами ресурсозбереження на вітчизняних промислових підприємствах. Зокрема, це може бути створення постійно діючої комісії з ресурсозбереження або надання додаткових функцій щодо управління ресурсозбереженням уже існуючій координаційній раді з питань розвитку підприємства.

У разі формування окремої комісії, на наш погляд, до її складу доцільно ввести заступників генерального директора з технічних питань, економіки, маркетингу, а також головних спеціалістів кожної служби (підрозділу) підприємства. Очолити комісію має безпосередньо генеральний директор. Оптимальним режимом її роботи є проведення планових щомісячних засідань, а також додаткових, позапланових у разі потреби.

Необхідно зазначити, що такого роду організаційні структури (координаційні ради) сьогодні існують на великих промислових підприємствах України і займаються питаннями розвитку підприємства. Оскільки до них входять керівники всіх підрозділів підприємства та вищий управлінський апарат, доцільно буде розширити спектр їх функцій на ресурсозбереження та поширити цей досвід на підприємства середнього бізнесу. Для малого підприємства, на наш погляд, формування зазначених структур є не виправданим: зважаючи на невеликі розміри підприємства, більш ефективним буде внесення до службових обов'язків директора підприємства та його заступників виконання функцій з управління процесами ресурсозбереження на виробництві та прийняття коригувальних управлінських рішень.

До безпосередніх функцій комісії (координаційної ради) потрібно віднести аналіз і контроль проходження заходів ресурсозбереження на підприємстві за певним спектром розрахованих показників, а також розроблення відповідних заходів та прийняття коригувальних управлінських рішень (етапи 4-6 на рис. 1). Етапи 1-3, які охоплюють збирання, сортування, аналіз інформації про процеси ресурсозбереження, розрахунок показників ресурсозбереження за встановленими методиками.

Для оцінки ресурсоефективності підприємства використовуються коефіцієнти ресурсозбереження (K_{ps}) і ресурсовіддачі (K_{pe}) [3].

Коефіцієнт ресурсозбереження (K_{pz}) характеризує рівень витрат матеріальних і трудових ресурсів на виконання одиниці обсягу робіт на підприємстві і визначається відношенням сумарної вартості витрат матеріальних і трудових ресурсів до вартості виконаних робіт за формулою

$$K_{pz} = \frac{B_{mp} + B_{tp}}{B_{rob}} < 1,$$

де B_{mp} – вартість витрат матеріальних ресурсів, тобто вартість матеріалів, виробів і конструкцій;

B_{tp} – вартість витрат трудових ресурсів, тобто вартість витрат заробітної плати;

B_{rob} – вартість виконаних робіт.

Коефіцієнт ресурсовіддачі (K_{pv}) є оберненим і характеризує вартість одиниць виконаних на підприємстві обсягів робіт на одиницю витрат матеріальних і трудових ресурсів за формулою [3]

$$K_{pv} = \frac{B_{rob}}{B_{mp} + B_{tp}} < 1,$$

Слід зауважити, що планові величини коефіцієнтів ресурсозбереження і ресурсовіддачі визначаються плановою величиною коефіцієнта рентабельності продукції. Це можна зобразити у вигляді такої графічної залежності (рис. 2).

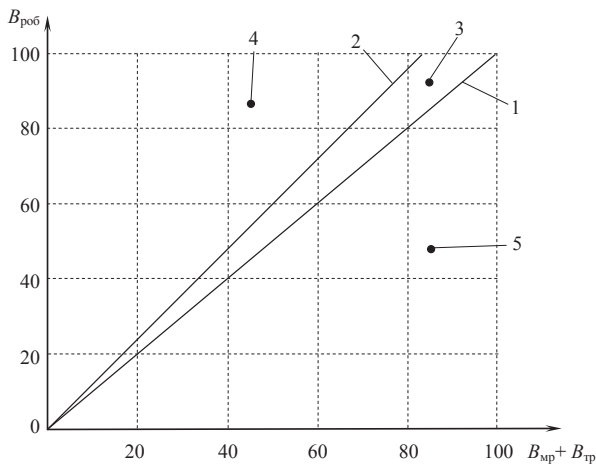


Рис. 2. Графічна характеристика ресурсозбереження і ресурсовіддачі

(1 – лінія самоокупності (беззбитковості) витрат виробничих ресурсів; 2 – лінія ресурсовіддачі при рентабельності витрат 20%; 3 – зона ресурсозбереження; 4 – зона ресурсовіддачі; 5 – зона ресурсозбитковості)

Етапи 1-3 здійснюються безпосередньо у підрозділах підприємства з подальшим зведенням у підсумковий звіт, який поширюється між членами комісії (координаційної ради). Відповідальними за окремі частини цього звіту є головні спеціалісти підрозділів підприємства.

Таким чином, на початку кожного календарного місяця на підприємстві за підрозділами збирається та аналізується інформація про процеси ресурсозбереження за широким спектром показників [4]. Після цього відповідальний секретар комісії (координаційної ради) готує підсумковий звіт та проект рішень, що супроводжуються техніко-економічним обґрунтуванням, які надаються для ознайомлення членам комісії (координаційної ради). Безпосередньо на засіданні відбувається обговорення цих документів, виявлення проблемних питань у сфері ресурсозбереження, формування та затвердження рекомендацій і комплексу заходів з коригування процесів ресурсозбереження, призначаються відповідальні за їх виконання. Наступне засідання відбу-

вається з обов'язковим звітуванням відповідальних за виконання заходів осіб, затверджених на попередньому засіданні.

Висновки. Практичне запровадження запропонованої схеми управління ресурсозбереженням на українських промислових підприємствах є важливою умовою планомірного зростання ресурсоефективності виробництва і спроможне забезпечити формування самовідтворювального управлінського механізму, який містить такі компоненти:

- виявлення проблем підприємства, що пов'язані та можуть бути вирішені за рахунок впровадження ресурсозберігаючих заходів, формування на цій основі адекватної політики підприємства щодо ресурсозбереження;

- планування ресурсозберігаючої діяльності підприємства, розроблення організаційно-технічних заходів, які забезпечують виконання планових показників;

- техніко-технологічне, нормативне, організаційне та економічне забезпечення виконання планових завдань та реалізації ресурсозберігаючих заходів;

- моніторинг ресурсозбереження на підприємстві, облік та контроль, здійснення коригувальних та попереджувальних впливів на ресурсозберігаючі процеси;

- створення інформаційної бази даних та звітності про результати здійснення ресурсозберігаючої політики, управлінських рішень з ресурсозбереження;

- періодичний аналіз результатів ресурсозберігаючої діяльності підприємства, оцінку ефективності функціонування системи управління ресурсозберігаючою діяльністю підприємства;

- удосконалення системи управління ресурсозбереженням з урахуванням впливу внутрішніх та зовнішніх факторів.

Таким чином, для вирішення проблем організації управління ресурсозбереженням на підприємствах необхідно розширення повноважень (наділення додатковими) керівників структурних підрозділів підприємства, організацію комісії з питань ресурсозбереження зі складу цих керівників. Така організація управління ресурсозбереженням не потребуватиме збільшення накладних витрат, які і так залишаються на досить високому рівні на промислових підприємствах в Україні, що стає перешкодою до підвищення конкурентоспроможності підприємств. Крім того, удосконалення лише організаційної структури управління ресурсозбереженням не вирішить загальної проблеми ресурсозбереження на підприємстві. Додатково потрібне комплексне оновлення основних засобів виробництва, підвищення обіговості оборотних засобів, застосування енергозберігаючих технологій, підвищення продуктивності праці, скорочення витрат ручної праці, автоматизація виробництва та ін.

Науковою новизною статті є пропозиція використання існуючих організаційних структур для удосконалення управлінського механізму ресурсозбереження на підприємствах.

Слід зазначити, що результати дослідження не є вичерпними, тому потребують подальших наукових розробок.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Інноваційний фактор у підвищенні конкурентоспроможності промисловості України: доповідна записка. Прес-реліз. – К. : РВПС України НАН України, 2006. – 8 с.
2. Мазін Ю.О. Економічні основи управління інноваційною ресурсозберігаючою політикою в машинобудуванні : дис. ... канд. екон. наук : 08.02.02. – Суми : СумДУ, 2005. – 222 с.
3. Оліферук С.Л. Методологічні підходи до вирішення задач ре-

- сурсозбереження і ресурсовіддачі у будівництві / С.Л. Оліферук // Економіка пром-сті. – 2006. – № 3. – С. 176-179. – укр.
4. Сотник І.М. Комплексна система соціо-еколого-економічних показників моніторингу ресурсозбереження на підприємстві / І.М. Сотник // Вісник СумДУ. Серія Економіка. – 2007. – № 1(85). – С. 30-39.
 5. Ляшенко І.О. Управління стратегією ресурсоефективності виробничого підприємства на основі методу нечіткої логіки / І.О. Ляшенко // Сучасні підходи до управління підприємством : збірник наукових праць IV Всеукраїнської науково-практичної конференції, 11 квітня 2013 р. у двох томах: Т. 1. – К. : НТУУ «КПІ» ВПІ ВПК «Політехніка», 2013. – 266 с. – С. 122-127.
 6. Сотник І.М. Управління розвитком ринку ресурсозбереження в Україні: проблеми і перспективи / І.М. Сотник, Ю.О. Мазін // Сталій розвиток економіки: Всеукраїнський науково-виробничий журнал. – 2011. – № 4. – С. 3-8.
 7. Драган І. В. Методологічні засади управління ресурсозбереженням як напрямку реалізації державної політики у сфері природокористування / І. В. Драган // Вісник ЖДТУ. – Серія: Економічні науки. – 2012. – № 1(59). – С. 100-102.

УДК 336:338.246

Куделя Л.В.
*аспірант кафедри аудиту і контролінгу
Луганського національного аграрного університету*

ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена формуванню концепції забезпечення економічної безпеки підприємств та основних елементів концепції економічної безпеки підприємств. У статті дана оцінка існуючих концептуальних підходів щодо управління економічною безпекою сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: економічна безпека, система економічної безпеки, концепція забезпечення економічної безпеки.

Куделя Л.В. ФОРМИРОВАНИЕ КОНЦЕПЦИИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Статья посвящена формированию концепции обеспечения экономической безопасности предприятий и основных составляющих элементов концепции экономической безопасности. В статье дана оценка существующих концептуальных подходов относительно управления экономической безопасностью сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: экономическая безопасность, система экономической безопасности, концепция обеспечения экономической безопасности.

Kudelya L.V. FORMING A CONCEPT OF PROVIDING ECONOMIC SECURITY AGRICULTURAL ENTERPRISES

The article is dedicated to the formation of the concept of economic security companies and its main components. In this article is the evaluation of existing conceptual campaigns regarding the management of economic security.

Keywords: economic security, economic security system, the concept of perensu- ring economic security.

Постановка проблеми. Характерною ознакою підприємницької діяльності є наявність постійних ризиків та загроз економічного характеру. Сільському господарстві, як і іншим галузям, притаманні економічні ризики. В даний час більшість сільськогосподарських підприємств України потенційно опиняються в зоні дії широкого спектру загроз, що створили реальну економічну небезпеку існуванню їх бізнесу. Важливим етапом забезпечення економічної безпеки підприємства є складання її концепції. Процес її формування передбачає, що керівництвом підприємства має бути сформована система пріоритетних інтересів, виявлені інтереси взаємодіючих з ним суб'єктів зовнішнього середовища і вибрані такі способи та форми узгодження інтересів, щоб результати взаємодії забезпечили прибуток підприємству. Формування концепції економічної безпеки підприємств є достатньо актуальною проблемою.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. На думку вітчизняних і іноземних авторів найвідоміших публікацій з проблематики безпеки, успішний захист підприємства від економічних загроз залежить від повноти реалізації принципів підходу до розв'язання цієї проблеми. Значний внесок у вирішення даної проблеми зроблено такими науковцями, як: Т. Козир, О. Мороз, В. Амитан, М. Камлик, Л. Донець і Н. Ващенко, О. Долженков і Ж. Жуковська та О. Головаченко. Так, Т. Козир [9, с. 80] вважає, що концепція економічної безпеки підпри-

ємства складається з таких основних елементів: аналізу зовнішніх та внутрішніх загроз підприємству, визначення складу показників, що формують критерії економічної безпеки підприємства, а також регулювання значень таких основних показників економічної безпеки підприємства, як: трудових, матеріальних ресурсів та фінансових результатів, але не висвітлено основні принципи та інструменти забезпечення економічної безпеки підприємств. О. Мороз [5, с. 60] пропонує концептуальну модель економічної безпеки підприємств, яка ґрунтується на парадигмі опису подій, причинно-наслідкових механізмів пояснення моделі ефективності сучасного підприємства з точки зору категорії «економічна безпека», як поведінкового чинника. Автором не звернено уваги на внутрішні чинники та загрози формування концепції економічної безпеки підприємств. В. Амитан [1, с. 15] обґрунтовує концепцію економічної безпеки підприємств, як захист конфіденційної інформації та боротьби з комп'ютерними злочинами та відокремленим підрозділом службою економічної безпеки підприємств. В своїй роботі він враховує чинники впливу на економічну безпеку підприємств, принципи та інструменти економічної безпеки підприємств. М. Камлик [7, с. 143] обґрунтовує концепцію економічної безпеки підприємств як комплекс взаємопов'язаних заходів організаційно-правового характеру, що здійснюються спеціальними органами та підрозділами суб'єктами господарювання, спря-

мованих на захист життєво важливих інтересів особистості, підприємства і держави в цілому свідчення протиправних дій з боку реальних або потенційних фізичних чи юридичних осіб, що можуть привести до істотних економічних втрат та забезпечення сталого розвитку підприємства у майбутньому. Але автором не враховано комплекс заходів економічного характеру для обґрунтування концепції економічної безпеки підприємств. Л. Донець та Н.Ващенко [4, с. 110] виділяють наступні складові концепції безпеки підприємства: об'єкти та суб'єкти безпеки, механізм забезпечення та особливу роль приділяють політиці безпеки, яка включає в себе визначення мети, функцій, принципів та розроблення стратегії. Проте авторами не висвітлені чинники впливу на економічну безпеку підприємств. О. Долженков, Ж. Жуковська, О. Головченко [8, с. 34] суть концепції економічної безпеки вбачають у вивченні гарантування економічної безпеки підприємства через комплекс економічних інтересів, як життєво важливих матеріальних, інноваційно-інтелектуальних цінностей та потреб суспільства, збереження, яких гарантує прогресивний розвиток підприємницької діяльності. Авторами не враховано чинники, принципи та інструменти розвитку економічної безпеки підприємств. Наявність значної кількості наукових доробок у цьому напрямі, теоретична та науково-методична база вирішення питання економічної безпеки в умовах нестабільності зовнішнього середовища потребує постійного розвитку. На сьогодні є недостатньо вирішеними питання, спрямовані на забезпечення економічної безпеки підприємств, моделювання розробки концепції забезпечення економічної безпеки підприємства на основі аналізу структурних взаємозв'язків зовнішніх і внутрішніх загроз. У зв'язку з цим необхідне формування концептуального підходу до забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Мета статті – наведення матеріалу з формування розробки концепції забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу. Одним із найбільш значущих елементів безпеки підприємства є концепція її забезпечення. Загрози інтересам підприємства виникають в процесі їх реалізації в практичній діяльності, що і породжує необхідність захисту інтересів, а по суті – політики і стратегії захисту від цих загроз. Політика і стратегія такого захисту складають суть концепції безпеки підприємства. Концепція (в перекладі з лат. – сприйняття): 1) система поглядів на певне явище; 2) спосіб розуміння, тлумачення якихось явищ, основоположна ідея теорії, загальний її задум [3, с. 12]. Концепція безпеки сільськогосподарського підприємства – система поглядів керівництва підприємства на проблеми безпеки на різних етапах і рівнях та в різних сферах його господарської діяльності, а також визначає основні шляхи їх вирішення, принципи, напрями і етапи реалізації заходів безпеки. При розробці концепції безпеки підприємства враховуються чинне законодавство, нормативні акти і регламенти у сфері безпеки, захисту, застосування технічних засобів.

Формування концепції економічної безпеки підприємства включає наступні етапи: 1. Аналіз впливу внутрішніх і зовнішніх чинників на стан економічної безпеки підприємств. 2. Складові та засоби забезпечення і принципи економічної безпеки підприємств. 3. Оцінка поточного стану рівня забезпечення економічної безпеки підприємства. 4. Розробка комплексу заходів та інструментів щодо забезпечення економіч-

ної безпеки підприємства. 4.1. Бюджетне планування реалізації сукупності розроблених заходів щодо забезпечення економічної безпеки підприємства. 4.2. Планування рівня забезпеченості підприємства фінансовими, трудовими і матеріальними ресурсами. 4.3. Поточне планування фінансово-господарської діяльності підприємства. 4.4. Оперативна реалізація запланованих заходів щодо забезпечення економічної безпеки підприємства. 4.5. Контроль за реалізацією всіх запланованих заходів. 4.6. Коригування комплексу заходів щодо забезпечення економічної безпеки підприємства. Оскільки об'єктом гарантування економічної безпеки виступає стабільний економічний стан підприємства, що, у свою чергу, являє собою складний та багатоаспектний механізм, то ефективне гарантування його захисту повинно реалізовуватись через комплексний підхід до управління цим процесом. Комплексний підхід припускає облік в управлінні об'єктом всіх основних його аспектів, а елементи системи, що управляються, розглядаються тільки в сукупності цілісності та єдності.

Зміст концепції економічної безпеки сільськогосподарських підприємств охоплює основні складові економічної безпеки підприємств, інструменти забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств, чинники впливу і засоби забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Мета розробки концепції економічної безпеки сільськогосподарських підприємств – формування комплексної системи економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Особливостями концепції економічної безпеки сільськогосподарських підприємств є те, що: 1) концепція економічної безпеки сільськогосподарських підприємств є конструктивною, тобто відображає: початковий стан об'єкту на перетворення, якого спрямована концепція; стан об'єкту, досягнутий в результаті реалізації концепції; заходи досягнення сформульованих у концепції цілей; засоби, необхідні і достатні для досягнення поставлених цілей; джерела ресурсного забезпечення для реалізації концепції; механізм реалізації концепції, тобто способи (методи) використання виділених засобів і ресурсів; 2) є достатньо гнучкою, тобто дає можливість в її межах реагувати на зміну умов реалізації концепції і вносити корективи в реалізацію за потреби в них. Особливостями введення до логічної структури концепції таких позицій є: 1) виявлення об'єкту і предмету, визначення їх суті, місця серед множини інших; 2) чітке формулювання ролі і завдання реалізації концепції; 3) виділення умов, необхідних і достатніх для реалізації концепції та зіставлення їх з існуючими; 4) визначення заходів і шляхів реалізації, що забезпечують перетворення об'єкту реалізації концепції; 5) формулювання критеріїв успішності заходів щодо розроблення концепції [5, с. 70].

Основним змістом концепції безпечного функціонування визначено формування засад системи управління підприємством, націленої на створення умов для стабільного функціонування та на систематичне задоволення потреби підприємства у безпеці на всіх стадіях його життєвого циклу – від зародження до моменту самостійної або примусової ліквідації (банкрутства). Основні принципи функціонування системи управління в рамках концепції безпечного функціонування підприємства полягають у такому: 1. Безумовне задоволення як загальних потреб підприємства, так і його робітників. 2. Гнучкість структури економічного потенціалу, що забезпечує його стабільне функціонування у теперішньому та без-

печну діяльність у майбутньому. 3. Постійне очікування загроз, як внутрішнього так і зовнішнього характеру. 4. Здатність структури управління швидко реагувати на загрози та ефективно використовувати існуючі можливості. 5. Ефективна інформаційна забезпеченість процесів планування та використання стратегій підприємства. 6. Усвідомлення суспільством важливості створення сприятливих умов для здійснення підприємством заходів з підтримки власної економічної безпеки.

Головними загрозами, які перешкоджають забезпеченню економічної безпеки, є: різноспрямованість економічних інтересів підприємств, слабка мотивація працівників до попередження загроз і їх незацікавленість у кінцевих результатах діяльності підприємства. В цих умовах підприємство змушене пристосовуватися до зовнішнього середовища без зворотного впливу. Тому в його можливостях залишається контроль за внутрішнім механізмом функціонування, моніторингом економічних показників фінансово-господарської діяльності та прийняття ефективних управлінських рішень. У цій ситуації виникає потреба у формуванні концепції забезпечення економічної безпеки підприємств для цього на основі аналізу і синтезу існуючих наукових поглядів систематизовані основні функціональні елементи економічної безпеки підприємства, до яких відносять: фінансовий, техніко-технологічний, інтелектуальний, політико-правовий, інформаційний, правовий та соціальний.

Концепція безпеки сільськогосподарського підприємства є базою для розробки і створення системи забезпечення безпеки сільськогосподарського підприємства – сукупності сил, засобів і методів роботи по забезпеченню зовнішньої і внутрішньої безпеки з урахуванням фізичного, технічного, правового, фінансового, інформаційного, психологічного і спеціального забезпечення. Це дозволить створити атмосферу безпеки на сільськогосподарському підприємстві.

Оскільки об'єктом гарантування економічної безпеки виступає стабільний економічний стан підприємства, що, у свою чергу, являє собою складний та багатоаспектний механізм, то ефективне гарантування його захисту повинно реалізовуватися через комплексний підхід до управління цим процесом. Комплексний підхід припускає облік в управлінні об'єктом усіх основних його аспектів, а елементи системи, що управляються, розглядаються тільки в сукупності цілісності та єдності.

Розрізняють такі види концепції економічної безпеки підприємств, які формують загальну концепцію економічної безпеки сільськогосподарських підприємств. Правова концепція економічної безпеки підприємства полягає у наявності повної та надійної нормативно-правової бази, що регламентує виробничо-господарську діяльність сільськогосподарських підприємств з ефективним механізмом реалізації всіх положень, що викладені у нормативно-правових актах. Правове забезпечення підприємницької діяльності в сільському господарстві носить комплексний, системний та послідовний характер і має запобігати виникненню передумов для економічної злочинності. В цьому випадку головне місце відводиться державі в особі її уповноважених органів на всіх рівнях для прийняття необхідних нормативно-правових актів, а також безпосередньо апарату управління того чи іншого підприємства, для розробки внутрішніх наказів, інструкцій, положень тощо. Силова концепція економічної безпеки підприємств орієнтована перш за все

на протидію економічній злочинності. Її завданням є забезпечення фізичної безпеки керівників та працівників сільськогосподарського підприємства, створення ефективної системи контролю за використанням ресурсів, запобігання пошкодженню та викраденню матеріальних цінностей підприємства, несанкціонованому витоку інформації, що містить комерційну таємницю тощо. Реалізація положень цієї концепції є, передусім, прерогативою служби безпеки підприємства, яку повинен очолювати начальник з прямим підпорядкуванням керівнику підприємства. Виробничо-структурна концепція економічної безпеки сільськогосподарських підприємств націлена на використання передових технологій виробництва продукції, сучасного обладнання і техніки. Виробничо-структурна концепція включає: оптимальну галузеву структуру виробництва сільськогосподарських підприємств, що повинна формуватися, виходячи з природно-кліматичних умов, в яких розташоване конкретне господарство, та виробничих ресурсів, що є в його розпорядженні. Ринкова концепція економічної безпеки підприємств передбачає орієнтацію на пошук своєї ніші на ринку, завоювання там міцних позицій та збільшення кола своїх споживачів, шляхом розширення і оновлення асортименту продукції, якомога повнішого задоволення потреб споживачів, постійного рекламування та просування своєї продукції на ринку, налагодження ефективної системи збуту. Успішна реалізація цієї концепції неможлива без виробництва конкурентоспроможної продукції та високого рівня обслуговування.

Концепція ризиків орієнтована на мінімізацію та нівелювання цих негативних явищ, котрі можуть очікувати на підприємстві в процесі здійснення виробничо-господарської діяльності.

Суть концепції оптимального стану ресурсів сільськогосподарського підприємства полягає у ефективному та збалансованому використанні ресурсів (виробничих, фінансових, кадрових та ін.), виходячи з поставлених цілей і завдань підприємства. Вона найбільше відображає поняття економічної безпеки підприємства з позицій ресурсно-функціонального підходу, що має найбільше прихильників серед науковців.

При дослідженні економічної безпеки сільськогосподарських підприємств доцільно спиратися на останню концепцію, з одночасним частковим врахуванням окремих елементів інших вищеперелічених. Такий підхід забезпечить якомога повніше відображення поняття економічної безпеки та врахування всіх її основних складових.

Дана концепція управління економічної безпекою сільськогосподарських підприємств забезпечує спроможність підприємства забезпечити свій незалежний розвиток і достатній оборотний потенціал, захист від внутрішніх та зовнішніх загроз, здатність зберегти свій власний капітал і структуру згідно з обраною і визначеною місією. Здатність до саморозвитку і прогресу та захищеність його від зовнішніх та внутрішніх збитків та дестабілізуючих дії чинників середовища, що створюють загрозу для його нормального розвитку, стабільний фінансовий стан підприємства. Дія механізму функціонування концепції економічної безпеки підприємств покликана організаційно оформити взаємодію підприємства з суб'єктами зовнішнього середовища та включає різні види концепції економічної безпеки сільськогосподарських підприємств.

Концепції економічної безпеки сільськогосподарського підприємства також охоплює сучасний стан забезпечення економічної безпеки, об'єкти захисту і загрози безпеці, механізм забезпечення економічної

безпеки та організацію управління і контролю системи безпеки.

Результатом функціонування концепції економічної безпеки сільськогосподарського підприємства є надходження необхідних для функціонування процесу виробництва ресурсів і інформації відповідно до системи пріоритетних інтересів підприємства, мінімізації витрат на придбання ресурсів у необхідній кількості та належній якості та одержання прибутку.

Висновки та пропозиції. Отже, з вищенаведеного

можна зробити висновок, що важливе місце в процесі забезпечення безпеки підприємства посідає формування концепції забезпечення економічної безпеки підприємства. Концепція забезпечення економічної безпеки сільськогосподарських підприємств включає наступні складові: засоби та принципи забезпечення економічної безпеки підприємств, інструменти та чинники впливу на економічну безпеку підприємств, основні елементи економічної безпеки підприємств та задачі економічної безпеки підприємств.

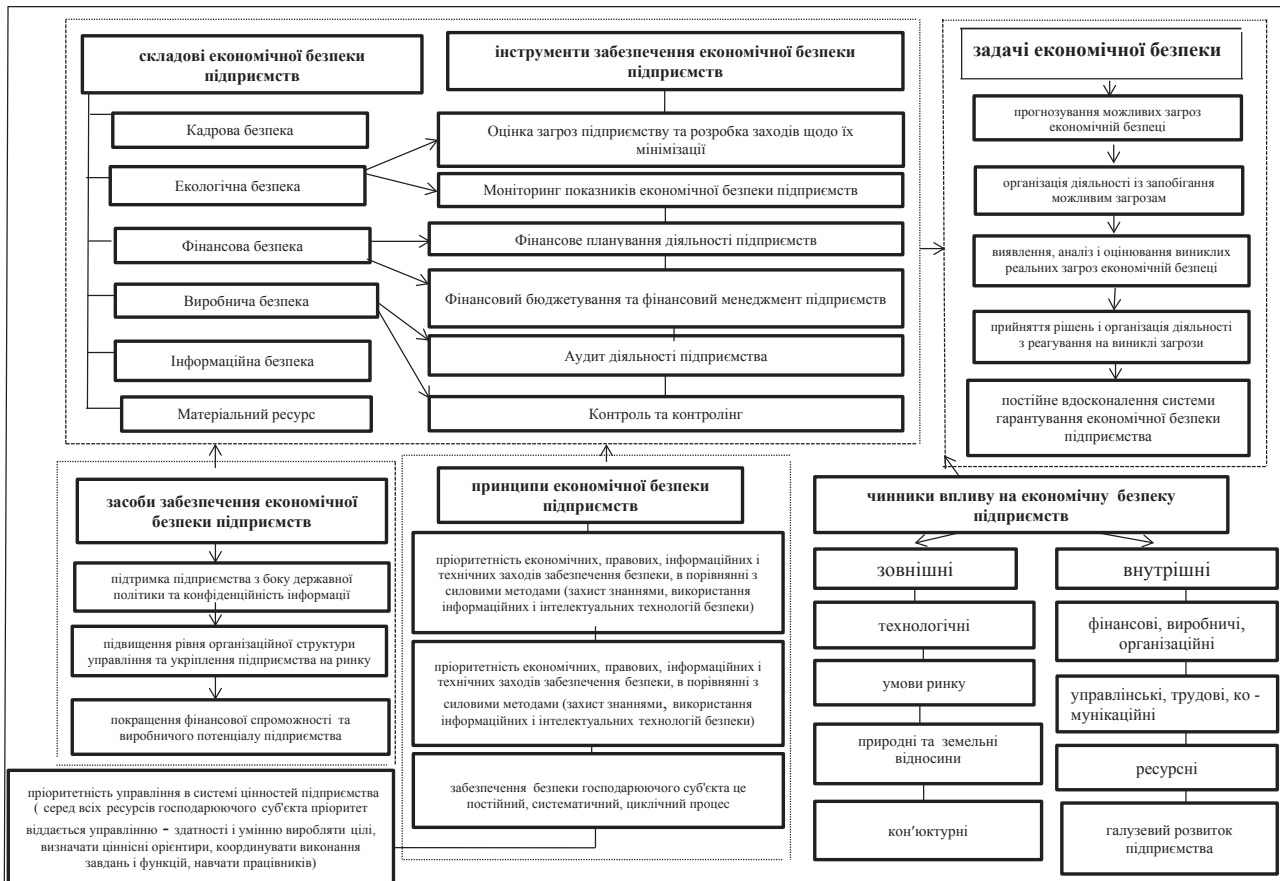


Рис. 1. Структура концепції економічної безпеки сільськогосподарського підприємства

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

- Амитан В.М. Економічна безпека: концепція й моделі / Амитан В. М. // Економічна кібернетика. – 2009. – № 3. – С. 13-20.
- Васильців Т. Г. Фінансово-економічна безпека підприємств України: стратегія та механізми забезпечення : монографія / Т. Г. Васильців, Волошин В. І., Бойкевич О. Р., Каркавчук В. В. [за ред. Т.Г. Васильціва]. – Львів : Видавництво, 2012. – 386 с.
- Грунін О.А. Економічна безпека організації : [навч. посібник] / О.А. Грунін, С.О. Грунін. – Спб. : Пітер, 2002. – С. 12-13.
- Донець Л. І. Економічна безпека підприємства : навч. посібник / Л. І. Донець, Н. В. Ващенко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 240 с.
- Єрмошенко М.М. Економічні та організаційні засади забезпечення фінансової безпеки підприємства / М.М. Єрмошенко, К.С. Горячова, А.М. Ашуев – К. : Національна академія управління, 2005. – 78 с.
- Мороз О. В. Концепція економічної безпеки сучасного підприємства: монографія / О. В. Мороз, Н. П. Карачина, А. А. Шиян. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 241 с.
- Камлик М.І. Економічна безпека підприємницької діяльності. Економіко- правовий аспект : навч. посіб. / М.І. Камлик. – К. : Атіка, 2005. – 432 с.
- Козаченко А. В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения : [монография] / А. В. Козаченко, В.П. Пономарьов, А. Н. Ляшенко. – К. : Либра, 2003. – 280 с.
- Козир Т.М. Алгоритм формування концепції забезпечення економічної безпеки / Козир Т.М. // Економіка і управління. – 2009. – № 5. – С. 78-82.
- О.Ф. Долженков Особливості гарантування економічної безпеки підприємницької діяльності в ринкових умовах : моногр. / О.Ф. Долженков, Ж.О. Головченко, заг. ред. О.Ф. Долженков, Ж.О. Жуковська, О.М. Головченко. – Одеса : ОЮІХНУВС, 2007. – 208 с.

УДК 658.012.32

Лаптєв В.І.

кандидат економічних наук, доцент

Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця

РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ НАГЛЯДОВОЇ РАДИ АКЦІОНЕРНОГО ТОВАРИСТВА ЯК СТРАТЕГІЧНОЇ СКЛАДОВОЇ ЕФЕКТИВНОГО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

У статті визначено місце та роль наглядової ради в системі управління акціонерного товариства, її стратегічне значення для реалізації ефективного корпоративного управління. Побудовано класифікацію чинників впливу на результативність діяльності акціонерного товариства та здійснено їх детальний аналіз на прикладі підприємств Харківського регіону.

Ключові слова: корпоративне управління, акціонерне товариство, наглядова рада, чинники впливу.

Лаптев В.И. РЕЗУЛЬТАТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ НАБЛЮДАТЕЛЬНОГО СОВЕТА АКЦИОНЕРНОГО ОБЩЕСТВА КАК СТРАТЕГИЧЕСКОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ ЭФФЕКТИВНОГО КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ

В статье определены место и роль наблюдательного совета в системе управления акционерного общества, его стратегическое значение для реализации эффективного корпоративного управления. Построена классификация факторов влияния на результативность деятельности акционерного общества и осуществлен их детальный анализ на примере предприятий Харьковского региона.

Ключевые слова: корпоративное управление, акционерное общество, наблюдательный совет, факторы влияния.

Laptev V.I. PRODUCTIVITY OF THE SUPERVISORY BOARD OF THE COMPANY AS A STRATEGIC COMPONENT OF GOOD CORPORATE GOVERNANCE

The article defines the role and place of the supervisory board in the company's management, its strategic importance to the implementation of good corporate governance. Classification of factors affecting the productivity of the company are built and detailed analysis of these factors on the example of enterprises of the Kharkov region are done.

Keywords: corporate governance, joint stock company, the supervisory board, the factors of influence.

Ефективність управління сучасних форм господарювання, які діють в умовах жорсткої конкуренції під впливом динамічних інтеграційних процесів та мінливості економічного середовища, залежить від пошуку новітніх ідей, принципів та методів менеджменту, а також формування збалансованої системи управління. Однією з найбільш важливих складових системи органів управління акціонерного товариства є наглядова рада, функціонування якої спрямовано на забезпечення балансу інтересів найманих менеджерів та акціонерів (власників підприємства), а також перманентний розвиток акціонерного товариства в довгостроковій перспективі.

Проблеми ефективного корпоративного управління та місця в ньому наглядової ради присвячено праці таких вітчизняних та закордонних вчених, як: Р. Аккоф [1], М. Аюкі [5], С. Бабаларов [2], А. Воронкова [3], Л. Довгань [4], Г. Назарова [9], В. Пономаренко [8], М. Хессель [6], О. Ястремська [7] тощо. Такий інтерес з боку науковців підтверджує актуальність даного питання. Однак у той же час більш детального дослідження потребує аналіз чинників, які впливають на результативність діяльності наглядової ради, її раціональну взаємодію з іншими органами управління акціонерного товариства. Це зумовлює вибір теми даної роботи.

Наявність наглядової ради має важливе значення не лише для захисту інтересів акціонерів та цілей усього акціонерного товариства, але й для залучення інвестицій. Це пов'язано з тим, що наглядова рада в системі менеджменту виконує, в першу чергу, контрольну функцію, здійснюючи постійний моніторинг роботи правління акціонерного товариства, яке реалізує управління поточною діяльністю підприємства. У зв'язку з цим інвестор швидше вкладатиме гроші в компанію, де існує контроль за ефективним і цільовим використанням інвестованих коштів.

Наявність наглядової ради, окрім захисту інтересів товариства, прав акціонерів і гарантії інтересів інвесторів дасть значну фінансову економію акціонерному товариству. Оскільки скликання загальних зборів потребує значних фінансових витрат (рекомендовані листи, виготовлення бюлетенів для голосування, публікація повідомлення про збори) та витрат часу, то наглядова рада покликана оперативно й без додаткових витрат вирішити багато питань діяльності товариства.

Таким чином, у світовій практиці наглядова рада є одним з найбільш завантажених органів управління акціонерного товариства, на який покладено широке коло компетенцій та відповідальності. Тому для досягнення максимальної ефективності від діяльності даного елемента управлінської системи має бути враховано ряд факторів, які здійснюють певний вплив.

Так, на рис. 1 схематично відображено чинники, які впливають на ефективність роботи наглядової ради. Представлені фактори сформульовані та об'єднані в групи, спираючись на щорічні звіти Міжнародної фінансової корпорації стосовно розвитку корпоративного сектору в країнах пострадянського простору [12], дослідження Організації економічної співпраці та розвитку щодо стану корпоративного управління в країнах Євразії [10], дані представлені Державною комісією з цінних паперів та фондового ринку України [11], наукові дослідження та праці вчених і спеціалістів в сфері корпоративного управління [1-9] тощо.

Згідно з цим, всі фактори можна умовно розділити на дві групи:

1) зовнішні фактори. В середині даної групи можна виділити чотири складові, які відображають дію основних чотирьох побудовних сил: політичної, соціальної, економічної та технологічної.

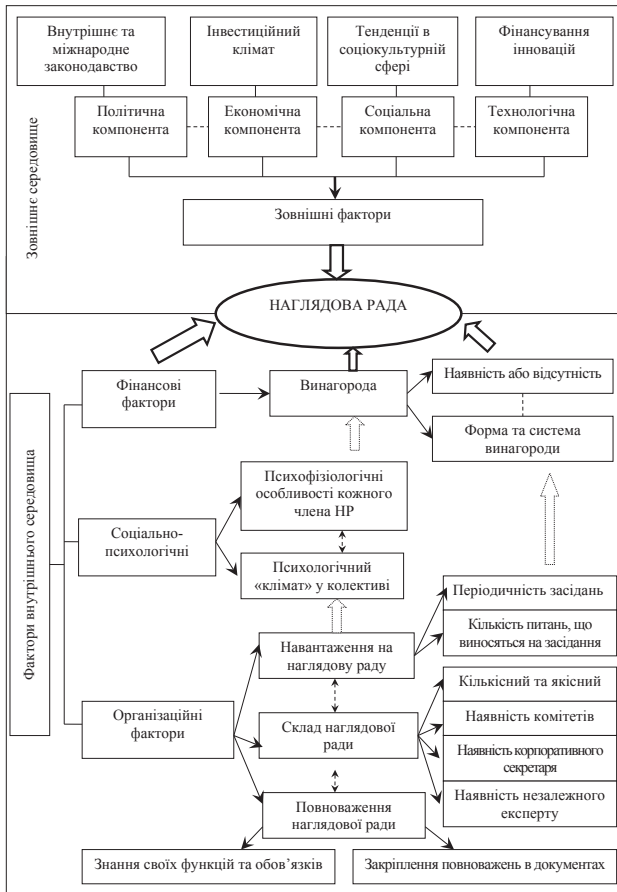


Рис. 1. Чинники, які впливають на ефективність роботи наглядової ради

Вплив політики визначається через те, що вона регулює владу, в свою чергу, визначає середовище компанії та отримання ключових ресурсів для діяльності. Основна причина врахування економічної компоненти – це створення картини розподілу ресурсів на рівні держави, яка виступає головною умовою діяльності підприємства. Соціальна компонента є також важливою факторів зовнішнього впливу через те, що вона визначає споживацькі потреби. Метою дослідження такого фактора як технологія прийнято вважати виявлення тенденцій у технологічному розвитку.

Стратегічний аналіз кожної з чотирьох зазначених компонент повинен бути достатньо системним через те, що всі ці компоненти тісним і складним чином пов'язані між собою. Однак покладатися лише на ці чотири складові факторів зовнішнього впливу не є вірним, адже вони відображають лише загальну тенденцію і не враховують особливості кожного підприємства, установи або структурної одиниці, у якої є свій відмінний набір виключних факторів, які впливають на ефективність їхньої діяльності.

2) внутрішні фактори, серед яких виділено:

- фінансові. До таких можна віднести наявність чи відсутність винагороди та її форми (фіксована сума, винагорода у вигляді цінних паперів товариства як відсоток від чистого прибутку тощо).

- організаційні. Серед таких: наявність комітетів і посади корпоративного секретаря; періодичність засідань, розподіл повноважень, закріплених у внутрішніх документах, вимогу до складу наглядової ради (щодо кількості та якісних характеристик), знання своїх прав та обов'язків.

- соціально-психологічні: психофізіологічні властивості членів наглядової ради; психологічний клімат, який склався в колективі тощо.

Одним з базових, першочергових чинників впливу на ефективність діяльності наглядової ради є чіткий розподіл повноважень та виконуваних функцій між наглядовою радою і правлінням, закріплений у статуті та інших внутрішніх документах товариства. Згідно з даними Міжнародної фінансової корпорації [12], лише 0,4% товариств вказали на відсутність норм у статуті щодо розподілу повноважень між органами управління. У той же час слід зауважити що даний розподіл складається не на користь наглядової ради: правління частіше має повноваження щодо визначення стратегії, затвердження планів діяльності та річних фінансових звітів. У зв'язку з цим основною функцією наглядової ради є контроль та моніторинг діяльності виконавчого органу, який можна розділити за тривалістю дії на оперативний і стратегічний та за методом проведення на офіційний і неофіційний.

Найважливішим аспектом ефективної діяльності наглядової ради є її склад, а саме його кількісна й якісна складові. Стосовно кількості, то вона повинна відповідати потребам товариства в залежності від його розмірів та кількості акціонерів і працівників, а також вимогам чинного законодавства України. Згідно з найкращою міжнародною практикою, кількісний склад наглядової ради складає 5-7 осіб.

Спираючись на дані Державної комісії з цінних паперів і фондового ринку в Харківській області, матеріали, опубліковані на сайті www.smida.gov.ua, чисельність наглядових рад акціонерних товариств Харківського регіону складає 3-7 осіб. При цьому простежується пряма залежність між кількісним складом наглядових рад з чисельністю працівників та кількістю акціонерів (що безпосередньо відповідає вимогам Закону України «Про акціонерні товариства»). Даний кількісний показник є майже незмінним, що пов'язано з рядом причин, серед яких: строк обрання (в середньому це 2 роки), необхідність внесення змін до внутрішніх документів, формальна роль наглядової ради в управлінні товариствами.

Щодо якісного параметру, то члени ради повинні представляти усю гаму конкретних фінансових, правових і галузевих знань та навичок, мати кваліфікацію та досвід, необхідний для виконання своїх посадових зобов'язань. Вони повинні мати можливість присвятити роботі у наглядовій раді достатню кількість часу. Стандарти найкращої практики корпоративного управління рекомендують вводити до складу наглядової ради незалежних членів, тобто осіб, які не мають суттєвих відносин з товариством, родинних зв'язків з членами правління і великими акціонерами; не є представниками держави або афілійованими особами великого акціонера.

Однак, згідно з даними МФК, лише у 23% українських товариств, у яких створено наглядову раду, вказано на наявність незалежних експертів. Найчастіше до складу ради входять представники трудового колективу та представники акціонерів, які володіють менш як 10% акцій. Акціонери, які володіють більше 10% акцій, приймають участь у засіданнях ради приблизно в 43% товариств (рис. 2) [12].

Згідно зі статистичними даними [11] найбільшу частку складу наглядових рад промислових акціонерних товариств Харківської області складають представники трудового колективу (58,6%). Слід зазначити, що на таких підприємствах, як: «Завод ім. Фрунзе», «Куп'янський машинобудівний завод»,



Рис. 2. Розподіл членів наглядової ради за представництвом, % АТ, у яких створено наглядову раду, 2000-2010 рр.

«Харківський завод електромонтажних виробів», «Харківське дослідне конструкторсько-технологічне бюро холодильних машин» наглядові ради виключно складаються з представників даної групи. Така ситуація в першу чергу пов'язана із способом створення цих акціонерних товариств – шляхом приватизації через першочергове розповсюдження акцій серед трудового колективу.

У зв'язку з тим, що власником крупних пакетів акцій промислових товариств залишається держава, 6% членів наглядових рад є її представниками. Так, наприклад, до складу рад ПАТ «Турбоатом» входить два представника держави; ПАТ «Український науково-дослідний та конструкторський інститут хімічного машинобудування» – один.

Приблизно 4,5% складу наглядових рад промислових товариств Харківського регіону складають акціонери, які володіють 5% і більше відсотків акцій. Серед акціонерних товариств, до складу рад яких входять представники даної групи можна зазначити: ПАТ «Завод ім. Фрунзе», ПАТ «Електромаш», ПАТ «Харківський завод Гідропривід».

Також, говорячи про якісні характеристики членів наглядових рад, необхідно зазначити про важливість професійної підготовки й освіти в процесі виконання своїх функцій та обов'язків. Однак лише 58% членів рад промислових підприємств Харківської області мають вищу освіту [11; 12]. Така ситуація пов'язана з тим, що, як вже зазначалося раніше, значну частку членів наглядових рад складають працівники цих товариств, які переважно мають середню спеціальну освіту.

Важливим питанням також є винагорода членів наглядової ради, яка повинна стимулювати їхню роботу для досягнення максимального ефективності та забезпечення успішної діяльності усього товариства. Процес визначення розміру і порядку виплати винагороди членам є індивідуальним для кожного підприємства в залежності від ряду чинників: обраної стратегії управління, складу ради, розмірів товариства, специфіки його діяльності тощо. Згідно з результатами дослідження, проведеного МФК, майже у 80% українських акціонерних товариств члени наглядової ради взагалі не отримують винагороди. В першу чергу це пов'язано з тим, що, як було раніше наголошено, раду складають самі акціонери даного підприємства та його працівники, які обіймають цю посаду на добровільній основі, захищаючи таким чином свої інтереси. У 14% товариств винагороду отримують у вигляді фіксованої суми та у 0,6% компаній – у вигляді відсотку від чистого прибутку або збільшення ринкової вартості акцій акціонерного товариства.

Як видно з цих показників, найбільш розповсюдженою формою винагороди є заробітна плата у вигляді фіксованої суми. Такий вид винагороди, як дивіденди за акціями у грошовій чи безгрошовій формі, використовується в менше як у 1% товариств. Причин тому декілька. По-перше, це відсутність розвинутого фондового ринку, на якому акціонери могли б без перешкод продати при бажанні свої акції. По-друге, дивідендна політика, що проводиться товариством, не завжди відповідає інтересам акціонерів. А саме в більшості акціонерних товариств дивіденди або взагалі не виплачуються, або дуже невеликі. Також чинником непопулярності такої форми винагороди є нестабільність системи оподаткування доходів за акціями тощо.

Значно на ефективність роботи наглядової ради також впливає наявність комітетів (постійних або тимчасових). Згідно із законодавством України, акціонерні товариства не зобов'язані створювати комітети, однак практика корпоративного управління в розвинутих країнах свідчить про доцільність формування комітетів наглядової ради, спираючись на її склад та виконувані функції. Найбільш важливими вважаються:

- аудиторський комітет, до функцій якого належить аналіз фінансової звітності, нагляд за дотриманням юридичних та нормативних вимог, системи внутрішнього контролю, управління ризиками;
- комітет з питань призначень та (або) комітет з корпоративного управління, компетенцією якого є підготовка призначень директорів та вищого керівництва, оцінка директорів, яких акціонери мають намір переобрати, пропозиції стосовно складу комітетів спостережної ради, регулярні перевірки стану корпоративного управління в компанії тощо;
- комітет з питань винагород, який виконує аналіз принципів та політики компанії у сфері винагороди, визначає/затверджує системи винагород виконавчого керівництва та винагород окремих осіб, затверджує схеми винагороди з використанням акцій, укладає трудові угоди з керівниками товариства.

Серед інших комітетів, які зустрічаються найчастіше у світовій практиці, можна зазначити: комітет голови (президента); комітет з управління ризиками і контролю, комітет з корпоративної відповідальності/комітет з питань етики; стратегічний комітет; комітет з розкриття інформації.

Також доцільним є запровадження в товаристві посади, до обов'язків якої відносилися б питання ефективного забезпечення діяльності органів товариства, належного інформування акціонерів та зацікавлених осіб про діяльність товариства. Однак, згідно з дослідженнями, проведеними Міжнародною фінансовою корпорацією [12], таку посаду створено на невеликій кількості підприємств, переважно тих, що внаслідок приватизації отримали надзвичайно розпорочену структуру власності.

Також важливим фактором, який впливає на ефективність роботи наглядової ради, є періодичність її засідань. Чергові засідання наглядової ради повинні проводитися стільки разів, скільки необхідно для належного виконання нею своїх функцій, а саме не рідше одного разу на три місяці. Згідно з даними МФК, у 44,3% акціонерних товариств, в яких створено раду, засідання проводяться в середньому чотири-шість разів на рік. У 39,8% товариств засідання відбуваються в середньому один-три рази на рік. Найчастіше засідання наглядової ради проводяться в товариствах з чисельністю працівників понад 100 осіб, що свідчить про важливість створен-

ня ради в великих промислових підприємствах зі значною кількістю міноритарних акціонерів, яким складно самотійно захищати свої права.

Таким чином, результативність діяльності наглядової ради акціонерного товариства як складової ефективного корпоративного управління залежить від ряду факторів, які відрізняються за спрямованістю, ступенем та характером впливу, тривалістю дії тощо. Однак у той же час вони є взаємопов'язаними, що свідчить про потребу комплексного підходу до їх врахування, аналізу, подальшого використання та розробки системи заходів щодо зменшення негативних впливів та наслідків з метою досягнення цілей всього підприємства та реалізації його сталого довгострокового розвитку.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Аккоф Р. Планирование будущего корпорации / Р. Аккоф: пер. с англ. – М. : Сирин, 2002. – 256 с.
2. Бабаларов С. Як скликати і провести загальні збори акціонерного товариства : посібник / С. Бабаларов. – К. : IFC, 2005. – 140 с.
3. Воронкова А. Е. Корпоративні: управління та культурам : моно-

графія / А. Е. Воронкова, М. М. Баб'як, Е. Н. Корень, І. В. Мажура: за заг. ред. д.е.н., професора А.Е. Воронкової. – Дрогобич : Вимір, 2006. – 376 с.

4. Довгань Л. Є. Корпоративне управління: інституціональні аспекти : монографія / Л. Є. Довгань, І. П. Малик. – К. : ІВЦ «Видавництво «Політехніка»», 2006. – 338 с.
5. Корпоративное управление в переходных экономиках: инсайдерский контроль и роль банков: Пер. с англ. / Ред. Масахико Аюки. – СПб. : Лениздат, 1997. – 558 с.
6. Корпоративное управление: владельцы, директора и наемные работники, акционерные общества / Под ред. Марка Хесселя. – М. : Джон Уайли энд Санз, 1996. – 240 с.
7. Корпоративное управление машиностроительным предприятием: проблемы, пути решения / В.С. Пономаренко, О.М. Ястремская, В.М. Луцковский, С.Л. Кушнар, Д.А. Репка, Н.В. Балькова. – Х. : ИД «ИНЖЕК», 2006. – 232 с.
8. Корпоративні та інтегровані структури: проблеми науки та практики : монографія. – Х. : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 344 с.
9. Назарова Г. В. Керівництво акціонерним товариством: організаційний, регуляторний та мотиваційний аспекти : монографія / Г. В. Назарова, В. І. Лаптев. – Харків : Вид. ХНЕУ, 2010. – 267 с.
10. Принципи корпоративного управління ОЕСР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.oecd.org.
11. Сайт ДКЦПФР. – Режим доступу : <http://www.smida.gov.ua>.
12. Сайт МФК. – Режим доступу : www.ifc.org/ukraine.

УДК 339.13(100):629.353

Латишев К.О.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри маркетингу*

Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

Караулова Ю.В.

магістр

Кременчуцького національного університету імені Михайла Остроградського

ПРОБЛЕМИ РЕСУРСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті досліджено проблеми забезпечення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств та визначено основні шляхи їх вирішення. На основі узагальнення поглядів сучасних науковців про джерела конкурентних переваг промислових підприємств висловлено гіпотезу, що у зростанні міжнародної конкурентоспроможності підприємств визначальними є технологічні чинники. Проаналізовано динаміку і структуру інноваційних витрат у промисловості України та виявлено їх невідповідність завданням технологічного розвитку підприємств.

Ключові слова: міжнародна конкурентоспроможність, специфічні ресурси, технологічний розвиток, інноваційні витрати, фінансове забезпечення.

Латышев К.А., Караулова Ю.В. ПРОБЛЕМЫ РЕСУРСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье исследованы проблемы ресурсного обеспечения международной конкурентоспособности отечественных промышленных предприятий и определены основные пути их решения. На основе обобщения взглядов современных ученых об источниках конкурентных преимуществ промышленных предприятий высказано предположение, что в укреплении международной конкурентоспособности предприятий определяющую роль играют технологические факторы. Проанализированы динамика и структура инновационных затрат в промышленности Украины и выявлено их несоответствие задачам технологического развития предприятий.

Ключевые слова: международная конкурентоспособность, специфические ресурсы, технологическое развитие, инновационные затраты, финансовое обеспечение.

Latyshev K.O., Karaulova I.V. PROBLEM OF RESOURCE PROVISION OF INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

The article is the study of problems of resource provision of international competitiveness of domestic industrial enterprises and identification of main ways of their solution. Generalising views of modern scientists on sources of competitive advantages of industrial enterprises the article makes an assumption that technological factors play the determining role in strengthening international competitiveness of industrial enterprises. The article analyses dynamics and structure of innovation expenditures in the Ukrainian industry on the basis of which it makes a conclusion that they do not correspond with the tasks of technological development of enterprises.

Keywords: international competitiveness, specific resources, technological development, innovation expenditures, financial provision.

Постановка проблеми. Входження України до Світової організації торгівлі та подальші євроінтеграційні процеси породжують для вітчизняних підприємств нові виклики – відстояти свої позиції на внутрішньому ринку і знайти шляхи ефективного просування продукції на ринки інших країн. Це загострює актуальність проблеми міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів господарської діяльності, привертає увагу науковців і практиків до пошуку можливостей збільшення кількості тих із них, що здатні до створення конкурентоспроможних на міжнародних ринках товарів. В Україні це передусім стосується промислових підприємств, оскільки саме промисловий сектор вітчизняної економіки зазнав найбільших втрат у ході ринкових трансформацій – і однією з основних причин цього була відсутність досвіду роботи у конкурентних умовах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання забезпечення міжнародної конкурентоспроможності суб'єктів економічної діяльності є предметом наукового інтересу значного кола зарубіжних і вітчизняних науковців. Зокрема, цими питаннями займалися Г. Азоєв, А. Воронкова, В. Горбатов, Ю. Іванов, О. Іванова, Л. Мороз, П. Орлов, П. Перрера, Р. Фатхутдінов, А. Челєнков, А. Юданов та багато інших. Завдяки їх дослідженням набули сучасного вигляду теоретико-методологічні підходи до систематизації чинників конкурентоспроможності та способів здобуття конкурентних переваг промислових підприємств, удосконалено та розширено інструментарій оцінювання їх конкурентного статусу та конкурентних позицій тощо. Значна увага приділялась і ресурсному потенціалу підприємства – як основі формування ним конкурентних переваг. На наш погляд, питання кваліфікованого управління діяльністю тих промислових підприємств, що мають достатній ресурсний потенціал для створення конкурентоспроможних на міжнародних ринках товарів, є надзвичайно актуальними. Водночас не менш актуальними є й питання нарощування цього потенціалу – за стрімкого поширення впливу потужних транснаціональних корпорацій на всі сфери господарської діяльності до сталого економічного зростання спроможні лише ті суб'єкти господарювання, що здатні розширювати і збагачувати свій ресурсний потенціал з позицій здатності створювати адекватні вимогам часу конкурентні переваги.

Постановка завдання. Мета даного дослідження полягає в з'ясуванні проблем ресурсного забезпечення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств та визначенні основних шляхів їх вирішення.

Виклад основного матеріалу дослідження. Дослідження проблем підвищення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств потребує передусім виокремлення тих складових ресурсного забезпечення їх діяльності, які здатні максимізувати нарощування їх конкурентних переваг, найбільшою мірою сприяючи зростанню і загальної конкурентоспроможності України у світовому економічному просторі. Як показав аналіз наукових публікацій у сфері управління міжнародною конкурентоспроможністю, сучасними науковцями акцентується увага на необхідності розвитку інноваційної складової ресурсного потенціалу підприємств [1; 2]. Це має під собою логічні підстави, оскільки саме ефективна інноваційна діяльність підприємства дає йому змогу діяти на випередження, забезпечує основу для формування нових потреб цільових груп споживачів і створення нових, доволі містких сег-

ментів ринку, на яких конкуренція певний час відсутня. Завдяки діям на випередження підприємство матиме можливість отримувати значну комерційну видачу від реалізації інноваційних проектів і забезпечити накопичення ресурсів для свого розширеного відтворення і зростання.

Розуміння необхідності інтенсифікації інноваційної діяльності (хоча б для власного виживання) прийшло до вітчизняних керівників та власників промислових підприємств під час світової кризи, коли обсяги продажу їх продукції різко впали (особливо у машинобудуванні у січні 2009 р. відносно січня 2008 р. до 58,3%) [3]. Можна припустити, що саме зростання інноваційної активності у промисловому секторі України забезпечило відновлення позитивної економічної динаміки у 2010-2012 роках (рис. 1) [3; 7].



Рис. 1. Динаміка кількості інноваційно-активних промислових підприємств України і темпів зростання обсягів реалізації промислової продукції

Починаючи з 2010 р. на більшості промислових підприємств України поступово було відновлено до кризові обсяги виробництва, чому сприяло і поживлення попиту на традиційних для експорту України ринках. Зокрема, при зростанні обсягів реалізації машинобудівної продукції у 2010 р. на 25,7% її експорт зріс на 35%. Найбільшою мірою поліпшилась динаміка експорту транспортного обладнання – його обсяги проти попереднього 2009 р. зросли більш ніж удвічі (з 1,596 до 3,262 млрд. дол. США). Проте експорт механічного обладнання за цей же період збільшився лише на 13,1%. З огляду на його значне падіння у 2009 р., за цією позицією деяке перевищення обсягів експорту до кризового періоду стало можливим лише у 2011 р. (6,758 млрд. дол. США проти 6,341 млрд. дол. США у 2008 р.).

Однак, як відзначається вітчизняними аналітиками, поліпшення ситуації в машинобудуванні стало наслідком не лише збільшення попиту на його продукцію на світових ринках, а й зростанням внутрішнього попиту – з боку вітчизняних підприємств металургійної та хімічної промисловості, які здійснювали модернізацію виробництва [4, с. 10].

До того ж аналіз зміни обсягів експортування продукції машинобудування у розрізі шестирічного періоду показує, що у 2007/2006 роках їх темпи зростання були набагато вищими, ніж протягом наступних п'яти років, причому за всіма групами товарів. Зокрема, експорт механічного обладнання у 2007 р. зріс на 49,5%, транспортних засобів – на 59%, приладів і апаратів – на 20,83%. І тільки експорт транспортних засобів характеризується стійким зростанням, та в основному це відбувається завдяки постачанню їх у Росію та Казахстан (зокрема, у 2010 р. експорт залізничних і трамвайних вагонів у Росію становив 1,625 млрд. дол. США, що склало більше 12% від загального обсягу товарного експор-

ту у цю країну) [5, с. 39]. Відновлення попиту засвідчує конкурентоспроможність даних видів продукції машинобудування передусім на ринках країн СНД. (табл. 1).

Разом з тим уже наприкінці 2012 р. і особливо у 2013 р. у промисловому секторі вітчизняної економіки стали чітко проявлятися ознаки стагнації – у період з січня по серпень 2013 р. індекс обсягів виробництва і реалізації промислової продукції склав всього 94,8% від аналогічного періоду 2012 р., а у машинобудуванні – лише 86,6% [3]. Тобто вітчизняним промисловим підприємствам не вдалося закріпити тенденцію до сталого зростання обсягів виробництва і реалізації продукції, що, за відкритих ринків, свідчило б про їх міжнародну конкурентоспроможність. Водночас це вказує і на те, що конкурентні переваги, які вітчизняні промислові підприємства здобували на світових ринках за рахунок дешевизни ресурсів, вичерпали себе. І ресурсне забезпечення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств має відповідати сучасним трендам науково-технічного прогресу. Це передусім стосується використання сучасних технологій, які мають забезпечувати гнучкість виробничих систем, їх здатність швидко реагувати на ринкові потреби – і не тільки через модифікацію продукту і розвитку ринку, а й за рахунок диверсифікації виробництва, виходу на нові ринкові сегменти. Технології, поряд із інтелектуальними, відносяться до категорії специфічних ресурсів, наявність яких забезпечує підприємству стійкість конкурентних переваг – у підтриманні високих стандартів виробництва і можливості розвитку продуктів відповідно до вимог і потреб споживачів на світових ринках [6, с. 94].

Тому завдання у сфері технологічного оновлення і розвитку є надзвичайно важливими для вітчизняного машинобудування, так як виробничі системи багатьох машинобудівних підприємств є застарілими. Подальше їх використання не забезпечує не тільки необхідного рівня виробничої гнучкості, а й належного рівня якості та функціональної придатності продукції, яка ними випускається. Зважаючи на те,

що ці характеристики є основою конкурентоспроможності продукції на світових ринках, проаналізуємо, чи масштаби і рівень технологічного оновлення вітчизняних підприємств дають змогу сформулювати для цього необхідну технологічну основу.

Для цього порівняємо витрати вітчизняних промислових підприємств на упровадження інновацій техніко-технологічного характеру (за чинною статистичною звітністю вони включають витрати на придбання нових технологій, машин, обладнання та програмного забезпечення) із обсягами капіталовкладень цих підприємств у придбання технічних засобів (рис. 2).

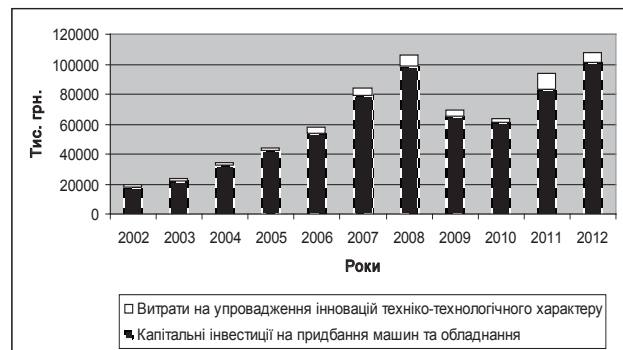


Рис. 2. Порівняльна динаміка витрат у промисловому секторі України на техніко-технологічні інновації та загальних інвестицій у придбання машин та обладнання

Таке порівняння дає змогу оцінити розрив між масштабами технологічного розвитку і простого чи розширеного відтворення існуючих технологічних систем. З наведеної гістограми видно, що існує значний розрив між обсягами витрат на техніко-технологічні інновації і капіталовкладеннями у придбання машин та обладнання. Цей розрив сягає більше десятикратного розміру (так, у 2008 р. це співвідношення складало 1:12,2; у 2010 р. – 1:11,8; у 2012 р. ще більше – 1:12,6). Звідси можна зробити висновок, що

Таблиця 1

Динаміка обсягів експорту вітчизняної машинобудівної продукції

Товарні групи	Значення показників за роками						2012/2008, %
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	
Обсяги експорту продукції, млрд. дол. США							
Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	4,98	6,34	5,01	5,67	6,75	7,03	110,88
Транспортні засоби та шляхове обладнання	3,3	4,32	1,6	3,26	4,85	5,96	137,96
Прилади і апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти	0,2	0,24	0,27	0,25	0,28	0,29	120,83
Всього	8,48	10,9	6,88	9,18	11,88	13,28	121,83
Темпи зростання обсягів експорту, %							
Механічне обладнання; машини та механізми, електрообладнання та їх частини; пристрої для записування або відтворення зображення і звуку	149,5	127,3	79	113,2	119,1	104,2	-
Транспортні засоби та шляхове обладнання	159	130,9	37	203,8	148,8	122,9	-
Прилади і апарати оптичні, для фотографування або кінематографії; апарати медико-хірургічні; годинники; музичні інструменти	132,9	120	112,5	92,6	112	103,6	-
Загалом по машинобудуванню	152,5	128,5	63,1	133,4	129,4	111,8	121,83

на вітчизняних промислових підприємствах технологічне оновлення здійснюється переважно на старій технологічній основі. Це підтверджується і більш детальним аналізом статистичних даних щодо структури інноваційних витрат – у 2010 р. обсяг інноваційних витрат у промисловості України на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення становив 5051,7 млн. грн., водночас витрати на придбання сучасних прогресивних технологій склали лише 141,6 млн. грн. Таким чином, співвідношення цих витрат 36:1.

У 2012 р. ситуація ще більше не відповідає завданням технологічного розвитку промислових підприємств – витрати на придбання сучасних прогресивних технологій склали всього 47 млн. грн. [7]. Це у 171 раз менше, ніж інноваційні витрати на придбання машин, обладнання та програмного забезпечення (8051,8 млн. грн.).

Отже, результати такого порівняльного аналізу дають підстави для висновку про те, що техніко-технологічне оновлення виробничих систем українських підприємств здійснюється фрагментарно, по мірі зношування окремих елементів [8, с. 46]. Тим самим консервується технологічне відставання вітчизняної економіки, не забезпечується відчутний прогрес у зміні структури технологічних укладів, збільшені частки підприємств, що випускають наукомістку продукцію. Малоймовірно, що за цих умов промислові підприємства України можуть збільшувати свою здатність конкурувати із провідними світовими виробниками.

Проте можна припустити, що надання переваги технологічному оновленню замість технологічного розвитку є вимушеним рішенням вищого менеджменту підприємств з огляду на їх складний фінансовий стан. Так, протягом багатьох років частка прибуткових підприємств в Україні не перевищувала 70%, а у кризовий період впала майже до 60%. Деяке покращення відбулося у 2011 р. – сумарний прибуток машинобудівних підприємств зріс в 1,75 рази проти попереднього року. На жаль, як показали останні статистичні дані, тенденція до поліпшення ефективності господарювання виявилась не стійкою – в 2012 р. кількість збиткових підприємств знову зростає [9]. Видається справедливим стверджувати, що нестача власних фінансових коштів і ускладнений доступ до позичкових (через високу їх вартість) є одними із найбільш вагомих чинників, які фактично унеможливають технологічний розвиток вітчизняних промислових підприємств.

Світовий досвід показує, що збільшення у структурі національної економіки підприємств, які можуть бути віднесені до вищих технологічних укладів, потребує реалізації моделі «технологічного поштовху». Це передбачає використання підприємствами лише власних джерел для реалізації проектів технологічного розвитку. Вагому роль в інвестуванні цих проектів відіграє держава. Однак в Україні участь держави у фінансуванні високотехнологічних інноваційних проектів є недостатньою, значно більше бюджетних коштів спрямовується на технологічне оновлення підприємств, що відносяться до низьких технологічних укладів (зокрема, на чорну металургію).

Відсутність необхідних обсягів фінансового забезпечення інноваційної діяльності, а також недосконалість інституційного середовища впливає на рівень підготовки кадрів, і на розвиток інноваційної інфраструктури. Як наслідок – науково-дослідні установи не можуть продовжувати перспективні фундаментальні дослідження, зменшується й кількість прикладних

розробок у промисловості. В свою чергу, зменшення результативності та ефективності інноваційної діяльності вітчизняних промислових підприємств негативно впливає на їх конкурентоспроможність – як у плані створення продуктивних інновацій з високою споживчою цінністю, так і в контексті накопичення ресурсів для інноваційного розвитку [10, с. 213].

Участь стратегічних інвесторів у реалізації інноваційних проектів в Україні в останні роки також не є достатньою – як через відсутність інституційних інструментів захисту інвестицій, так і з причин нерозвиненої інфраструктури життєзабезпечення бізнесу. До того ж основна мотивація стратегічних інвесторів (максимізація віддачі від вкладеного капіталу) не спонукає їх до вкладання капіталу у ті сектори промисловості, які працюють в умовах високої конкуренції. Тому, наприклад, у машинобудуванні України на кінець 2012 р. із 54462,4 млн. дол. США прямих іноземних інвестицій, було спрямовано лише 1143,7 млн. дол. США (2,1%) [11]. І оскільки найбільші капіталовкладення були здійснені з офшорів (що непрямо свідчить про їх приналежність українським нерезидентам), то й спрямовувалися вони переважно у ті сфери, які були джерелом доходів. А це металургія (11,3%), фінансова діяльність (29,6%), операції з нерухомістю тощо (16,6%).

Висновки з проведеного дослідження. Отже, досягнення міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних промислових підприємств потребує відповідного ресурсного забезпечення. Конкурентні переваги провідних світових виробників нині формуються завдяки дешевизні ресурсів, а завдяки їх специфічності, яка ускладнює копіювання. До таких специфічних ресурсів відносяться не тільки інтелектуальні (втілені у нематеріальних активах підприємства), а й цілком матеріальні сучасні високопродуктивні та екологічно чисті виробничі технології, які забезпечують високі стандарти виробництва і можливості розвитку продуктів відповідно до вимог і потреб цільових груп споживачів. Проте їх висока вартість за відсутності достатнього обсягу власних коштів і дорожнечі кредитних ресурсів перешкоджає такому оновленню. Тому вагому роль у фінансовій підтримці процесів технологічного розвитку промислових підприємств має відігравати держава – через важелі та регулятори інституційного характеру. Оцінка дієвості чинних регуляторів і визначення шляхів їх удосконалення і будуть предметом наступних досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Перерва П. Г. Стратегічне управління виробничим потенціалом і підвищення конкурентоспроможності підприємства / П. Г. Перерва, Д. Косици, А. П. Косенко // Вісник національного технічного університету «ХПІ». – 2010. – Випуск 62. – С. 137-142.
2. Мороз Л. І. Шляхи підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств в умовах глобалізації / Л. І. Мороз, О. Р. Адельшінова // Вісник національного університету «Львівська політехніка». – 2008. – № 611. – С. 147-155.
3. Індеси промислової продукції за видами діяльності у 2013 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ2013/pr/tpp_u/tpp0313_u.htm.
4. Україна на шляху від дисперсії до зростання: джерела, важелі, інструменти / Я. А. Жаліло, Д. С. Покришка, Я. В. Белінська [та ін.] – К.: НІСД, 2010. – 96 с.
5. Перспективи взаємовідносин України і Митного союзу Республіки Білорусь, Республіки Казахстан та Російської Федерації / [А. В. Єрмолаєв, І. В. Клименко, Я. А. Жаліло, Н. С. Пелагеша та ін.]; за ред. Я. А. Жаліло. – К.: НІСД, 2011. – 72 с.
6. Вільямсон О. Е. Економічні інституції капіталізму: Фірми, маркетинг, укладання контрактів / О. Е. Вільямсон. – К.: АртЕк, 2001. – 472 с.

7. Державний комітет статистики України: Наукова та інноваційна діяльність (1990-2012 рр.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/ni/ind_rik/ind_u/2002.html.
8. Бодров В. Г. Поточна економічна ефективність процесів технологічної модернізації промисловості Харківської області / В. Г. Бодров, А. В. Резніченко // Проблеми економіки. – 2011. – № 2. – С. 43-47.
9. Фінансовий результат від звичайної діяльності підприємств до оподаткування за видами промислової діяльності [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/fin_rez/fr_pr_u/fr_pr_12_u.html.
10. Латишев К. О. Проблеми та перспективи інноваційного розвитку промисловості України / К. О. Латишев // Міжнародний науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки». – 2013. – Випуск 5 [22]. – С. 210-215.
11. Прямі іноземні інвестиції в Україну за видами економічної діяльності у 2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/express/exspr2013/02_13/25.zip.

УДК 366.54

Лащак В.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри «Фінанси»
Буковинського університету

Лащак Т.В.
студент
Чернівецького національного університету

ЗАХОДИ ФІНАНСОВОГО ВПЛИВУ ДЕРЖАВИ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ТОВАРІВ І ДОТРИМАННЯ ПРАВ СПОЖИВАЧІВ В ПІСЛЯРЕАЛІЗАЦІЙНИЙ ПЕРІОД

Держава, яка має в своєму розпорядженні бюджетні ресурси, створені завдяки зусиллям всього населення, яке в повному складі є споживацькою аудиторією, зобов'язана захищати інтереси цієї багаточисельної аудиторії. На післяреалізаційному етапі таким захистом займається Держспоживінспекція України, яка є спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері державного контролю за дотриманням законодавства про захист прав споживачів. Крім неї і її структурних територіальних підрозділів зазначений контроль здійснюють також ряд інших органів державної виконавчої влади, на які покладено контроль за якістю і безпекою товарів, робіт і послуг. Проаналізувавши результати контрольних заходів, вважаємо, що політика держави в напрямку захисту прав споживачів повинна бути переорієнтованою із фіскальних методів впливу на профілактичні, суть яких полягає в недопущенні на ринок неякісних товарів.

Ключові слова: захист прав споживачів, фінансовий механізм та важелі, порушення прав споживачів, адміністративні та економічні санкції.

Лащак В.В., Лащак Т.В. МЕРЫ ФИНАНСОВОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ КАЧЕСТВА ТОВАРОВ И СОБЛЮДЕНИЕ ПРАВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В ПОСЛЕРЕАЛИЗАЦИОННЫЙ ПЕРИОД

Государство, располагая бюджетными ресурсами, созданными благодаря усилиям всего населения, которое в полном составе является потребительской аудиторией, обязано защищать интересы этой многочисленной аудитории. На послереализационном этапе такой защитой занимается Госпотребинспекция Украины, которая является специально уполномоченным центральным органом исполнительной власти в сфере государственного контроля за соблюдением законодательства о защите прав потребителей. Кроме нее и ее структурных территориальных подразделений указанный контроль осуществляют также ряд других органов государственной исполнительной власти, на которые возложен контроль за качеством и безопасностью товаров, работ и услуг. Проанализировав результаты контрольных мероприятий, считаем, что политика государства в направлении защиты прав потребителей должна быть переориентированной с фискальных методов воздействия на профилактические, суть которых заключается в недопущении на рынок некачественных товаров.

Ключевые слова: защита прав потребителей, финансовый механизм и рычаги, нарушения прав потребителей, административные и экономические санкции.

Laschak V.V., Laschak T.V. FINANCIAL MEASURES OF STATE CONTROL TO ENSURE PRODUCT QUALITY AND RESPECT FOR THE RIGHTS OF CONSUMERS IN THE PERIOD AFTER REALIZABLE

The state which has budgetary resources created through the efforts of the entire population of full consumer audience is obliged to protect the interests of the numerous audience. At the stage of realization after such protection is engaged Derzhspozhyvinspektsiya Ukraine which is specially authorized central body of executive power in the sphere of state control over observance of legislation on consumer protection. In addition to her and her territorial structural units specified control is carried out a number of other state executive bodies, which are responsible for monitoring the quality and safety of goods and services. After analyzing the results of audits think that government policy towards protection of consumers should be re-oriented methods of fiscal impact on prevention, which essentially is no assumption on the market is not a quality product.

Keywords: consumer protection, financial mechanisms and instruments, violation of consumer rights, administrative and economic sanctions.

Постановка проблеми. В період глобалізації економіки перед державою гостро постає проблема захисту прав громадян як споживачів. Необхідно проаналізувати наявні можливості держави впливати в післяреалізаційний період на дотримання якісних та

функціональних характеристик товарів, робіт та послуг, які пропонуються споживачам.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми питань захисту прав споживачів в ринкових умовах розглядаються на теоретичному і методоло-

гічному рівнях низкою вчених, такими як: П. Калита [1], А. Мазаракі [2], Н. Салухіна [3], О. Язвінська [4], І. Дудла [5] та інші. У роботах цих авторів аналізуються загальні принципи, методи і прийоми захисту прав споживачів. Однак практично всіма науковцями захист прав споживачів розглядається на кінцевому етапі в момент реалізації або після придбання товару споживачем в основному з правової точки зору.

Метою дослідження є дослідити ефективність впливу держави на якісні та функціональні характеристики товарів на післяреалізаційній стадії.

Виклад основного матеріалу дослідження. Після придбання споживачем товарів робіт чи послуг настає післяреалізаційний етап, який і є тією «відкритою частиною айсбергу», і саме його прийнято розглядати з точки зору правового захисту споживачів у випадку невдоволення споживача певними якісними характеристиками придбаної продукції. Маючи в своєму розпорядженні бюджетні ресурси, які створені завдяки зусиллям всього населення, яке в повному складі є споживачською аудиторією, держава зобов'язана захищати інтереси цієї багато чисельної аудиторії [6]. Таким захистом від імені держави, відповідно до Указу Президента України від 13.04.2011 № 465/2011 «Про Положення про Державну інспекцію України з питань захисту прав споживачів», займається Держспоживінспекція України, яка є спеціально уповноваженим центральним органом виконавчої влади у сфері державного контролю за дотриманням законодавства про захист прав споживачів. Крім неї і її структурних територіальних підрозділів зазначений контроль здійснюють також органи і установи санітарно-епідеміологічного нагляду, Департаменту ветеринарної медицини, інші органи державної виконавчої влади, на які покладено контроль за якістю і безпекою товарів (робіт, послуг), призначених для споживачів. Така досить потужна система державного контролю за якістю та безпекою товарів пояснюється насамперед тим, що продовольча безпека є частиною економічної безпеки держави, що становить одну з пріоритетних цілей державної політики. Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів була створена на базі Держспоживстандарту відповідно до Указу Президента України, який був підписаний 09.12.2010, № 1085/2010: «Питання оптимізації системи центральних органів виконавчої влади». Ним було ліквідовано Державну службу технічного регулювання України, а її функції, окрім функцій з реалізації державної політики з питань державного контролю у сфері захисту прав споживачів, було покладено на Міністерство економічного розвитку і торгівлі України та Державну ветеринарну та фітосанітарну службу України.

З метою захисту прав споживачів, відповідно до законодавства України, зокрема Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності», територіальні органи Держспоживінспекції України здійснюють планові та позапланові перевірки суб'єктів господарювання. Перелік планових перевірок визначається на підставі «Критеріїв, за якими оцінюється ступінь ризику від здійснення господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом, випуском та реалізацією продукції (виконання робіт, надання послуг), і визначається періодичність проведення планових заходів державного нагляду (контролю)», а також тематичних завдань Президента України, Кабінету Міністрів України, Мінекономрозвитку України та інших органів виконавчої влади. Такі перевірки

здійснюються відповідно до плану перевірок, який затверджується до початку планового періоду-кварталу. В залежності від ступеня ризику, від здійснення господарської діяльності визначається перелік питань для здійснення планової перевірки. Відповідно до Закону України «Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності», територіальні органи Держспоживінспекції України повідомляють суб'єкти господарювання про проведення планової перевірки за 10 днів до її початку. Позапланові перевірки органи Держспоживінспекції України здійснюють на підставі звернень споживачів щодо порушення їх прав при придбанні товарів (наданні послуг, виконанні робіт), правоохоронних органів, органів місцевого самоврядування. Проаналізуємо охопленість контрольними заходами підконтрольних об'єктів, які мають безпосереднє відношення до споживача.

Всього в Україні на початок 2012 року в Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України (ЄДРПОУ) було зареєстровано 1 323 807 суб'єктів, розподіл їх за видами економічної діяльності наведено в таблиці 1.

Таблиця 1
Кількість суб'єктів ЄДРПОУ за видами економічної діяльності станом на 1 січня 2012 року [7]

Суб'єкти ЄДРПОУ	Всього	В тому числі	
		Із статусом юридичної особи	Без статусу юридичної особи
Всього	1323807	1268812	54995
Сільське господарство, мисливство, лісове господарство	85338	84028	1310
Рибальство, рибництво	2210	2158	52
Промисловість:	129313	123630	5683
добувна	5226	4862	364
переробна	118112	113784	4328
виробництво та розподілення електроенергії, газу та води	5975	4984	991
Будівництво	91650	89009	2641
Торгівля, ремонт автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку	329555	315961	13594
Діяльність готелів та ресторанів	23372	22152	1220
Діяльність транспорту та зв'язку	45776	41635	4141
Фінансова діяльність	18315	13397	4918
Операції з нерухомих майном, оренда, інжиніринг, інші послуги підприємцям	187596	178735	8861
Державне управління	52262	50178	2084
Освіта	47216	44871	2345
Охорона здоров'я та надання соціальної допомоги	35822	33486	2336
Надання комунальних та індивідуальних послуг, діяльність у сфері культури та спорту	186422	182751	3671

Із загальної кількості суб'єктів 24,9% займаються торгівлею, ремонтом автомобілів, побутових виробів та предметів особистого вжитку, 19,3% здійснюють свою

діяльність в сфері готельного, ресторанного бізнесу а також надають транспортні, комунальні та інші послуги населенню, тобто понад 585 тис. суб'єктів ЄДРПОУ мають безпосередні відносини із споживачами на ринку товарів робіт та послуг. За 2012 рік Державною інспекцією України з питань захисту прав споживачів та її територіальними підрозділами було перевірено понад 19 тис. суб'єктів господарювання щодо дотримання вимог законодавства про захист прав споживачів у сфері торгівлі, ресторанного господарства та надання послуг (робіт), порушення встановлені у 82% перевіреної кількості. Тобто із загальної кількості суб'єктів ЄДРПОУ Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів та її територіальні підрозділи перевірили близько 3%. За 2013 рік перевірено понад 24,4 тис. суб'єктів господарювання щодо дотримання ними вимог законодавства про захист прав споживачів сфери торгівлі, ресторанного господарства та надання послуг (робіт). Порушення встановлені у 78,7% від перевіреної кількості.

Всього в ході перевірок в 2013 році виявлено понад 120,9 тис. видів порушень, тоді як в 2012 році ця кількість складала 121,3 тисячі, тобто при збільшеній кількості перевірених суб'єктів зменшилася кількість порушень, що може свідчити як про позитивну тенденцію, яка свідчить про зменшення порушень, так і про те, що у зв'язку із збільшенням перевірок вони почали носити поверхневий характер. Структуру виявлених Держспоживінспекцією порушень в 2012 та 2013 роках видно на рисунку 1.

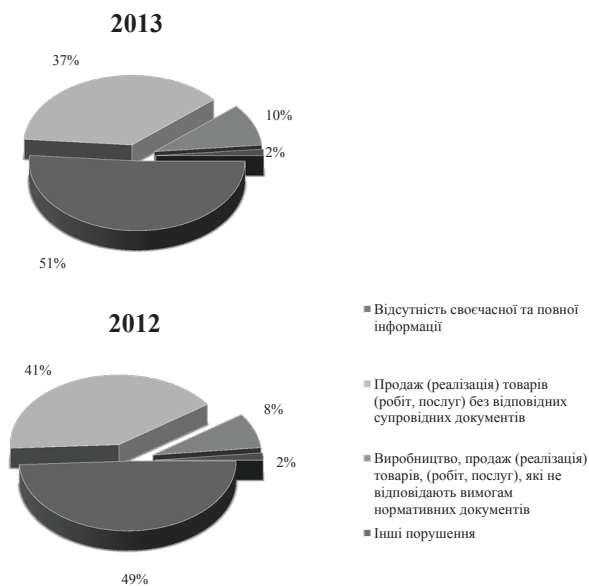


Рис. 1. Структура виявлених порушень за 2012 та 2013 рр. [8]

У 2013 році збільшилася питома вага в загальній кількості порушень пов'язаних з відсутністю своєчасної та повної інформації, їх доля є найбільшою і складала 51,3%, тоді як в 2012 році їх питома вага складала 49,3%. Натомість питома вага порушень пов'язаних з реалізацією товарів робіт, послуг без відповідних супровідних документів зменшилася і складала 37,4%, в той час як в 2012 році дані порушення займали в загальній структурі порушень 41%. Збільшилася до 9,8% питома вага порушень, пов'язаних з виробництвом та реалізацією товарів, робіт і послуг, які не відповідають вимогам нормативних документів, у 2012 році їх питома вага складала 8,1%. Питома вага інших порушень є незначною. Зокрема, пору-

шення, викликані обманом покупців та замовників, складають 0,3%, у 2012 році вони займали 0,5%, порушення, пов'язані з реалізацією товарів робіт і послуг без видачі розрахункового документа, який засвідчує факт купівлі або надання послуг, складають 0,5%, в попередньому році їх було 0,4%, менше в загальній структурі стало порушень, пов'язаних з недотриманням строків виконання замовлень та умов договору, на 0,2%, питома вага випадків відмови споживачу у реалізації його права при придбанні товарів робіт і послуг неналежної якості зросла на 0,1%, без змін на рівні 0,1% залишилася в загальній структурі порушень питома вага випадків створення перешкод службовій особі у проведенні перевірки. За результатами перевірок було видано 7292 приписи про припинення порушень прав споживачів, у 2012 році видано було 6016 приписів.

У 2013 році під час планових та позапланових перевірок працівниками Держспоживінспекції перевірено якість та безпеку товарів, надання послуг та робіт на суму понад 341,2 млн. грн., у 2012 році цей обсяг був меншим і складав 271,3 млн. грн. Завдяки проведеним перевіркам упереджено придбання і використання населенням України недоброякісних продовольчих, непродовольчих товарів робіт та послуг на суму понад 101,3 млн. грн., що становить 29,7% від перевіреної продукції, в 2012 році відсоток упередження був вищим і складав 34,3% при меншій абсолютній сумарній величині 92,9 млн. грн.

У 2013 році для встановлення якісних характеристик товарної продукції працівниками інспекції було відібрано на лабораторні дослідження 3332 зразка продукції, з них 1186 не відповідали вимогам нормативних документів, що становить 35,6%.

Градацію порушень, які виявляються під час планових та позапланових перевірок, можна зробити, здійснивши сегментацію товарного ринку на продовольчий, непродовольчий та ринок робіт і послуг. Так, на споживчому ринку продовольчих товарів в 2013 році всього було перевірено 2637 тонн продовольчих товарів, що є майже ідентичним перевіреної сумарної товарної маси 2012 року, з якої було забраковано та знято з реалізації 39%. Під час перевірок інспекторський склад в багатьох випадках стикається з комплексом порушень, які є причиною для зняття з реалізації. Так, в 55% причиною послужила відсутність супровідних документів щодо якості та безпеки, в 50% була відсутня інформація про товар, продукція не відповідає вимогам нормативних документів в 18%, вичерпаний термін придатності був причиною для зняття з реалізації 2% продукції. Згрупуємо порушення за видами продуктів харчування (рисунком 2).

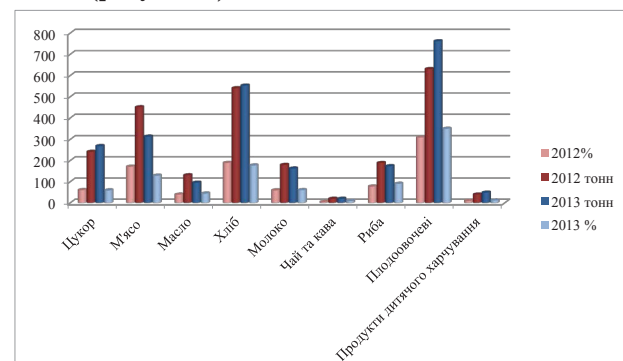


Рис. 2. Структура перевірених продуктів харчування та % виявлених порушень в розрізі 2012 та 2013 рр. [8]

Із продовольчої групи товарів найбільше охоплено перевітками та, відповідно, забраковано плодоовочевої продукції. Чай та кава перевірялися найменше і, відповідно, порушення під час перевірок виявлялись рідше, ніж щодо інших продуктів харчування.

На споживчому ринку непродовольчих товарів за 2013 рік органами Держспоживінспекції України перевірено понад 4841 тисяч умовних одиниць непродовольчих товарів, з них забраковано та знято з реалізації 1077 тис. ум. од., що становить близько 30% від перевіреної кількості, у 2012 році обсяг охоплення перевітками склав 3400 тис. ум. од. товарів, з яких 900 тис. ум. од., або 28%, було забраковано та знято з реалізації. Під час перевірок непродовольчої групи також часто спостерігається цілий «букет» порушень по певному товару. Доцільно розглядати виявлені факти порушень в залежності від товарної групи та виду порушення (рисунк 3.)

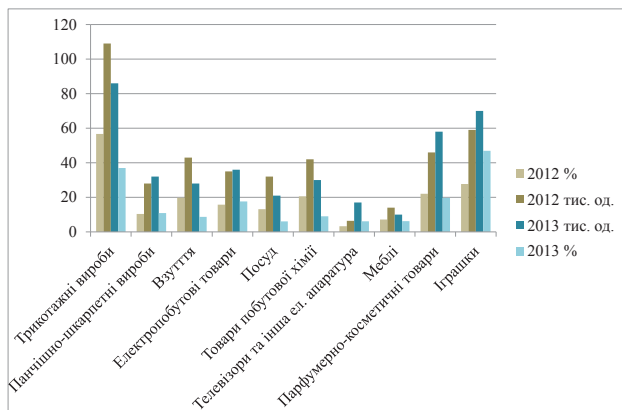


Рис. 3. Структура перевірених не продовольчих товарів та % виявлених порушень в розрізі 2012 та 2013 року [8]

Із непродовольчої групи товарів найбільше були охоплені перевітками текстильні вироби, де найчастіше зустрічалися порушення, найменше під час перевірок виявлено порушень вимог законодавства під час реалізації меблів та електропобутової техніки.

За 2013 рік перевірено понад 4,4 тис. суб'єктів господарювання щодо дотримання вимог законодавства про захист прав споживачів у сфері надання послуг та робіт. Порушення встановлені у 52,0% перевіреної кількості, у 2012 році перевітками було охоплено 3,5 тис. суб'єктів, з яких 55,1% не дотримувалися вимог законодавства. За результатами перевірок видано 1117 приписів про припинення порушень прав споживачів.

Висновки з проведеного дослідження. Із наведеної структури виявлених порушень новоствореною у 2012 році Держспоживінспекцією зрозуміло, що більшу питому вагу як у 2012 році, так і в 2013 році займають порушення, які пов'язані з формальними ознаками, такими як відсутність супровідних документів щодо якості та безпеки товарів, відсутності необхідної, доступної, достовірної та своєчасної інформації про товари, роботи та послуги. Вказані порушення не завжди можуть свідчити про неякісні чи якісні критерії товарної продукції, але при наявності таких порушень законодавець чітко передбачає притягнення до відповідальності. Тобто на післяреалізаційній стадії держава в основному застосовує фінансові важелі впливу, які носять фіскальний характер у вигляді застосування адміністративних та економічних санкцій, але, враховуючи те, що кількість проінспектованих суб'єктів господарювання є досить незначною і, як уже наводилося, у 2012 році складала всього 3% від загальної кількості зареєстрованих суб'єктів ЄДРПОУ, які мають безпосереднє відношення до споживача, то можна стверджувати про незначний вплив фіскального впливу через контрольні заходи Держспоживінспекції на дотримання якості та безпеки продукції. Вважаємо за необхідне продовжувати наукові дослідження щодо аргументації зміни політики держави з захисту прав споживачів із фіскального на профілактичний.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Калита П. Звенья одной цепи: Защита потребителей и товаропроизводителей немыслима без интегрирующей основы – качества / П. Калита. – Споживач. – 1997. – № 8.
2. Мазаракі А.А. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект / Київський національний торговельно-економічний ун-т / [Мазаракі А.А., Язвінська О.М., Ніколаєва Л.В., Притульська Н.В., Іваненко Л.М.] Людмила Вікторівна Ніколаєва (заг.ред.). – К.: КНТЕУ, 2002. – 312 с.
3. Салухіна Н.Г. Захист прав споживачів : навч. посібник / [Салухіна Н.Г., Язвінська О.М., Башкатова О.І.]. – К.: МАУП, 2007. – 382 с.
4. Язвінська О.М. Історія консюмеризму : навч. посіб. для студ. вищих закл. освіти з підприємництва і торгівлі / – 2-ге вид., доп. й перероб. – К.: КНТЕУ, 2003. – 363 с.
5. Дудла І.О. Захист прав споживачів : навч. посіб. для студ. ВНЗ. – Чернівці : ЧДТУ, 2006. – 268 с.
6. Резолюція 39/248 Генеральної Асамблеї ООН «Керівні принципи для захисту інтересів споживачів» від 09.04.1985р. // Інтернет-сайт Верховної Ради України: www.rada.gov.ua. Розділ: Законодавство.
7. Статистичний щорічник України за 2012 рік. За редакцією Осауленка О.Г. – К.: Державна служба статистики України, 2012.
8. Аналіз роботи територіальних органів Держспоживінспекції України за 2012 та 2013 роки // Інтернет-сайт Держспоживінспекції: www.dsiiu.gov.ua Розділ: Споживча політика та захист прав споживачів.

УДК 658.15(477)

Хрущ Н.А.*доктор економічних наук,
професор, завідувач кафедри фінансів та банківської справи
Хмельницького національного університету***Лісова А.В.***студентка
Хмельницького національного університету*

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ ФІНАНСОВОЇ СТРАТЕГІЇ В СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

Стаття присвячена висвітленню теоретичних аспектів складових механізму формування фінансової стратегії підприємства. Встановлено роль фінансової стратегії в системі управління підприємством. Розроблено етапи процесу реалізації фінансової стратегії задля забезпечення стійкого розвитку підприємства. Система сформульованих основних положень є підходом для забезпечення стратегічного фінансового розвитку суб'єкта господарювання в сучасних умовах.

Ключові слова: фінансова стратегія, фінансовий механізм, управління, фактори, підприємство.

Хрущ Н.А., Лисова А.В. МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИЯ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена раскрытию теоретических аспектов составляющих механизма формирования финансовой стратегии предприятия. Установлена роль финансовой стратегии в системе управления предприятием. Разработаны этапы процесса реализации финансовой стратегии для обеспечения устойчивого развития предприятия. Система сформулированных основных положений является подходом для обеспечения стратегического финансового развития субъекта организации хозяйства в современных условиях.

Ключевые слова: финансовая стратегия, управление, финансовый механизм, предприятие, факторы.

Khrushch N.A., Lisova A.V. FORMING MECHANISM AND REALIZATION OF FINANCIAL STRATEGY IN SYSTEM ENTERPRISE MANAGEMENT

The article is sanctified to illumination of theoretical aspects of mechanism forming of financial strategy. The role of financial strategy is set in control system by an enterprise. The stages of process of realization of financial strategy are worked out for the sake of providing of steady development of enterprise. The system of the set forth substantive provisions is approach for providing of strategic financial development of subject menage in modern terms.

Keywords: financial strategy, management, financial mechanism, enterprise, factors.

Постановка проблеми. Аспекти механізму розробки та реалізації механізму фінансової стратегії в сучасних трансформаційних процесах, які диктують нові правила стратегічного управління підприємством, є досить актуальними, що обумовлюють необхідність аналізу проблем і вироблення рекомендацій для їх подолання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Як показав огляд економічної літератури, дослідженням процесів формування фінансової стратегії підприємств присвячені праці вітчизняних і зарубіжних авторів.

Зокрема, теоретико-методичні аспекти стратегічного і фінансового управління та фінансового аналізу досліджували такі вчені, як І. Ансофф, І. Бланк, А. Гриньов, О. Ястремська, Л. Радова, М. Портер, В. Савчук, також вагомий внесок у дослідження питань механізму формування та реалізації стратегії підприємства зробили такі науковці: І. І. Бажин, Л. Є. Довгань, В. Г. Герасимчук, А. П. Градов, Б. М. Мізюк, Л. С. Козак, Л. Н. Павлова, П. Друкер, та інші.

Постановка завдання. Метою даної статті є аналіз теоретичних підходів до визначення сутності понят-

Таблиця 1

Аналіз трактування сутності «фінансова стратегія»

Автор	Визначення
Ансофф І.	Під фінансовою стратегією суб'єкта господарювання розуміє комплексне управління всіма активами і пасивами підприємства.
Бланк І.О. [3]	Фінансова стратегія – це одна з важливих видів функціональної стратегії підприємства, яка забезпечує всі основні напрями розвитку його фінансової діяльності й фінансових відносин за допомогою формування довгострокових фінансових цілей, вибору найбільш ефективних методів їх досягнення, які адекватні коригуванню напрямів формування та використання фінансових ресурсів при зміні умов зовнішнього середовища.
Нємцова В. Д. Довгань Л. Є.	Стратегія фінансування – стратегія формування фінансових ресурсів, яка охоплює питання їх ефективного розподілу і використання, забезпечення фінансової рівноваги підприємства в процесі його розвитку, вдосконалення структури управління фінансовою діяльністю тощо.
Семенов А. Г. [8]	Фінансова стратегія – генеральний план дій щодо забезпечення підприємства грошовими коштами. Особливе зауваження при розробці фінансової стратегії приділяється повноті виділення грошових доходів, мобілізації внутрішніх ресурсів, максимальному зменшенню собівартості продукції, правильному розподілу й використанню прибутку, визначенню потреби в обігових коштах, раціональному використанню капіталу підприємства
Кіндрацька Г. І. Білик М. Д. [1]	Фінансова стратегія являє собою інструмент перспективного управління усією фінансовою діяльністю організації, підпорядкованого реалізації цілей загального її розвитку в умовах істотних змін макроекономічних показників, системи державного регулювання ринкових процесів, кон'юнктури фінансового ринку і пов'язаної з цим невизначеності.

тя «фінансова стратегія підприємства» та розробка методичних рекомендацій щодо ефективного механізму формування і реалізації фінансової стратегії через систему управління підприємством.

Виклад основного матеріалу. На основі вищесказаного можна сформулювати дослідження, яке полягає в необхідності визначення довгострокової мети діяльності підприємства, що досягається завдяки ефективній розробленій фінансовій стратегії. Сьогодні не існує єдиної думки щодо визначення даного поняття і цьому формулюванню присвячено дослідження багатьох науковців. Аналіз результатів цих досліджень дозволив встановити різноманітні підходи до сутності фінансової стратегії підприємства, табл. 1.

Множина визначень стратегій об'єднується науково обґрунтованою сукупністю, що лежать в основі прийняття розроблених стратегічних рішень. На нашу думку, фінансова стратегія підприємства – це довготерміновий фінансовий план розвитку підприємства, який направлений на формування, використання та реалізацію стратегій в цілях забезпечення стабільного стану підприємства та формування фінансових відносин із контрагентами, за яким потрібно рухатися суб'єкту господарювання для забезпечення поставленої мети.

Важливим недоліком в розглянутих визначеннях є їх фрагментарність та відокремленість фінансової від головної стратегії підприємства. Зважаючи на це, ми можемо сформулювати певні особливості фінансової стратегії як стратегії функціонального класу:

- фінансова стратегія виокремлюється за відповідною сферою господарської діяльності підприємства;
- фінансова стратегія підприємства спрямована на реалізацію не всього комплексу інтересів його власників, а тільки фінансових інтересів;
- формування фінансової стратегії повинно відбуватися за рахунок ефективного використання фінансового потенціалу підприємства;
- розроблені напрями фінансової стратегії повинні передбачати можливість своєчасної адаптації підприємства до зміни умов зовнішнього фінансового середовища, що безпосередньо впливають на результати фінансової діяльності підприємства.

З урахуванням цих особливостей основними завданнями фінансової стратегії є:

- визначення успішних методів використання фінансових можливостей суб'єкта господарювання;
- визначення перспективних фінансових взаємовідносин із нефінансовими корпораціями, державою та іншими інститутами;
- фінансове забезпечення операційної та інвестиційної діяльності на перспективу;
- вивчення економічних та фінансових можливостей конкурентів, розробка та здійснення заходів щодо забезпечення фінансової стійкості;
- розробка способів виходу із кризового стану та методів управління за умов кризового стану підприємств.

Виходячи з цього, фінансова стратегія в системі управління підприємством забезпечує:

- формування та ефективне використання фінансових ресурсів;
- відповідність фінансових дій економічному стану та матеріальним можливостям підприємства;
- визначення головної загрози з боку конкурентів, правильний вибір напрямків фінансових дій та маневрування для досягнення вирішальної переваги над конкурентами.

Необхідно відмітити, що ступінь впливу факторів на фінансову стійкість підприємства залежить не лише від сили кожного з них та співвідношення між ними, а й від тієї стадії життєвого циклу, на якій у даний момент перебуває підприємство, і відповідності їй управлінських дій.

Процес механізму формування фінансової стратегії підприємства включає етапи від розробки до оцінки її ефективності, табл. 2.

Розглядаючи реалізацію фінансової стратегії, необхідно підкреслити фінансовий механізм, що формує ті ж умови макро- і мікросередовища, та фактори, що впливають на загальну стратегію підприємства (рис. 1).

Фінансовий механізм впливає на ефективність реалізації фінансової стратегії в системі управління підприємством, яка досягається за допомогою:

- відповідності розробленої фінансової до загальної стратегії підприємства – ступеню узгодженості цілей, напрямків і етапів їх реалізації;
- узгодженості фінансової стратегії підприємства з прогнозованими змінами у зовнішньому підприємницькому середовищі;

Таблиця 2

Етапи механізму реалізації фінансової стратегії підприємства

Процес	Період реалізації	Органи управління	Вплив зовнішнього середовища	Вплив внутрішнього середовища
Визначення періоду реалізації фінансової стратегії	В залежності від мети	Загальні збори	Властивості, що характеризують зв'язок системи із зовнішнім середовищем	- Мотивація трудового колективу; - адаптивність; - альтернативність шляхів функціонування та розвитку;
Аналіз факторів зовнішнього підприємства	Обсяг дослідження (min 1-10 р.д.)	Фінансово-плановий відділ	Діяльність держави	- властивості, що характеризують сутність та складність системи; - мобілізація внутрішніх ресурсів;
Формування стратегічної мети фінансової діяльності	За сферами діяльності (вид діяльності)	Наглядова рада	Джерела фінансування	- максимальне зниження собівартості продукції; - формування та розподіл прибутку;
Розроблення фінансової політики підприємства	Удосконалення протягом діяльності	Проводить фінансове керівництво, виконують фінансові служби, виробничі структури, підрозділи і окремі працівники	Маневреність	- визначення оптимальної потреби в оборотних коштах;
Розроблення системи заходів по забезпеченню реалізації фінансової стратегії	Макро-, мікроекономічна адаптація	Відділ менеджменту	Конкурентоспроможність	- раціональне використання залучених коштів; - ефективне використання капіталу підприємства.
Оцінка розробленої фінансової стратегії	По етапах проведення	Загальні збори	-	



Рис. 1. Склад фінансового механізму

- реалізації розробленої підприємством фінансової стратегії щодо формування власних і залучених зовнішніх фінансових ресурсів тощо.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений аналіз дозволяє стверджувати, що формування і реалізація відповідної фінансової стратегії можливі при використанні всього інструментарію управління фінансових ресурсів підприємства. Процес управління фінансовою стратегією потребує формування ефективної системи апарату управління адаптованого до сучасних умов господарювання та змін на мікро- та макрорівні і є найбільш важливим аспектом фінансової діяльності, який дозволяє приймати ефективні

управлінські рішення, пов'язані з фінансовим розвитком підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Білик М. Д. Стратегічне управління та стратегії підприємства // Формування ринкових відносин в Україні. – 2009. – № 4. – С. 143-149.
2. Блакита Г. В. Фінансова стратегія торговельних підприємств : методологічні та прикладні аспекти : [монографія] / Г. В. Блакита. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 244 с.
3. Бланк І. О., Ситник Г. В., Корольова – Казанська О. В., Ганечко І. Г. ; за заг. наук. ред. І. О. Бланк. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. – 147 с.
4. Веретенникова Г. Б. Формування фінансових стратегій промислових підприємств : автореферат... канд. екон. наук, спец. : 08.06.01 – Економіка, організація і управління підприємствами / Г. Б. Веретенникова. – Харків, 2005. – 21 с.
5. Герасимчук В. Управління підприємством як соціально-економічною системою: функціональний підхід // Економіка України – 2003. – № 4. – С. 12-18.
6. Мізюк Б.М. Стратегічне управління : підруч. / Б.М. Мізюк. – Л. : Магнолія полюс, 2006. – 392 с.
7. Портер М. Курс МВА по стратегическому менеджменту / М. Портер, Дж. Самплер, С. Прахалад ; пер. с англ. – М. : Альпина Паблишерз, 2002. – 612 с.
8. Семенов А. Г. Класифікація видів фінансової стратегії підприємства / А. Г. Семенов, О. О. Єропутова, О. О. Плаксюк // Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво: науково – виробничий журнал. – 2012. – №1. – С. 163-170.
9. Ткачук І. Г. Формування фінансової стратегії в системі управління підприємство / І. Г. Ткачук //: Вісник ЖДТУ. Серія: Економічні науки. – 2008. – № 2(44). – С. 301-304.
10. Фінансова стратегія в управлінні підприємствами : [монографія] / А. Г. Семенов, О. О. Єропутова, Т. В. Перекрест, А. В. Линенко. – Запоріжжя : КПУ, 2008. – 188 с.

УДК 338.36.025.2:339.13:636

Лозинська І.В.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри економіки і контролінгу
Сумського національного аграрного університету

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ МЕТОДІВ УТРИМАННЯ ВРХ В СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

У статті наводиться коротка характеристика та здійснюється порівняння методів утримання ВРХ в сільськогосподарських підприємствах Сумської області для зменшення собівартості продукції та підвищення рівня інтенсивності виробництва.

Ключові слова: собівартість, інтенсивність, методи утримання ВРХ.

Лозинская И.В. СРАВНИТЕЛЬНАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕТОДОВ СОДЕРЖАНИЯ КРС В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

В статье приводится краткая характеристика и осуществляется сравнение методов содержания КРС в сельскохозяйственных предприятиях Сумской области для уменьшения себестоимости продукции и повышения уровня интенсивности производства.

Ключевые слова: себестоимость, интенсивность, методы содержания КРС.

Lozynska I.V. COMPARATIVE CHARACTERISTICS COST-EFFECTIVE METHODS OF CATTLE CONTENT IN AGRICULTURAL ENTERPRISES

This article provides a summary characteristics and the comparison between the methods of keeping cattle in the agricultural enterprises of Sumy region in order to reduce production costs and to increase the production intensity.

Keywords: cost, intensity, methods of keeping cattle.

Постановка проблеми. На багатьох фермах області досі залишається низька продуктивність праці, обумовлена малоефективною технологією прив'язного утримання корів і застосовуваною тех-

нікою на основних трудомістких процесах. Підвищення ефективності галузі молочного скотарства у перспективі пов'язане з її модернізацією, а отже, з капітальними вкладеннями. Вони необхідні для тех-

нічного переоснащення ферм, поліпшення умов праці і утримання тварин, підвищення родючості кормових угідь, зміни технологій заготівлі та переробки кормів з метою поліпшення їх якості, селекційного процесу, а іноді і для повної заміни худоби на більш продуктивну [1].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню економічних проблем в галузі м'ясо-молочного скотарства та пошуку шляхів виходу з кризи в тваринництві присвячені праці В.І. Бойка, О.І. Драгана, В.І. Ємцева, Ю.О. Подуховича, П.Т. Саблука, В. О. Янкова та інших. Багато фахівців зоотехнії присвячували свої праці обґрунтуванню технологічної ефективності методів утримання ВРХ. Але на сьогодні актуальним є саме економічне обґрунтування методів утримання ВРХ в сільськогосподарських підприємствах. Саме цьому і призначена тема даної статті.

Постановка завдання. Дослідити найпоширеніші методи утримання ВРХ в сільськогосподарських підприємствах та виявити найбільш доцільний з економічної точки зору.

Виклад основного матеріалу. Безпосередньо на фермах інтенсифікація здійснюється шляхом впровадження прогресивних промислових технологій. Досягається це в основному за рахунок реконструкції існуючих і будівництва нових, більш сучасних підприємств з виробництва молока. Однак на кінцевому своєму етапі інтенсифікація молочного скотарства визначається інтенсивністю використання самих тварин для виробництва молока, м'яса та відтворення стада.

Безприв'язний спосіб утримання дає змогу розмістити у приміщенні на 30% тварин більше, довести навантаження на одного оператора до 1000 голів, механізувати процеси роздавання кормів і видалення гною.

Технологія утримання м'ясної худоби передбачає дотримання трьох технологічних періодів: утримання корів із телятами на підсисі, дорощування молодняку та відгодівля. Енерго- та ресурсозберігаючою є технологія безприв'язного утримання корів із телятами на підсисі в полегшених приміщеннях або на відкритих вигульових майданчиках, що забезпечує високу продуктивність м'ясної худоби, низьку її собівартість і високу продуктивність праці. Таку технологію застосовують небагато підприємств області, здебільшого спеціалізовані підприємства з виробництва яловичини, які утримують тварин м'ясних порід [2].

Дослідження і практика підтверджують, що великі ферми, на яких застосовується комплексна механізація і автоматизація виробництва, більш ефектив-

ні, ніж дрібні. Чим більша ферма, тим більші площі займають кормові сівозміни і краще тварини забезпечені кормами. Технологія виробництва молока має ґрунтуватися на інтенсивному кормовиробництві та організації повноцінної годівлі корів.

В Україні на фермах з виробництва молока застосовувалися такі системи утримання корів: прив'язна; безприв'язна – на глибокій підстилці, або боксова. Залежно від системи утримання корів застосовують різні технології виробництва молока і технічні засоби для виконання виробничих процесів.

Інтенсивна система ведення молочного скотарства вимагає вибрати таку систему утримання корів, яка дозволяє затратити менше праці на одиницю продукції, кращим чином використовувати сучасні засоби механізації, підвищувати продуктивність худоби, збільшувати період її господарського і племінного використання.

На сьогодні в Україні, за різними даними, на прив'язі у стійлах доїться близько 94-96% корів і лише 4-6% – у доїльних залах на станкових доїльних установках, в той час, як за кордоном зовсім інша тенденція. Так, у Нідерландах понад 96% корів утримують безприв'язно і доять у залах, у США, Німеччині – близько 80%.

Прив'язна система утримання корів. В основі технології виробництва молока за умов прив'язного утримання лежить постійне перебування корів у приміщенні, де для кожної відведене місце – стійло, обладнане годівницею, напувалкою (одна на дві особини), зверху над ними проходить вакуум-провід, або ще й молокопровід.

Усі технологічні операції, пов'язані із обслуговуванням корів, здійснюються у стійлі і зосереджені в службових і гнойових проходах (доїння, підстилка, чищення, прибирання, видалення гною, прийняття пологів), що складає 85% і тільки 15% часу у кормовому проході. У господарствах України використовували дві типових технології прив'язного утримання корів: індивідуально-групове з доїнням корів на лінійних установках; роздільно-групове з доїнням корів на групових установках.

Крім цього, залежно від умов конкретного господарства застосовують такі варіанти названих вище технологій: прив'язне утримання з використанням пасовищ і літніх таборів; прив'язне цілорічне (безпасовищне) утримання.

До переваг прив'язної системи утримання корів слід віднести те, що при її застосуванні легко організувати нормовану годівлю тварин; здійснюється індивідуальний догляд, чіткий господарський і племінний облік; виключається перевитрата кормів.

Таблиця 1

Рівень затратно-продуктивних показників при різних методах утримання поголів'я великої рогатої худоби

Показник	Безприв'язний метод		Прив'язний метод	
	ТОВ «Велетень»	ТОВ «Вітчизна»	ПАТ «Радгосп Шевченківський»	ТОВ «Довжик»
Поголів'я, гол.	2476	3577	4845	2755
у т.ч. на 100 га с.-г. угідь	27	62	16	13
Середньодобові прирости, г	324	541	510	391
Середньорічна продуктивність корів, кг	5088	4243	4265	5018
Затрати праці на 1 ц приросту ВРХ, люд.-год	13,7	14,9	5,3	5,0
Затрати праці на 1 ц молока, люд.-год	11,4	10,6	4,9	6,9

Джерело: дані аналітичного обліку досліджуваних підприємств за 2013 рік

Недоліками цієї системи є великі затрати праці по догляду за тваринами (на 1 ц молока – 9-13 люд./год.); низьке навантаження на доярку (20-25 корів); відсутня спеціалізація праці доярки; стримується ефективне використання сучасної техніки; взимку відсутній регулярний моціон тварин; численний набір машин і механізмів; велика вартість одного скотомісця і тривалість окупності витрат на будівництво приміщень [3].

Крім типових технологій прив'язного утримання на базі окремих господарств розроблялися експериментальні: прив'язна удосконалена, прив'язна конвеєрна; конвеєрно-станково-візкова, палетна; комбібоксова із задньою фіксацією тварин. Однак ці технології прив'язного утримання не знайшли впровадження у виробництво.

Тенденція останніх десяти років свідчить про те, що в Європі тепер активно відновлюють прив'язну систему утримання, мотивуючи це тим, що продуктивність корів на прив'язі вища, ніж за безприв'язного утримання з використанням доїльного залу.

Нефіксоване (безприв'язне) утримання корів. У господарствах України використовувалося дві типові технології безприв'язного утримання корів: на довго незмінюваній підстилці; боксова – з видаленням гною самопливом у підпідлогове сховище, бульдозером, або дельта-скрепером.

Загальний принцип безприв'язного утримання корів полягає у вільновигульному при годівлі та відпочинку, роздільно-груповому при доїнні на доїльних майданчиках, потоковому утриманні з врахуванням фізіологічного стану і продуктивності.

До позитивних сторін утримання корів безприв'язно на глибокій підстилці слід віднести те, що будівництво приміщень обходиться дешевше і термін окупності відносно нетривалий; корівники не потребують опалення; механізми прості – трактор з навісним обладнанням; гній прибирається один раз

на рік; зменшується потреба у гноєсховищах, бо туди гній завозять тільки з вигульних майданчиків; збільшується навантаження на доярку, підвищується продуктивність праці.

Слід пам'ятати, що вказані переваги можуть бути реалізовані тільки за таких умов, як: добра кормова база; повноцінна, збалансована годівля; однорідне за продуктивністю стадо, придатне до машинного доїння та ін.

Негативні сторони: менша продуктивність тварин порівняно із прив'язним утриманням; перевитрата кормів на 10-15%; менш інтенсивний роздій корів; складно вести племінний облік і ветеринарне обслуговування тварин; важко організувати нормовану годівлю корів; великі витрати підстилки (5 кг/добу); частіше виникає травматизм, вибракування сягає до 30-35%; при виникненні, інфекційна хвороба швидко поширюється на все стадо [3].

Безприв'язно-боксова система утримання. Безприв'язно-боксовий спосіб утримання поєднує в собі окремі елементи прив'язного утримання: корови відпочивають у боксах – індивідуальних стійлах; їдять корм, зайшовши у кормові напівбоксы біля кормового столу, або в комбібоксы (бокс суміщений з годівницею). Доїння корів відбувається у доїльному залі.

Переваги боксового утримання корів: поєднує в собі позитивні елементи прив'язного утримання; вільне переміщення корів у межах своєї секції; використовується високопродуктивна техніка; спеціалізація праці тваринників.

Специфічними недоліками боксового утримання є велика вартість приміщень; затрати металу на одне головомісце до 50 кг проти 15-30 за прив'язного утримання; в умовах високої вологості труби швидко піддаються корозії; при годівлі корів у корівниках потрібно на 20% більше площі, ніж в умовах інших технологій і 10-20% більше кормів; значно більший набір обладнання; більш сильні тварини відтісняють від годівниць слабших, тому 10-15% поголів'я хро-

Таблиця 2

Порівняльна характеристика методів утримання основного стада корів (витрати на 1 умовну голову в рік) в сільськогосподарських підприємствах Сумської області, 2006-2013 рр.

ТОВ «Велетень»		ТОВ «Вітчизна»			ТОВ «Перше травня»		
Традиційна	ТОВ «Вітчизна»	З новими елементами	Сума, грн.	Зменшення витрат, %	У полегшених спорудах (корівник на 400 голів)	Сума, грн.	Зменшення витрат, %
Доїння в бачки	488,3	Доїння в доїльному залі	453,2	7,1	Доїння в доїльному залі	365,0	25,3
Триразове роздавання кормів окремо по видах	1854,2	Годування однотипним раціоном (раз на добу)	1757,1	5,2	Годування однотипним раціоном (раз на добу)	1427,0	23,0
Видалення гною транспортерами	402,1	Видалення гною в гноєсховище трактором	375,5	6,6	Видалення гною дельта скрепером	286,1	28,8
Водонапування ПА-1	200,6	Групові поїлки	195,2	2,7	Кулькові пластикові поїлки	110,1	45,1
Прив'язне утримання Годівниці	763,3	Утримання безприв'язне групове Кормові столи	718,2	5,9	Утримання безприв'язне групове Кормові столи	643,0	15,8
Вентиляція приточно-втяжна Утеплення	309,5	Світлові наддашки	275,0	11,1	Світлові наддашки Стіни-штори	134,2	56,6
Всього	4018,0	Всього	3774,2	6,0	Всього	2965,4	26,2

Джерело: Дані аналітичного обліку досліджуваних підприємств за 2006-2013 рр.

нічно недоїдають; часті випадки травматизму; вимагає стабільності груп впродовж 6-7 місяців лактації, а переформування груп призводить до зниження надой на 5-16%; погіршується якість безпідстилкового гною, як добрива [3].

Головний недолік безприв'язного утримання – ревитрату кормів і нераціональне їх використання – можна частково усунути: використанням фіксуючих кормових решіток; застосуванням змінно-потокowego утримання з фіксованою, режимною годівлею, або конвеєрного з індивідуальних годівниць; автоматизованих систем для роздавання концкормів при доїнні.

Висновки. Аналіз технологій утримання корів за 2006-2013 рр. дає підстави стверджувати, що інтенсифікація молочного скотарства з використанням інноваційних ресурсозберігаючих технологій є про-

гресивно й економічно вигідною. Так, тільки за рахунок зміни та удосконалення технології утримання корів у сільськогосподарських підприємствах Сумської області можна реально знизити витрати на 6%, а у спеціалізованих підприємствах з високим рівнем інтенсифікації виробництва – на 26%.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Стратегія розвитку м'ясного скотарства в Україні у контексті національної продовольчої безпеки / [За ред. М.В. Зубця, І.В. Гузева]. – К. : Аграрна наука. – 2005. – 176 с.
2. Вступ до спеціальності «Технологія виробництва та переробки продукції тваринництва» / В.І. Ладика, О.В.Крятов, Л.В. Бондарчук. – Суми. – 2008. – 255 с.
3. Промышленное производство говядины / Под общ. ред. Д.Л. Левантина и В. Ноймана. – М. : Колос, 1979. – 447 с.

УДК 658. 152 (045)

Лозовский А.Н.

кандидат экономических наук,

доцент кафедры менеджмента и администрирования

Винницкого торгово-экономического института

Киевского национального торгово-экономического университета

Кухарчук А.О.

студент

Винницкого торгово-экономического института

Киевского национального торгово-экономического университета

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье освещены проблемы осуществления и управления инвестиционной деятельностью украинских предприятий. Проанализирована система инвестиционного менеджмента отечественных организаций и определены проблемные моменты в ее функционировании. Предложены мероприятия по повышению эффективности управления инвестициями отечественных предприятий.

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционный менеджмент, эффективность, капитальные инвестиции, инвестирование.

Лозовський О.М., Кухарчук А.О. ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У статті висвітлено проблеми здійснення та управління інвестиційною діяльністю українських підприємств. Проаналізовано систему інвестиційного менеджменту вітчизняних організацій і визначено проблемні моменти у її функціонуванні. Запропоновано заходи щодо підвищення ефективності управління інвестиціями вітчизняних підприємств.

Ключові слова: інвестиції, інвестиційний менеджмент, ефективність, капітальні інвестиції, інвестування.

Lozovskii O.M., Kuharchuk A.O. IMPROVING OF THE MANAGEMENT OF INVESTMENT ACTIVITIES OF DOMESTIC ENTERPRISES

The article deals with the problems of implementation and management of the investment activities of Ukrainian enterprises. The system of domestic investment management organizations is analyzed and bottlenecks in its functioning are identified. Measures to improve the investment management of domestic enterprises are proposed.

Keywords: investments, investment management, efficiency, capital investment, investment.

Актуальность темы. В современных условиях хозяйствования, на этапе активного развития технологий, инновационного и научно-технического процесса, актуальным вопросом становится эффективное вложение средств с целью их приумножения и, соответственно, управления этим процессом – инвестиционный менеджмент. Одной из наиболее острых проблем современной Украины, особенно на фоне последних политических и экономических событий, остается достижение стабильного экономического роста. Последствия кризисных явлений в экономике страны обуславливают постоянный рост противоречий в социально-экономической, экологической, институциональной сферах хозяйственной деятель-

ности предприятий. В этих условиях важным инструментом стабилизации и активизации качественных и количественных преобразований на отечественных предприятиях становятся инвестиции. Поэтому сегодня чрезвычайно важным аспектом управления отечественными организациями становится именно поиск путей повышения эффективности управления инвестиционной деятельностью как составляющей общей системы менеджмента предприятия.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопрос эффективности управления инвестиционной деятельностью исследовались такими зарубежными учеными, как Г. Александер, В. Беренс, Л.Дж. Гитман, М.Д. Джонк, В.К. Фальцман, Т.С. Хачатуров,

В. Шарп. Значительный вклад в решении задач активизации и ускорения инвестиционных процессов на предприятиях, созданию действенных инструментов управления инвестиционной деятельностью сделано в трудах отечественных ученых-экономистов таких, как И.А. Бланк, Н.М. Гуляева, А.А. Пересада, И.В. Даниленко, О.В. Гайдук, А.С. Музыченко, О.К. Драган, В.Г. Федоренко, А.Н. Ястремская, В.М. Хобта и другие. В то же время, высоко оценивая вклад исследователей в развитие теории инвестиций, следует отметить, что система управления инвестиционной деятельностью отечественных предприятий требует усовершенствования в соответствии с современными условиями.

Постановка задачи. Целью данного исследования является углубление теоретических положений, методических и практических аспектов по созданию эффективной системы управления инвестиционной деятельностью отечественных предприятий в современных условиях неопределенности и нестабильности.

Результаты исследования. Инвестиционная деятельность неразрывно связана со всеми основными видами деятельности и стадиями жизненного цикла предприятия. Уровень инвестиционной активности отечественных предприятий определяет эффективность их деятельности в современных рыночных условиях. Эффективное использование инвестиций создает определенные предпосылки для развития и расширенного воспроизводства предприятий, а также формирует материальную базу современного производства.

Вопреки распространенному мнению, инвестиционная деятельность присуща всем предприятиям без исключения а, следовательно, и управление ею является необходимым аспектом системы менеджмента организации.

По нашему мнению, к основным направлениям инвестиционной деятельности предприятия можно отнести следующие: инвестиции в прирост оборотных средств, в капитальное строительство, на поддержание простого воспроизводства; финансирование инновационных разработок и НИОКР; вложения капитала в другие проекты и организации.

Таким образом, потребность в осуществлении инвестиционной деятельности может быть продиктована различными факторами, однако в наибольшей степени распространено инвестирование, что приводит к стратегии роста. Поэтому основной целью управления инвестиционной деятельностью является обеспечение реализации наиболее эффективных форм вложения капитала, направленных на расширение экономического потенциала предприятия, важным аспектом, характеризующим проблематику инвестиционной деятельности, является адекватная оценка экономической эффективности инвестиционных проектов.

На сегодня глубокие изменения в хозяйственном механизме Украины требуют повышенного внимания к решению вопросов эффективности управления инвестиционной деятельностью. Финансово-хозяйственная деятельность любого предприятия невозможна без вложения средств, которые могут иметь собственный и привлеченный характер, то есть без привлечения собственных и привлеченных инвестиционных ресурсов. Причем вопрос привлечения инвестиционных ресурсов является важным на любом этапе функционирования предприятия: начиная с этапа создания и заканчивая его ликвидацией [1].

Управление инвестиционной деятельностью украинских предприятий основывается в основном на управлении капитальными инвестициями, ведь на современном этапе хозяйствования в Украине преоб-

ладает именно такая форма вложения капитала, в условиях слабого развития национального фондового рынка и собственно финансовых инвестиций.

Так, например, на рис. 1 можно увидеть структуру отечественных капитальных инвестиций по источникам поступления.



Рис. 1. Капитальные инвестиции по источникам финансирования за январь-декабрь 2013 г.

* Составлен по данным [2].

Анализируя структуру капитальных инвестиций украинских организаций, можно заметить, что более половины их объема поступает из собственных внутренних источников, свидетельствует о значительном неблагоприятном влиянии политической и экономической ситуации в стране на объем и структуру капиталовложений в отечественные предприятия из внешних источников.

Однако анализ статистических данных и международная инвестиционная позиция страны свидетельствуют, что потенциально Украина остается привлекательной для инвестиций, в основном за счет ресурсного потенциала, вместе с тем она находится в стороне от мировых процессов, достаточно интегрированной в мировое хозяйство и нарушения макроэкономической стабильности на внешних рынках имеет свое отражение в стране [3].

Таким образом, процесс управления является составным элементом обеспечения эффективности инвестирования. Хорошо организованное управление инвестированием обеспечивает адаптацию проекта к конкретным условиям, в которых он реализуется, и, главное, в их постоянных изменений, обеспечивает текущую конкурентоспособность инвестиционного процесса.

Мы считаем, что принятие хозяйственных решений относительно инвестиций является наиболее сложным и важным задачам управления, поэтому возникает необходимость интеграции деятельности всех участников инвестиционного процесса на предприятии, которую можно реализовать только через эффективную систему планирования инвестиционной деятельностью в пределах современной организационной структуры управления предприятием.

Поэтому важным условием повышения эффективности инвестиционной деятельности предприятия является обоснование решений относительно целесообразности капитальных вложений путем применения экономико-математических моделей и современных методов оценки эффективности инвестиционных проектов. Основной задачей оценки эффективности инвестиционного проекта является установление его ценности, представляет собой разницу между положительными результатами и негативными последствиями [4].

Для обоснования целесообразности инвестирования следует определить также объем безубыточности, будущие проектные риски, а также чистую текущую стоимость проекта и норму рентабельности.

Еще одним важным шагом на пути к повышению эффективности управления инвестиционной деятельностью украинских предприятий является повышение качества, а для кое-каких предприятий и просто внедрение инвестиционного планирования.

В настоящее время реальное состояние инвестиционного планирования на предприятиях не соответствует условиям настоящего по следующим причинам:

- недостаточная квалификация планового персонала;
- неумение и нежелание руководства организовать работу по разработке качественного инвестиционного плана и обеспечение его реализации;
- отсутствие доступа к рыночной информации;
- высокая стоимость услуг консалтинговых компаний для помощи малым предприятиям в планировании [5].

Таким образом, совершенствование инвестиционного планирования позволит сократить продолжительность периода планирования инвестиционной деятельности и повысить качество плановых инвестиционных решений; уменьшить, а в отдельных случаях устранить негативное влияние внешней среды предприятия; использовать все рыночные возможности, которые в настоящее время открываются перед предприятием.

После выполнения функций управления инвестиционной деятельностью необходимо обосновать инвестиционный проект, который заключается в том, чтобы дать руководству предприятия наиболее полную картину положения предприятия и возможностей его развития. Кроме того, тщательное обоснование проекта создает у будущих инвесторов уверенность в надежности своих инвестиций и, что не менее важно, вызывает доверие к руководству предприятия.

Также, по нашему мнению, одним из важных направлений стратегического управления инвестиционной деятельностью на украинских предприятиях должна стать разработка стратегии для занятия на рынке сильных позиций и разработки подходов к ее успешной реализации в условиях неопределенности внешней среды, сильной конкуренции и внутренних проблем. Разработка такой стратегии должна базироваться на принципах системного подхода, учете общей базовой стратегии развития предприятия и т. д. и сочетании со стратегией социального развития предприятия.

Не менее важным аспектом совершенствования инвестиционного менеджмента в наших национальных условиях хозяйствования можно считать введение новых систем мониторинга инвестиционной деятельности и автоматизацию многих ее процессов.

Очевидно, что на сегодняшний день наблюдается недостаточное и неэффективное использование инвестиционного потенциала, который не имеет действенной системы мониторинга, способен предусмотреть различные негативные аспекты улучшения указанного процесса. Такая ситуация обусловлена как тенденциями развития экономики Украины в целом, так и отсутствием такой важной составляющей инфраструктуры инвестиционного рынка, как информационно-аналитические центры, которые бы предоставляли участникам инвестиционного рынка и органам государственного управления полную и достоверную информацию на основе мониторинга инвестиционной деятельности.

По результатам исследований можно утверждать, что мониторинг целесообразно проводить на базе независимой структуры, основной задачей ко-

торой является информационное обеспечение субъектов инвестиционного рынка. Основой такого информационного обеспечения должен быть регулярно осуществляемый мониторинг основных параметров инвестиционного рынка. Данную структуру можно создать на базе агентств территориального развития, агентств по вопросам привлечения иностранных инвестиций в виде обособленного отдела, работающий на коммерческих началах.

Финансовое обеспечение создания и функционирования центра мониторинга инвестиционной деятельности возможно осуществлять на кооперативных основах, объединив финансы, технику, специалистов, информационные возможности всех заинтересованных организаций. В рамках системы мониторинга инвестиционной деятельности кроме сбора официальной количественной информации целесообразным является сбор субъективной качественной информации [6].

Выводы. Таким образом, можно сделать вывод, что система управления инвестиционной деятельностью предприятия является частью общей системы управления предприятием и включает разработку направлений деятельности предприятия в части инвестиционной, ориентированной на увеличение прибыли, за счет долгосрочных вложения капиталов, предназначенных для создания, размещения, реконструкции, модернизации, технического перевооружения предприятия. Для повышения качества работы по управлению инвестиционными проектами на предприятиях целесообразно автоматизировать процессы инвестиционной деятельности и создать оптимальную оперативную систему управления инвестиционной деятельностью, будет формироваться из подсистем планирования, организации и мониторинга инвестиций, которые в свою очередь будут контролироваться менеджментом предприятия для обеспечения эффективного и стабильного социально-экономического развития с возможностью в перспективе проводить постоянную адаптацию предприятия к изменяющимся условиям внешней среды.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Управління інвестиційною діяльністю промислових підприємств : монографія / М. П. Войнаренко, І. Ю. Єпіфанова. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 188 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://publish.vntu.edu.ua/txt/Vojnarenko_UpravInvestDijaInPromPidpriemstv442.pdf
2. Офіційний сайт Державної служби статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
3. Загороднюк К. М. Значення інвестиційної стратегії в діяльності сучасного підприємства / К. М. Загороднюк // Бізнес та умови його розвитку: національна та міжнародна практика. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції (м. Сімферополь, 27-28 вересня 2013 р.) / Наукове об'єднання «Economics». – Сімферополь : НО «Economics», 2013 – 112 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.economics.crimea.ua/files/conference/crimea_sept_2013.pdf
4. Кучеренко С. К. Стратегічні напрями забезпечення інвестиційної привабливості українських підприємств / С. К. Кучеренко // Економічна наука XXI століття: реалії та перспективи. Збірник наукових праць з актуальних проблем економічних наук : у 2-х частинах / Наукова організація «Перспектива». – Дніпропетровськ : Видавничий дім «Гельветика», 2013. Ч. 2. – 248 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://perspektyva.dp.ua/files/articles/05.05.2013-2.pdf>.
5. Чепурна Д. Шляхи підвищення ефективності реалізації інвестиційних проектів в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://feu.kneu.edu.ua/ua/confere_nce/conf_social_dev_ukr_12/section1/tez16/.
6. Рясский А. В., Штейн О. И. Опыт рейтинговой оценки инвес-

тиціонної привлекательності підприємств / А. В. Рясский, О. И. Штейн // Бізнес та умови його розвитку: національна та міжнародна практика. Збірник матеріалів міжнародної науково-практичної конференції (м. Сімферополь, 27-28 вересня

2013 р.) / Наукове об'єднання «Economics». – Сімферополь : НО «Economics», 2013. – 112 с. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.economics.crimea.ua/files/conference/crimea_sept_2013.pdf.

УДК 005.511:658(075.8)

Лук'яненко Д.І.
аспірант кафедри інформаційних систем і технологій управління
Донецького національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

РОЗРОБКА НОВОЇ БІЗНЕС-МОДЕЛІ ПІДПРИЄМСТВА НА РИНКУ САНТЕХНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ

У статті розглянуто динаміку основних показників розвитку ринку сантехнічної продукції в Україні. Побудовано традиційну бізнес-модель підприємства сантехнічної галузі. Обґрунтовано доцільність застосування цифрової бізнес-моделі для підприємств галузі, зазначено основні її переваги.

Ключові слова: бізнес-модель, цифрова бізнес-модель, підприємство, ринок сантехнічної продукції, аналіз ринку.

Лук'яненко Д.И. РАЗРАБОТКА НОВОЙ БИЗНЕС-МОДЕЛИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ САНТЕХНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ

В статье рассмотрена динамика основных показателей развития рынка сантехнической продукции в Украине. Построена традиционная бизнес-модель предприятия сантехнической отрасли. Обоснована целесообразность применения цифровой бизнес-модели для предприятий отрасли, указаны основные ее преимущества.

Ключевые слова: бизнес-модель, цифровая бизнес-модель, предприятие, рынок сантехнической продукции, анализ рынка.

Lukianenko D.I. DEVELOPMENT OF NEW BUSINESS MODEL OF ENTERPRISE ON SANITARY PRODUCTS MARKET

The dynamics of the main indicators of Ukraine sanitary products market is described in the article. Traditional business model of sanitary industry is formed. The expediency of digital business models application for companies in the industry is substantiated, its main advantages are defined.

Keywords: business model, digital business model, the company, the market of sanitary products, market analysis.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку сантехнічного ринку в Україні загострюється конкуренція між національними та іноземними виробниками. Економічні та політичні ризики, коливання фінансових ринків здійснюють значний вплив на галузь в цілому. В таких умовах особливої актуальності набуває можливість попереднього моделювання своєї майбутньої діяльності, що ґрунтується на детальному аналізі існуючого стану ринку. Найчастіше для цього використовуються такі форми опису, як бізнес-план, який представлений чітким описанням основних напрямків діяльності та розвитку підприємства, і бізнес-модель у вигляді стислого схематичного опису ключових факторів роботи підприємства, що й обумовлює доцільність досліджень.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми розробки бізнес-моделі досліджувались у роботах таких науковців, як К. Андерсон [5], А. Афуа [11], Джонс Г. [1], І. Краєвський [7], Д. Магретта [10], О. Остервальдер [4], А. Соолятте [2;3;6], Н. Стрекалова [8], К. Туччі [11], О. Шаталов [9] та ін. Незважаючи на достатність публікацій, питання конкурентоспроможної традиційної бізнес-моделі підприємств з виробництва і реалізації сантехнічної продукції не знайшло свого висвітлення у роботах вітчизняних та зарубіжних науковців. Саме тому зазначена тематика потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Метою дослідження є розробка та порівняння впливу традиційної та цифрової бізнес-моделей на поточну діяльність підприємств з виробництва і реалізації сантехнічної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для того щоб визначити вплив типу бізнес-моделі на діяльність підприємства з виробництва і реалізації сан-

технічної продукції, необхідно перш за все розглянути стан сантехнічної галузі України. Обсяг реалізації сантехніки на вітчизняному ринку в грошовому вираженні демонструє стабільність і залишається на рівні 1,5 млрд. грн. останні чотири роки (рис. 1) [15].

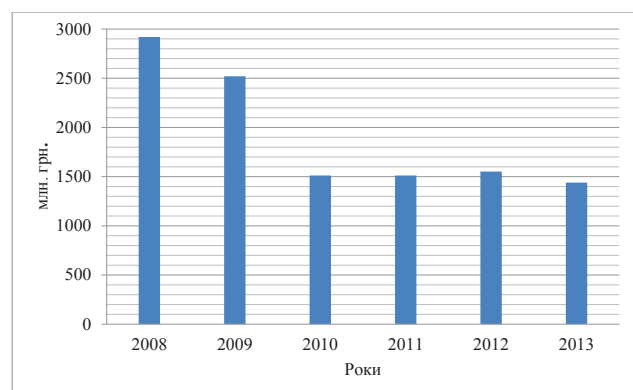


Рис. 1. Динаміка обсягів реалізації сантехнічних виробів в Україні за 2008-2013 рр.

Одним з найрозвиненіших напрямків цієї галузі є керамічна сантехніка, до виробів якої відносяться раковини, унітази тощо.

Протягом 2006-2013 рр. спостерігалось стабільне зростання виробництва керамічної сантехніки. У 2013 році кількість виробленої в Україні сантехніки збільшилася на 20% порівняно з 2012 роком [16] (рис. 2).

Оцінюючи сучасний стан сантехнічного ринку кераміки в Україні, варто виділити лідерів серед вітчизняних виробників сантехніки [15]: ТОВ «Церсаніт Інвест», ЗАТ «Будфарфор», ТОВ «Дніпрокераміка».

Ці виробники орієнтуються на сегмент з рівнем доходу нижче середнього. Головними їхніми конкурентами на українському ринку є сантехнічна кераміка з Китаю та Польщі.

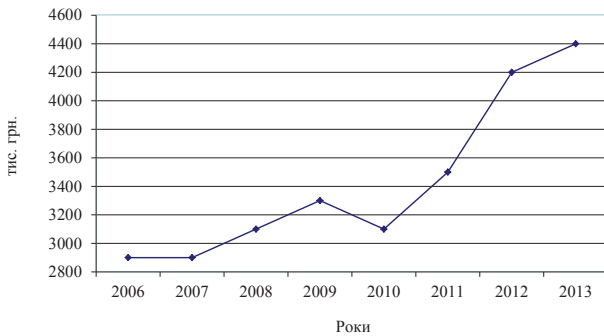


Рис. 2. Динаміка обсягів виробництва керамічної сантехніки в Україні за 2006-2013 рр.

В середньому сегменті на ринку України ключові позиції займають імпортери сантехніки з Швеції (Gustavsberg), Німеччини (Villeroy&Boch), Іспанії (Roca), Китаю (Am-pm). Елітну продукцію, яка орієнтована на сегмент вище середнього, виробляють провідні європейські фірми: «Віллерой-Бох» (Villeroy & Boch), «Дюравіт» (Duravit), «Ідеал-стандарт» (Ideal Standard). Їх продукція успішно продається на вітчизняному ринку. Таку сантехніку купують ті покупці, які готові переплатити за марку або бренд.

Якщо говорити про сантехнічний ринок України, то варто відзначити, що напрямок керамічної сантехніки має ряд особливостей. Структура реалізації включає 55-60% вітчизняної продукції та 40-45% закордонної. Найбільше зростання рівня продажу серед керамічних сантехнічних виробів демонструють товари нижчого цінового сегменту та вищого цінового сегменту. В середньому сегменті зростання не спостерігається. Всі ці особливості необхідно враховувати при порівнянні впливу традиційної та цифрової бізнес-моделей на поточну діяльність підприємств з виробництва і реалізації сантехнічної продукції.

Слід відмітити, що реалізація цифрового бізнес-модельовання на підприємствах обумовлена багато в чому розвитком інформаційних технологій та рівнем інформатизації суспільства у світі та у кожній країні окремо. У вузькому розумінні цифрова бізнес-модель

підприємства частково нагадує web-site, який розробляється підприємством як один із шляхів збільшення продажів та орієнтований на інтернет-ринок. На відміну від цифрової традиційна бізнес-модель орієнтована на фізичні місця продажу (з постійним потоком клієнтів).

Використовуючи за основу модель О. Остервальдера [4], у роботі побудовано бізнес-модель підприємств, що займаються реалізацією сантехнічної продукції (рис. 3):

Як можна побачити, бізнес-модель включає пропозиції цінності, що демонструють вигоду для кінцевого споживача та яка орієнтована на конкретний споживацький сегмент. Також в ній відображаються канали збуту, через які відбувається «зустріч» продукції з кінцевим споживачем шляхом представленості на виставці стендів сантехніки, шоу-румів ванної кімнати. До каналів збуту підприємства з реалізації сантехнічної продукції відносяться:

1. Мережі будівельних гіпермаркетів «Епіцентр», «ОБІ», «Praktiker».
2. Мережі будівельних супермаркетів «Нова Лінія», «ОЛДІ».
3. Салони елітної сантехніки «Ceramic Fashion», «Наутілус».
4. Салони сантехніки та оптові бази, що орієнтовані на середній сегмент та нижче середнього.

Також бізнес-модель включає взаємовідносини з клієнтами, які впливають з ключових видів діяльності. Але її функціонування важко уявити без ключових ресурсів та партнерів та, звичайно, без потоку надходження доходу від продажу, заради якого і створювалася бізнес-модель і який є ключовим індикатором її розвитку.

Проаналізуємо обсяги продажу за 2011-2013 рр. одного з лідерів сантехнічної галузі в Україні ТОВ «Агромат» (рис 4).

Як бачимо з рис 4, обсяг продажів в 2013 році порівняно з 2012 роком зменшився на 34% і становить 181 тис. грн. Для досягнення зростання продажів ТОВ «Агромат» необхідно трансформувати існуючу бізнес-модель. До елементів, які впливають на рівень продажу, відносяться споживацькі сегменти, канали збуту та ключові види діяльності [4]. На споживацький сегмент та ключові види діяльності вплив підприємства є опосередкований. Тому що ці сегменти пов'язані з виводом на ринок нового продукту і потребують довготривалих заходів.

<p>Ключові партнери: 1. Банківські установи. 2. Постачальники рекламних матеріалів. 3. Виробники продукції.</p>	<p>Ключові види діяльності: 1. Консультування і продаж продукції (в фізичних точках продажу). 2. Розробка стендів.</p>	<p>Пропозиції цінності: 1. Наявність шоу-румів (змодельованих ванних кімнат). 2. Можливість відразу здійснити покупку. 3. Можливість з менеджерами салону розробити індивідуальний проект ванної кімнати.</p>	<p>Взаємовідносини з клієнтами: 1. Фізичні точки продажу (з постійним потоком клієнтів). 2. Обмежений асортимент (торговельною площею). 3. Тривалий процес покупки.</p> <p>Канали збуту: 1. ДУІ та ін. 2. Оптові бази. 3. Власні салони. 4. Дилери.</p>	<p>Споживацький сегмент: 1. Регіональний споживчий ринок. 2. Кожен магазин має орієнтацію на різні сегменти (нижчий ціновий сегмент, середній або елітний).</p>
<p>Структура витрат: 1. Персонал. 2. Маркетинг і продаж. 3. Логістика. 4. Складські витрати. 5. Орендна плата.</p>		<p>Потоки надходження доходів: 1. Дохід від продажу.</p>		

Рис. 3. Традиційна бізнес-модель підприємств з реалізації сантехнічної продукції

Підприємство в короткостроковій перспективі має можливість впливу на канали збуту шляхом збільшення обсягу продажу сантехнічної продукції через Інтернет.

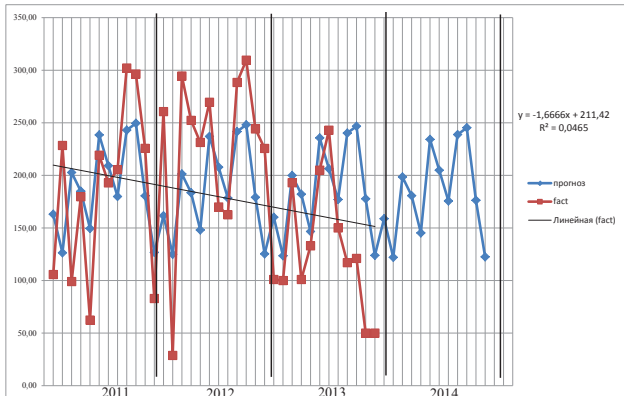


Рис. 4. Обсяг продажу сантехнічної продукції торгових марок «Gustavsberg», «Villeroy&Boch» через ТОВ Агромат за 2011-2013 рр., тис. грн.

К. Андерсон у своїй книзі «Ефективна модель бізнесу в Інтернеті» зазначав, що весь асортимент продукції можна розділити на три категорії [5]:

1. Категорія А – до неї відносяться товари продаж, яких приносить більше 50 % прибутку.
2. Категорія В – до неї відносяться товари продаж, яких приносить менше 50 % прибутку.
3. Категорія С – товари, представлені тільки в мережі Інтернет (рис. 5).

У торгівлі через фізичні точки продажу 20% продукції із всього асортименту забезпечують 80% прибутку. Тому підприємства роблять акцент на ті товари, які продаються краще.

Через мережу Інтернет, де вартість зберігання продукції незначна, доцільно пропонувати максимальний асортимент, незалежно від обсягу продажу конкретної одиниці продукції. За допомогою застосування алгоритмів пошуку і рекомендацій обсяг продажу товару, який не мав достатньої популярності в фізичних точках може збільшитися при просуванні їх через мережу Інтернет.

Тому ті 20% продукції, які формували 80% при-

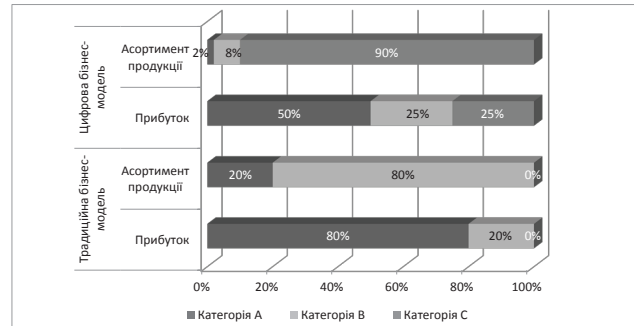


Рис. 5. Співвідношення залежності прибутку від асортименту продукції при використанні традиційної та цифрової бізнес-моделей (підхід К. Андерсона)

бутку в фізичних точках, перетворюються в 2% продукції, що формують – 50% прибутку в мережі Інтернет. Наступні 8% продукції приносять ще 25% прибутків. Решта 90% продуктів відповідають за 25% прибутків. В мережі Інтернет коректування асортименту продукції відбувається швидше і не потребує значних фінансових інвестицій.

Взявши за основу модель О. Остервальдера [4], побудуємо цифрову бізнес-модель підприємств, що займаються реалізацією сантехнічної продукції (рис. 6):

Як бачимо, використовуючи цифрову бізнес-модель, підприємства з реалізації сантехнічної продукції орієнтуються на споживачів зі всієї України і можуть пропонувати товари різного цінового сегменту, чого вони не можуть дозволити собі при використанні тільки традиційної бізнес-моделі. Також кардинальні зміни можна спостерігати в блоці «Пропозиції цінності», де цифрова бізнес-модель, на відміну від традиційної, надає клієнту цілодобовий доступ до товару, також пропонує ціни на товар нижче ніж у фізичних точках продажу в середньому на 10-20%. Структурні відмінності спостерігаються і в інших блоках, що пов'язано з оцифровкою всіх бізнес-процесів.

Розглядаючи іноземний досвід продажу сантехнічних товарів через Інтернет, варто відзначити що обсяг продажу коливається в діапазоні 10-15%. Тому про-

Ключові партнери: 1. Банківські установи. 2. Логістичні компанії. 3. Соціальні мережі. 4. Сайти партнери. 5. Постачальники продукції.	Ключові види діяльності: 1. Виконання онлайн-замовлень. 2. Розвиток і підтримка ІТ-інфраструктури і програмного забезпечення.	Пропозиції цінності: 1. Безкоштовний онлайн-пошук. 2. Асортимент більший ніж у фізичних ТП (з детальною інформацією про продукт 3. Ціни дешевше ніж у фізичних точках продажу на 10-20 %. 4. Цілодобовий доступ до магазину.	Взаємовідносини з клієнтами: 1. Онлайн-магазин (який перебуває в постійному пошуку клієнтів). 2. Оцінка та відгуки клієнтів. 3. Історія покупок клієнта. 4. База постійних клієнтів (онлайн профіль). 5. Автоматизація процесу покупки.	Споживацький сегмент: 1. Український споживчий ринок.
	Ключові ресурси: 1. ІТ-інфраструктура і програмне забезпечення 2. Глобальна структура виконання замовлень.			
Структура витрат: 1. Інформаційні-технології і контент-підтримка. 2. Логістика.			Потоки надходження доходів: 1. Дохід від продажу.	

Рис. 6. Цифрова бізнес-модель підприємств з реалізації сантехнічної продукції

сування товарів через Інтернет дозволить збільшити українським підприємствам з реалізації сантехнічної продукції рівень продажу сантехнічної продукції. Причому підприємство може використовувати традиційну і цифрову бізнес-моделі паралельно.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, трансформація бізнес-моделі підприємства сантехнічної галузі залежить від умов, які висуває ринок. Обсяг продажів є ключовою характеристикою діяльності, і його зростання є головною задачею підприємства. Він перебуває в постійній залежності від тенденцій внутрішнього ринку країни, від купівельної спроможності населення. Але і підприємство має можливість впливати на рівень продажу за рахунок активного використання цифрової бізнес-моделі.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Jones G.M. Educators, electrons, and business models: a problem in synthesis / G.M. Jones // *Accounting Review*. – 1960. – Vol. 35, No. 4. – P. 619-626.
2. Соолятє А.Ю. Бізнес-моделі компаній: определение, еволюція, класифікація / А.Ю. Соолятє [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://finexpert-training.ru/index.php?ID=152&articleID=358>.
3. Соолятє А.Ю. Бізнес-моделі на основі многосторонніх програм – інновації, революційно преобразующіе бізнес / А.Ю. Соолятє // *Менеджмент інновацій*. – 2011. – № 2. – С. 52-58.
4. Остервальдер А. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора / А. Остервальдер, И. Пинье; Пер. с англ. – 2-е изд. – М. : Альпин Паблишер, 2012. – 288 с.
5. Андерсон К. Длинный хвост. Эффективная модель бизнеса в Интернете / К. Андерсон. – М. : «Манн, Иванов и Фербер», 2012. – 304 с.
6. Соолятє А.Ю. Бізнес-модель – ключ к развитию бизнеса на основе инноваций / А.Ю. Соолятє // *Менеджмент інновацій*. – 2010. – № 1. – С. 40-50.
7. Краевский И.С. Эволюция определения термина «бизнес-модель» / И.С. Краевский // *Вопросы инновационной экономики*. – 2011. – № 8. – С. 10-14.
8. Стрекалова Н.Д. Бизнес-модель как полезная концепция стратегического управления / Н.Д. Стрекалова // *Проблемы современной экономики*. – 2009. – № 2. – С. 133-138.
9. Шаталов А.И. Взаимосвязь бизнес модели и результатов деятельности фирмы (материал российских компаний отрасли общественного питания) / А.И. Шаталов // *Вестник Санкт-Петербургского университета*. – 2010. – Серия 8. – Выпуск 2. – С. 24-54.
10. Magretta J. Why business models matter / J. Magretta // *Harvard Business Review*. – 2002. – No. 5. – P. 86-92.
11. Afuah A. Internet business models and strategies / A. Afuah, C. Tucci. – Boston : McGraw Hill, 2003. – 384 p.
12. Хемел Г. Во главе революции / Г. Хемел. – М. : Best Business Books, 2007. – 368 с.
13. Linder J. Changing Business Models: Surveying the Landscape 2000. Accenture Institute for Strategic Change / J. Linder, S. Cantrell [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://course.shufe.edu.cn/jpkc/zhanlue/upfiles/edit/201002/20100224120954.pdf>.
14. Timmers P. Business Models for Electronic Markets / P. Timmers // *Journal on Electronic Markets*. – 1998. – Vol. 8, No. 2. – P. 3-8.
15. Анализ украинского рынка керамики на 05.03.2013 г. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ceramic.com.ua/news-2012-05-03/>.
16. Огляд українського ринку сантехніки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.mayak.zp.ua/news/502-obzor-rinok-santexniki.html>.

УДК 338.24

Лялюк А.М.

кандидат економічних наук

Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

ВПЛИВ МАРКЕТИНГОВОГО СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВА НА РІВЕНЬ ЙОГО РИНКОВОЇ БЕЗПЕКИ

У статті досліджено вплив маркетингового стратегічного планування на ринкову безпеку підприємства. Обґрунтовано взаємозв'язок ринкової безпеки і стратегії стратегічних бізнес одиниць підприємства. Розроблена модель впливу маркетингового стратегічного планування підприємства на рівень його ринкової безпеки.

Ключові слова: ринкова безпека підприємства, планування економічної безпеки, стратегія підприємства, концепція маркетингу, маркетингове стратегічне планування.

Лялюк А.Н. ВЛИЯНИЕ МАРКЕТИНГОВОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПЛАНИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА УРОВЕНЬ ЕГО РЫНОЧНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ

В статье исследовано влияние маркетингового стратегического планирования на рыночную безопасность предприятия. Обоснована взаимосвязь рыночной безопасности и стратегии стратегических бизнес единиц предприятия. Разработана модель влияния маркетингового стратегического планирования предприятия на уровень его рыночной безопасности.

Ключевые слова: рыночная безопасность предприятия, планирование экономической безопасности, стратегия предприятия, концепция маркетинга, маркетинговое стратегическое планирование.

Lyalyuk A.M. THE EFFECT OF ENTERPRISE MARKETING STRATEGIC PLANNING ON THE LEVEL OF ITS MARKET SECURITY

The paper investigates the effect of marketing strategic planning on the enterprise market security. The study proves the interrelation between the market security and the strategy chosen for the enterprise strategic business units. The paper presents a model of the effect of enterprise marketing strategic planning on the level of its market security.

Keywords: enterprise market security, economic security planning, enterprise strategy, marketing policy, strategic marketing planning.

Постановка проблеми. Розвиток сучасного підприємства відбувається в умовах зовнішньої та внутрішньої невизначеності і змінюваності. Для збереження

стійких позицій на ринку і успішної конкуренції підприємствам необхідно враховувати невизначеність та пристосуватися до зміни умов функціонування. Тому

пріоритетним завданням є прогнозування і планування такої складової економічної безпеки як ринкова. Чим більшою невизначеністю характеризуватимуться умови функціонування підприємства, тим більшу увагу слід приділяти впливу маркетингової стратегії підприємства та планування його економічної безпеки загалом і ринкової зокрема

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Над проблемою забезпечення економічної безпеки працювали такі науковці, як Б. Дехтярьова, Г. Єфімова, А. Козаченко, Т. Коліванова, В. Ортинський, С. Шкарлет та ін. [2; 1; 10; 12; 3; 13]. Питання маркетингового стратегічного планування розглядали у своїх працях М. Бейкер, П. Дойль, Т. Левіт та ін. [9; 4; 7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Поряд з цим малодослідженим і потребує подальшого дослідження ефективність впливу маркетингової стратегії підприємства на рівень його безпечного розвитку в сучасних умовах функціонування підприємства.

Формулювання цілей статті. Метою статті є дослідити вплив маркетингового стратегічного планування на ринкову безпеку підприємства, обґрунтувати взаємозв'язок ринкової безпеки і стратегії стратегічних бізнес одиниць підприємства та розробити модель впливу маркетингового стратегічного планування підприємства на рівень його ринкової безпеки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Підприємство зможе вирішувати поставлені перед ним завдання тільки тоді, коли буде функціонувати у безпечних умовах. Тому сьогодні постійний інтерес багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених становлять питання визначення сутності поняття «безпечний розвиток підприємства», «економічна безпека його складових», «управління ринковою безпекою підприємства». Ми погоджуємося з твердженням Г. Єфімової і С. Марущак, які визначають безпечний розвиток підприємства як «безупинний процес, результативність якого залежить від здатності підприємства мати високий рівень економічної безпеки. Тобто створювати власними силами сприятливі для діяльності умови, що в свою чергу означає протистояння зовнішнім загрозам і запобіганням внутрішнім [1, с. 45]. Б. Дехтярьова під економічною безпекою підприємства розуміє «стан ефективного використання його ресурсів і існуючих ринкових можливостей, що дозволяє запобігати внутрішнім і зовнішнім загрозам і його тривале виживання, що забезпечує і стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії» [2].

Поряд із такими складовими економічної безпеки підприємства як виробнича, інформаційна, інтерфейсна та ін., важливе місце належить ринковій. В. Ортинський стверджує, що «ринкова складова економічної безпеки підприємства – це захист від неефективно обраної моделі поведінки на ринку, помилок у товарній, збутовій політиках, політиці ціноутворення, виявлення неконкурентоспроможної продукції. Ця складова економічної безпеки характеризує ступінь відповідності внутрішніх можливостей підприємства зовнішнім можливостям, які генеруються ринковим середовищем» [3].

Ефективність заходів щодо забезпечення економічної, зокрема, ринкової безпеки залежить від його управління, де найважливішим етапом є стратегічне планування. Формування ринкової безпеки підприємства за допомогою маркетингового стратегічного планування можна виконати на основі відомого підходу, який запропонував П. Дойль, дещо видозмінивши його. Як відомо, необхідність корінної зміни стратегії підприємства виникає при наступленні кри-

зової для підприємства ситуації. До симптомів кризи, як правило, відносять зниження прибутковості, скорочення частки ринку підприємства, втрата її ліквідності. Причиною даних проблем незмінно стає трансформація галузі: поява нових каналів розподілу, нових технологій, конкурентів з новими стратегіями або ланцюгами створення цінності, що дозволяє виступати з усіма привабливими для споживача пропозиціями.

Початок кризи означає, що організаційна інерція не дозволила компанії швидко і рішуче привести свою стратегію у відповідність з новим галузевим середовищем. Менеджери зобов'язані зупинити падіння і розробити програму її повернення «до життя». Найпершою задачею постає консолідація, яка включає у себе заходи із встановлення прибутковості і нормалізації руху грошових засобів: скорочення витрат, підвищення розміру чистого прибутку, позбавлення від надлишкових активів і посилення контролю над грошовими трансакціями. Довгострокова стратегічна задача підприємства полягає в трансформації [4]. Необхідно проаналізувати напрями розвитку галузі і розробити план відновлення лідируючих позицій. Даний план включає у себе розгляд нових маркетингових можливостей і визначення необхідних для її реалізації стержневих компетенцій компанії, нових систем закупок і розподілу, які дозволяють підвищити ефективність створення і донесення до споживачів цінності товару. Ціль консолідації – отримання короткотермінового прибутку, трансформація направлена на досягнення довгострокових результатів. Формування кругу лояльних до компанії споживачів. Орієнтація менеджменту виключно на короткотерміновий прибуток означає підвищення цін на товари підприємства, скорочення інвестицій і відмова від усіх вторинних видів діяльності компанії, окрім тих, які приносять поточні доходи. На жаль, в довгостроковому плані подібна практика підтримує конкурентоспроможність компанії. З іншої сторони, орієнтація виключно на ринок при незадовільних показниках прибутку також підвищує вразливість компанії.

Вирішення дилеми передбачає особливий підхід. По-перше, керівництво повинно донести до зацікавлених в діяльності компанії груп бачення сфер її діяльності, обґрунтувати їх, привести незаперечні аргументи і переконати в перспективах. По-друге, необхідно співставити терміни запланованих заходів. Саме з цієї причини така важлива фаза консолідації – вона дозволяє оптимізувати поточну діяльність, відсікаючи ті її види, які не вписуються в майбутнє підприємства, отримувати і час і ресурси для здійснення фундаментальних змін. Отже, фаза консолідації програми дозволяє прийняти заходи, направлені на подолання фінансових і функціональних симптомів хвороби, ліквідувати їх першопричини. Трансформація покликана сприяти досягненню довгострокової конкурентоздатності підприємства. Суть її полягає у вдосконаленні стержневих компетенцій і мотивації персоналу, направлених на досягнення підприємством лідерства в галузі. Трансформація проходить складніше і займає довший період часу. Оскільки завдання, які вона покликана вирішити є зовнішніми. Ціль трансформації – завоювання серця і розуму покупців та лідируючого положення на ринку [4]. Рішення стосуються уже не затрат, а результатів діяльності: розширення частки ринку, позиціонування марок, стимулювання інновацій у сфері товарів, процесів і маркетингових каналів. Розробка програми трансформації передбачає маркетингове стратегічне планування діяльності підприємства.

Основне завдання ринкового планування – адаптація компанії до змін зовнішніх умов. Успіху досягають ті з них, хто більш ефективно, порівняно з конкурентами, задовольняє потреби споживачів. Проблема полягає у тому, що вимоги споживачів піддаються змінам, а конкуренти намагаються «обійти притормозивших на найближчому повороті». У випадку «прозвівання» серйозні проблеми відчувають самі, здавалось би, стійкі підприємства. Зберегти досягнуті позиції дозволяють стратегії «закріплення на завойованому плацдармі», просування на нові ринки і розробки нових видів продукції [5].

Досить часто несподівані зовнішні зміни «потрясають основи» ринків. У науковій літературі для характеристики таких явищ зазвичай використовуються «стратегічні вікна» або «парадигматичне зрушення» [5; 6]. До основних причин відкриття стратегічних вікон відносяться:

- нові технології;
- нові сегменти;
- нові канали розподілу;
- переорієнтація ринку;
- нове законодавство.

Завданням стратегічного планування є розуміння нової ринкової ситуації, яке дозволяє компанії прогнозувати її зміни і адекватно на них реагувати. Сучасне стратегічне ринкове планування характеризується двома важливими особливостями. По-перше, воно повинне сфокусувати увагу підприємства на ринкових можливостях, його основне завдання – пошук шляхів їх реалізації шляхом використання «стратегічних вікон». По-друге, велика увага приділяється скороченню проміжку часу реакції підприємства на зовнішні зміни та їх використання для досягнення переваг над конкурентами. Стратегічне ринкове планування може бути визначено як «процес управління розвитком і збереження відповідності стратегії і організації компанії, з однієї сторони, і змінам внутрішніх умов – з іншої» [4]. Добре продумана стратегія включає у себе розгляд наступних питань:

- сфера діяльності;
- ідентифікація стратегічних бізнес-одиниць;
- розміщення ресурсів;
- розвиток відмінних конкурентних переваг;
- ефективні функціональні стратегії;
- синергізм.

Коли підприємство досягає певних розмірів, необхідно виділити у ньому самостійні бізнес-одиниці, що полегшує управлінську діяльність. Для кожної із таких СБО необхідно визначити сферу конкурентної боротьби. Досить часто підприємства визначають свій бізнес відповідно до продукції, яку вони виробляють. Однак з появою нових технологій, зміною потреб споживачів товари і послуги швидко виходять з моди. Для попередження можливого «морального зношення» Т. Левіт запропонував компаніям визначити бізнес у термінах потреб покупців, які вони обслуговують, а не в термінах виробленої продукції [7].

Одним із ефективних способів аналізу стратегічних варіантів є дослідження трьох ключових елементів бізнесу:

- кількість груп покупців (скільки сегментів ринку буде обслуговувати даний бізнес?);

- потреби клієнтів (на задоволення яких потреб клієнтів він буде спрямований?);

- технології (які технології він буде намагатися використовувати?).

Принцип портфельного планування запропонував П. Друкер, який встановив, що більшість товарів, а також ринків їх збуту можуть бути розділені на 6 основних типів:

- «завтрашні годувальники»;
- «сьогоднішні годувальники»;
- «проміжна категорія»;
- «товари вчорашнього дня»;
- «ті, що плетуться в хвості»;
- «фіаско» [7].

Останнім часом широко використовуються більш досконалі методи портфельного планування, це зокрема матриця «ріст/частка ринку» БКГ, моделі McKinsey, Shell. Зокрема, заслуговує на вагу модель компанії Shell Chemical, яку ще називають «матрицею вибору напрямків», згідно з якою, даються 9 стратегічних рекомендацій:

1. Лідер.
2. Зростаючий лідер.
3. СБО, яка потребує прикладання додаткових зусиль.
4. Генерація грошових засобів.
5. Обережний розвиток.
6. Усе або нічого.
- 7 і 8. Поступове видалення.
9. Видалення [8].

В ієрархії планів Стратегія СБО займає проміжне положення між завданнями розвитку підприємства і детальними планами випуску конкретної продукції і освоєння ринків. У той час як корпоративний план встановлює загальний напрямок розвитку компанії, бізнес-план її підрозділів детально визначає, яким чином будуть досягнуті стійкі переваги над конкурентами, у чому буде полягати вклад СБО у вирішення задач, які постають перед підприємством загалом. Взаємозв'язок ринкової безпеки і стратегії СБО підприємства подано на рис. 1.

Правильний вибір споживачів і адекватна реакція на їх потреби – основний момент стратегії. При цільовому виборі покупців необхідна інформація, яка дозволяє дати відповіді на наступні питання:

1. Хто є споживачами підприємства і хто повинен до них відноситися?

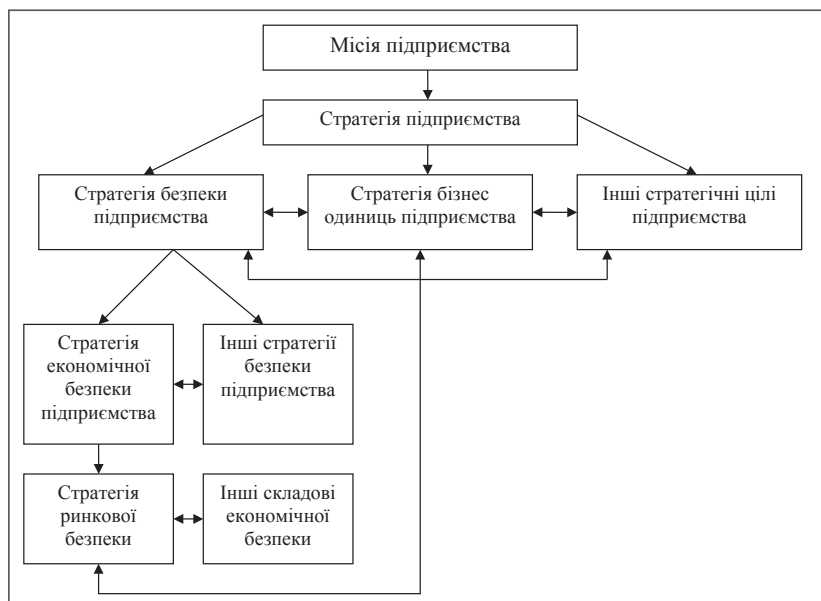


Рис. 1. Взаємозв'язок ринкової безпеки і стратегії СБО підприємства



Рис. 2. Модель впливу маркетингового стратегічного планування підприємства на рівень його ринкової безпеки

2. На яких сегментах слід зосереджувати свої зусилля?

3. Хто приймає рішення про купівлю?

4. Що вони купують?

5. Де вони купують?

6. Коли вони купують?

Підприємство не просто повинно йти назустріч потребам покупців, але і випереджувати у цьому своїх конкурентів. По суті, конкурентний аналіз зводиться до пошуку відповідей на питання про те, хто є суперниками підприємства, які їх цілі, у чому полягають їх сильні і слабкі сторони, якою повинна бути стратегія стосовно конкуруючих фірм, як слід реагувати на стратегії конкурентів. Стержнева, основоположна стратегія бізнесу направлена на пошук шляхів досягнення стійких переваг над конкурентами, яка повинна базуватися на використанні п'яти факторів:

- привабливість ціни;
- диференціювання товару;
- диференціювання наданих послуг;
- персональна диференціація;
- диференціювання іміджу підприємства.

Розробка і реалізація маркетингової стратегії підприємства передбачає формування маркетингової концепції підприємства. Успіх стратегічного планування залежить від виваженої маркетингової стратегії щодо вивчення ринкових можливостей, розробки комплексу маркетингу, маркетингового планування і контролю (рис. 2). Концепція маркетингу – це сучасний підхід у підприємницькій діяльності, відповідно до якого досягнення мети є визначення нестатків і потреб цільових ринків та забезпечення бажаної задоволеності більш ефективними і більш продуктивними, ніж у конкурентів методами [10]. Основні функції маркетингу на підприємстві:

- створення продукції, яка володіє цінністю для потенційного партнера по угоді;
- визначення розміру компенсації, яку готовий жертвувати потенційний партнер;
- надання потенційного товару чи послуги у розпорядження потенційного партнера по угоді;

- залучення потенційного партнера по угоді та вплив на його почуття і переваги стосовно пропонованого товару чи послуги.

Типологія Маккарті стала відомою як класифікація «4P», оскільки вона виділяє чотири класи об'єктів під чотирма назвами, які починаються з англійської букви P: product, price, place, promotion (товар, ціна, місце, просування). Незважаючи на те, що Маккарті лише позначив ці чотири класи, не описавши їх, вони приблизно поєднуються з чотирма згаданими вище основоположними функціями маркетингу [9]. На сьогодні «4P» включає такі інструменти:

Product: асортимент, торгова марка, упаковка, гарантія виробника, можливість варіації характеристик товару.

Price: ціна, основні умови оплати, основні знижки, умови кредитування, направлені на довгострокову підтримку діяльності компанії.

Place: різноманітні види каналів розподілу, широта системи розподілу, умови поставки, рекомендації із збуту.

Promotion: мікс масових комунікацій і просування, мікс особистих комунікацій, мікс пропаганди.

Висновки з цього дослідження. Враховуючи вищевикладене, можна зробити висновок про доцільність формування моделі впливу маркетингового стратегічного планування підприємства на рівень його ринкової безпеки яка передбачає такі складові:

- формування інформаційної бази для визначення рівня ринкової безпеки підприємства;
- розрахунок рівня ринкової безпеки підприємства;
- визначення стратегії ринкової безпеки і її узгодження з економічною безпекою підприємства;
- визначення основних стратегічних цілей стосовно споживачів і конкурентів;
- виявлення конкурентних переваг;
- розробка концепції маркетингу підприємства;
- формування маркетингу-мікс підприємства;
- реалізація маркетингових стратегій;
- аналіз і контроль маркетингової діяльності.

Дана модель дозволить підприємству подолати невизначеність зовнішнього середовища, а отже сприятиме зниженню рівня його ринкової безпеки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Єфімова Г.В. Планування безпечного розвитку підприємства на основі результатів діагностики рівня його економічної безпеки / Г.В. Єфімова, С.М. Марущак // Економіка: реалії часу. Новий журнал. – 2013. – № 3(8). С. 43-49 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/No3/43-49.pdf>.
2. Дегтярьова Б. Економічна діагностика / Б. Дегтярьова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://elkniga.info/book_261.html.
3. Ортинський В.Л. Економічна безпека підприємств, організацій та установ / В.Л. Ортинський [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://pidruchniki.ws/1663080551264/ekonomika/ekonomichna_bezpeka_pidpriemstv_organizatsiy_ta_ustanov_-_ortinskiy_ Дойль П. Маркетинг-менеджмент и стратегии.
4. П. Дойль [3-е изд.] [пер.с англ.]. – СПб. : Питер, 2002. – 544 с.
5. Хартли Р.Ф. Ошибки и успехи в маркетинге / Р.Ф. Хартли [8-е

- изд.], [пер. с англ.]. – М. : Издательский дом «Вильямс», 2003. – 480 с.
6. Druke Peter F r , Managing for Results. – London : Heinemann / Peter F. Druker. 1964.
 7. Левитт Т. Маркетинговая миопия: в кн. Классика маркетинга / составители Эникс Б.М., Кокс К.Т., Моква М.Б. – СПб. : Питер, 2001.
 8. Hussey D.E. Portfolio analysis6 practical experience with the directional policy matrix / D.E. Hussey // Long Range Planning. – 1978. – P. 78-79.
 9. Бейкер М. Теория маркетинга / [под. ред. М. Бейкера]. – СПб. : Питер, 2002. – 464 с.
 10. Козаченко А.В. Экономическая безопасность предприятия: сущность и механизм обеспечения / А.В. Козаченко, В.П. Пономарьев, А.Н. Ляшенко. – К. : Либра, 2003. – 280 с.
 11. Коліванова Т.В. Функціональні складові економічної безпеки підприємства/ Т.В. Коліванова // VI Міжнародна науково-практична Інтернет-конференція «Соціально-економічні реформи в контексті інтеграційного вибору України», 25-26 травня 2009 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.confcontact.com/2009reform.php>.
 12. Фоміна М.В. Проблеми економічно безпечного розвитку підприємств: теорія і практика : [моногр.] / М.В. Фоміна. Донецьк, 2005. – 141 с.
 13. Шкарлет С.М. Економічна безпека підприємства: інноваційний аспект : [моногр.] / С.М. Шкарлет.- К. : Книжкове видавництво Нау, 2007. – 436 с.

УДК 339.138:664.6

Малюк С.О.

*кандидат економічних наук,
старший викладач кафедри цивільно-правових дисциплін
Миколаївського інституту права
Національного університету «Одеська юридична академія»*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

У статті досліджено концептуальні підходи до визначення сутності «конкурентної стратегії». Зокрема, розглянуто апіорний та апостеріорний підходи до типологізації стратегій. Проаналізовано та узагальнено погляди науковців щодо класифікації конкурентних стратегій підприємств. Досліджено теоретичні основи формування конкурентних стратегій на підприємстві. Розглянуто процес розробки конкурентної стратегії за допомогою виділення стратегічних зон господарювання (СЗГ).

Ключові слова: конкурентна стратегія, апіорний підхід, апостеріорний підхід, базові стратегії розвитку, стратегічна зона господарювання (СЗГ), стратегічні господарські центри (СГЦ), формування конкурентної стратегії.

Малюк С.А. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ФОРМИРОВАНИЮ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

В статье исследованы концептуальные подходы к определению сущности понятия «конкурентной стратегии». В частности, рассмотрены априорный и апостериорный подходы типологизации стратегий. Проанализированы и обобщены взгляды ученых относительно классификации конкурентных стратегий предприятий. Исследованы теоретические основы формирования конкурентных стратегий на предприятии. Рассмотрен процесс разработки конкурентной стратегии с помощью выделения стратегических зон хозяйствования (СЗХ).

Ключевые слова: конкурентная стратегия, априорный подход, апостериорный подход, базовые стратегии развития, стратегическая зона хозяйствования (СЗХ), стратегические хозяйственные центры (СХЦ), формирование конкурентной стратегии.

Malyuk S.O. CONCEPTUAL APPROACHES TO FORMING COMPETITIVE STRATEGY OF THE FOOD INDUSTRY

The article deals with the conceptual approaches to defining the content of «competitive strategy». In particular, it was studied the a priori and a posteriori approaches to classify strategies. It was analyzed and summarized the views of scientists on the classification of competitive strategies of enterprises. It was studied the theoretical basis for the formation of competitive strategies in the enterprise. Also it was considered the process of developing a competitive strategy with the help of the selection the strategic areas of management (SMA).

Keywords: competitive strategy, a priori approach, a posteriori approach, the basic development strategy, strategic management area (SMA), strategic business centers (SBC), the formation of competitive strategy.

Постановка проблеми. Формування ринкової економіки в Україні супроводжується радикальними змінами в господарській діяльності підприємств. Динамічна зміна технологій, боротьба за споживача і якість продукції, посилення конкуренції змушують, в остаточному підсумку суб'єктів господарювання по-новому дивитися на комплекс питань, пов'язаних з формуванням і розвитком стратегій їх діяльності. Враховуючи матеріалоемність продукції більшості харчових підприємств, нагальним є питання розробки та реалізації стратегій ресурсозбереження, скорочення матеріальних витрат зазначених підприємств, задля підвищення рівня конкурентоспроможності виробників та забезпечення продовольчої безпеки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам формування конкурентної стратегії підпри-

ємств присвячені наукові праці таких зарубіжних та вітчизняних вчених, як: І. Ансофф [5], М. Портер [7], А. Чандлер [3], Катькало В.С. [2], Мізюк Б.М. [1], Пастухова В.В. [4], Бартошук О.В. [6], Купріянов Н.С., Міхненко О.В., Щербакова Т.С. [8] та ін. Зокрема, І. Ансофф, К. Ендрюс та А. Чандлер є основоположниками наукових досліджень стратегій фірм. Особливої уваги заслуговує підхід І. Ансоффа до класифікації стратегій виходячи з рівня прийняття стратегічних рішень, а також матриця «продукт-ринок». Катькало В.С. зробив значний вклад у вивчення генезису поняття «стратегії» та «стратегічного управління», а також у дослідження еволюції наукової думки у сфері стратегічного менеджменту. Купріянов Н.С., Міхненко О.В. та Щербакова Т.С., вивчаючи стратегічний менеджмент у галузі будівни-

цтва, розробили власну модель реалізації конкурентної стратегії, яка, враховуючи свою універсальність, може бути реалізована і в інших галузях народного господарства. Бартошук О.В., досліджуючи стратегічне управління туристичною галуззю, зробила значний вклад в обґрунтування теоретичних аспектів формування конкурентних стратегій підприємств. Але, незважаючи на теоретичні дослідження різних аспектів процесу розробки стратегій, потребує комплексного дослідження формування стратегії розвитку підприємств харчової промисловості в перехідній економіці.

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати мету написання статті, яка полягає у всебічному дослідженні поняття «конкурентної стратегії» та особливостей її формування на вітчизняних підприємствах харчової промисловості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Поняття «стратегія» (від грецького – *strategia*) дослівно означає «мистецтво генерала», тобто за походженням це військовий термін [1, с. 12]. Загальноприйнятим є датування початку наукових досліджень стратегій фірм саме 1960 р., коли вийшли з друку три книги основоположників цього розділу теорії менеджменту: трактат А. Чандлера «Стратегія і структура», колективний підручник Гарвардської школи бізнесу «Політика бізнесу», автором аналітичного тексту до якого був К. Ендрюс, та фундаментальна праця І. Ансоффа «Корпоративна стратегія» [2, с. 8].

Поняття «стратегії» у класичному розумінні дещо відрізняється від комплексного підходу. Так, відповідно до теорії А. Чандлера, стратегія – це визначення основних довгострокових цілей і завдань підприємства, визначення курсу дій і розподіл ресурсів, необхідних для їх досягнення [3, с. 129].

Згідно з комплексним підходом, стратегія – це не тільки засіб досягнення цілей і здійснення місії, це – програма функціонування підприємства в зовнішньому середовищі, взаємодії з конкурентами, задоволення клієнтів, реалізація інтересів акціонерів, зміцнення конкурентних позицій підприємства. Так, Дж. Джонсон та К. Скулс [4, с. 23] розглядають стратегію як напрям і масштаб дій у довгостроковому плані, що в ідеалі приводить ресурси компанії у відповідність до мінливого середовища функціонування (ринку, споживачі, клієнти) так, щоб компанія відповідала очікуванням власників часток участі в ній. Отже, за класичним підходом стратегія є загальним напрямом дій, що визначає досягнення підприємством конкурентних переваг та розвиток у перспективі. Комплексний підхід розкриває багатофункціональний характер стратегії фірми, та акцентує увагу саме на її відмінностях від конкурентів, враховуючи які можна зміцнити свої позиції на ринку та завоювати нові його сегменти.

За І. Ансоффом, стратегія – один з декількох наборів правил прийняття рішень щодо поведінки організації в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток підприємства [5, с. 159]. Так, І. Ансофф виділяє чотири групи правил: 1) правила встановлення відносин підприємства із зовнішнім середовищем; 2) правила встановлення відносин і процесів всередині підприємства; 3) правила ведення щоденних справ; 4) засоби вимірювання результатів сучасної і майбутньої діяльності компанії.

Аналіз наукових джерел [6, с. 38] дозволяє виділити два основних підходи до розуміння сутності поняття «стратегія»: парадигма стратегічної раціональності, або школа стратегії за змістом та парадигма стратегічної поведінки, або школа стратегії за

процесом. Перша школа пов'язує стратегію із плановим розподілом ресурсів для досягнення визначених цілей, здійсненням процедур за визначеною схемою, програмуванням процесу формування стратегії у вигляді стратегічних планів. Друга школа стратегії за процесом зосереджується на м'яких формах стратегічних підходів, відповідно до яких стратегія не означає ретельно продуманого набору правил і процедур, а відображає загальні орієнтири дій в умовах невизначеності. Незважаючи на розбіжності цих підходів, вони мають спільні сторони, а саме: орієнтація стратегії на перспективу, високий ступінь гнучкості, визнання необхідності встановлення цілей розвитку діяльності.

Огляд літератури щодо визначення сутності стратегій, дав можливість сформулювати власне поняття «конкурентної стратегії підприємства». Пропонуємо таке визначення: конкурентна стратегія – це концепція довгострокового розвитку підприємства, що реалізується з метою досягнення вигідної конкурентної позиції на ринку, шляхом адаптаційної поведінки підприємства до мікро- та макросередовища.

Різноманітність стратегій, що застосовуються у стратегічному управлінні, досить значна. При типологізації стратегій виділяють два основні підходи: апріорний і апостеріорний. Апріорний підхід передбачає, що типи стратегій формулюються на основі теоретичних, концептуальних моделей, а потім перевіряються та аналізуються на основі емпіричних даних. Основним недоліком цього підходу є те, що він часто не відображає реального світу бізнесу. Апостеріорний підхід до класифікації стратегій, на відміну від апріорного, полягає у тому, що типологія стратегій формується на основі вивчення емпіричних даних, з визначенням найбільш важливих стратегічних змінних, які будуть становити основу при створенні типології стратегій. Отже, використання апостеріорного підходу до аналізу стратегій дозволяє виявити різноманітність стратегій, використовуваних реальними підприємствами, оскільки він не несе в собі готових теоретичних моделей і багато в чому ґрунтується на емпіричному матеріалі. Враховуючи більш деталізований апостеріорний підхід, можна зауважити на доцільності використання його в сучасних умовах.

Базові стратегії розвитку підприємства обираються відповідно до циклу його розвитку. При цьому цикл розвитку підприємства розглядається як послідовна зміна стадій «зростання» – «нестабільність» – «виживання». Він демонструє, що наступає в процесі функціонування підприємства ситуація, коли при деяких зовнішніх загрозах і внутрішніх слабкостях воно переходить від успішного розвитку до погіршення своєї фінансово-господарської діяльності. Кожне підприємство в умовах ринкової економіки, як би успішно воно не функціонувало, протягом свого «життя» проходить через перші дві, а іноді й всі три стадії циклу розвитку підприємства. Завдання керівництва полягає в мінімізації часу на проходження другої і третьої стадій і максимізації часу економічного зростання. Відповідно до циклу розвитку, підприємства виділяються три базові стратегії: зростання, стабілізації й виживання.

Стратегія зростання у своєму найпростішому вигляді може бути реалізована за допомогою матриці можливостей І. Ансоффа. У зв'язку із цим необхідно, насамперед, розкрити зміст й сфери застосування матриці можливостей І. Ансоффа. Матриця можливостей І. Ансоффа, відома також як матриця «продукт-ринку». Ця матриця, в принципі, передбачає

використання чотирьох стратегій [5, с. 177]: 1) проникнення на ринок; 2) розвиток ринку; 3) розробка товару; 4) диверсифікованість.

Вибір конкретної стратегії залежить від ступеня насиченості ринку й можливостей підприємства постійно оновлювати виробництво.

Стратегія «проникнення на ринок» ефективна для підприємства, коли ринок зростає або ще ненасичений. Підприємство прагне розширити збут товарів на існуючих ринках за допомогою інтенсифікації руху товарів, поступального просування й конкурентоспроможності цін.

Стратегія «розвитку ринку» ефективна, якщо підприємство прагне розширити свій місцевий внутрішній ринок, або виникають нові сегменти ринку, або для добре відомої продукції виявляються нові сфери застосування.

Стратегія «розробки товару» ефективна, якщо підприємство і його продукція користуються прихильністю споживача. Підприємство розробляє нові й модифікує старі товари, роблячи упор на поліпшення якості.

Стратегія «диверсифікованості» застосовується для того, щоб підприємство не залежало від ринкової кон'юнктури одного товару. Воно повинне почати випуск нових товарів, орієнтованих на нові ринки.

Стратегія стабілізації застосовується на стадії нестабільності. Вона носить оборонний характер і спрямована на перехід до стадії зростання. Здійснюється найчастіше за рахунок економії витрат і структурної перебудови фінансово-господарської діяльності підприємства.

Стратегія виживання також носить суто оборонний характер і застосовується на стадії виживання, маючи своєю метою вихід на режим стабільного функціонування. Дана стратегія не може бути довготривалою. Вона вимагає швидких, рішучих і неординарних дій в умовах твердої централізації управління і пов'язана з корінною перебудовою всієї діяльності підприємства.

Базові стратегії розвитку підприємства конкретизуються у функціональних стратегіях відповідно до основних напрямків діяльності, забезпечуючи досягнення основної мети підприємства.

З погляду обґрунтування й розвитку конкурентних стратегій організації найбільший інтерес являє класифікація стратегій виходячи з рівня прийняття стратегічних рішень, запропонована І. Ансоффом [5, с. 315]. На його думку, корпоративна стратегія є загальним планом управління, поширюється на всю компанію, охоплюючи всі напрямки її діяльності. Вона складається з дій, що вживають для затвердження своїх позицій у різних галузях діяльності, і підходів, використовуваних для управління справами компанії. Корпоративна стратегія охоплює весь господарський портфель фірми. Ділова (конкурентна) стратегія концентрується на діях і підходах, пов'язаних з управлінням і спрямованих на забезпечення успішної діяльності в одній специфічній сфері бізнесу (стратегічній зоні господарювання). Функціональна стратегія відноситься до плану управління поточною діяльністю окремого підрозділу або ключового функціонального напрямку всередині певної сфери діяльності. Операційна стратегія відноситься до ще більш конкретних стратегічних ініціатив і підходів у керівництві ключовими оперативними одиницями при вирішенні щоденних оперативних завдань, що мають стратегічну важливість.

Один з основних підходів до вибору конкурентних стратегій заснований на тематичі конкурентоспроможності фірми і плануванні її конкурентного статусу. Даний підхід розроблений М. Портером. Послі-

довники виділили три базові конкурентні стратегії, що володіють універсальною застосовністю, за допомогою яких фірма може забезпечити собі конкурентні переваги. Стратегія лідерства (домінування) по витратах, що являє собою першу базову конкурентну стратегію, дозволяє досягти собівартості продукції меншої, ніж в конкурента, за рахунок внутрішніх переваг, а також використання організаційних і виробничих «ноу-хау». Другою базовою конкурентною стратегією по М. Портеру є стратегія диференціації продукції. Диференціація продукції орієнтована на покупців, готових заплатити більше, але за більш високу якість або за більш широкий спектр споживчих якостей товару. Диференціація може бути горизонтальною і вертикальною. Фокусування являє собою зосередження зусиль на якому-небудь сегменті ринку (споживчій ніші), що характеризується особливими потребами, з метою кращого, чим у конкурентів, їх задоволення. Фокусування є третьою базовою конкурентною стратегією, згідно з підходом, запропонованим М. Портером [7, с. 208].

На відміну від прихильників «комбінування» стратегій задля забезпечення стійких переваг підприємства, М. Портер пропонує зосередитися тільки на одній базовій конкурентній стратегії. На його думку, сама більша стратегічна помилка полягає в тому, щоб спробувати використовувати всі базові стратегії одночасно.

Говорячи про процес розробки і реалізації конкурентних стратегій, необхідно відзначити, що найбільш логічно обґрунтованим, на нашу думку, є процес реалізації конкурентних стратегій, розроблений Н.С. Купріяновим, О.В. Міхненковим та Т.С. Щербакіною. Зокрема, вони пропонують розбити процес реалізації стратегій на наступні етапи: 1) підготовка інформації, використовуваної на всіх етапах реалізації стратегії; 2) планування, програмування, бюджетування прийнятих рішень; 3) виконання рішень; 4) контроль [8, с. 75]. Цінність даної моделі полягає в тому, що зміст представлених елементів варіює залежно від рівня мінливості зовнішніх умов функціонування фірми, що є особливо важливим при використанні даної моделі в діяльності українських підприємств, що функціонують в умовах мінливого та нестабільного зовнішнього середовища.

В сучасних умовах серед управлінців найбільш популярною є теорія розробки стратегій за допомогою виділення стратегічних зон господарювання. Використання такого підходу дає можливість підприємствам більш ефективно здійснювати стратегічне управління, збалансовувати ресурсні можливості та забезпечувати оптимізацію використання виробничих потужностей.

Стратегічна зона господарювання (СЗГ) – це окремий сегмент зовнішнього середовища підприємства, на який воно має (або прагне мати) вихід.

Для виділення СЗГ застосовуються наступні їхні параметри: 1) потреба потенційних споживачів у продукції; 2) можливі технологічні рішення, що дозволяють створити продукцію для задоволення виявленої потреби.

На підставі виділених потреб і технологічних рішень уточнюється тип клієнта (покупця), а також визначаються територіальні межі, де концентрується основна маса клієнтів. Шляхом аналізу перерахованих параметрів встановлюється, які з них можуть забезпечити успіх підприємства в даній СЗГ.

Висновки з проведеного дослідження. На підставі розглянутого матеріалу можна зробити наступні висновки:

1. Конкурентні стратегії господарюючих суб'єктів являють собою процес визначення й установаження зв'язків системи з її оточенням, що полягають у реалізації обраної мети та у спробах досягти бажаного стану системи за допомогою оптимального розподілу ресурсів. Стратегія є детермінованою категорією, разом з тим вона має стохастичний характер, тобто формується під впливом випадкових факторів.

2. Різноманітність стратегій досить велика, при цьому існують два основні підходи до розробки типології стратегій: апіорний, при якому типи стратегій формулюються на основі теоретичних, концептуальних моделей, а також апостеріорний, при якому типологія стратегій формується на основі вивчення емпіричних даних.

3. Конкурентна стратегія являє собою ділову стратегію підприємства; вона розробляється на рівні підрозділу підприємства; об'єктом її реалізації є стратегічна зона господарювання (СЗГ) підприємства.

4. Процес розробки і реалізації конкурентних стратегій включає ряд етапів, кожний з яких має самостійне значення й вимагає застосування специфічних, з погляду розробки і реалізації конкурентних стратегій, процедур і методик. Особливе місце в процесі реалізації стратегії займає розробка та підготовка планів, а також здійснення контролю за ходом реалізації стратегії.

Підприємства харчової промисловості як об'єкт стратегічного планування мають наступні особливості:

1. Підприємства харчової промисловості первинної переробки прямо залежать від функціонування сільського господарства – основного постачальника сировини. Діяльність сільськогосподарських підприємств носить яскраво виражений сезонний характер, вона характеризується високим ступенем невизначеності, тому прийняття стратегічних планових рішень ускладнюється.

2. Продукція більшості харчових підприємств є матеріалоемною, що є важливим методологічним аспектом у стратегічному плануванні. У собівартості продукції на частку матеріальних витрат доводиться від 60 до 80%. У зв'язку з цим особливий вплив на функціонування підприємств виявляють ціни, якість і умови поставки сировини й матеріалів, що обумовлює облік при формуванні стратегії взаємодії й довгостроковості контрактів з постачальниками, а також вимагає твердого планування обсягу запасів сировини, матеріалів, тари тощо. Крім того, значна матеріалоемність орієнтує підприємства на формування й реалізацію стратегій ресурсозбереження, пошук шляхів і резервів скорочення матеріальних витрат.

3. Для багатьох підприємств харчової промисловості характерне відставання в часі вкладення коштів у сировину й матеріали й одержання оплати за продукцію. Цим диктується особлива актуальність і значимість стратегічного фінансового планування на підприємствах.

4. Для деяких харчових підприємств характерні коливання попиту на готову продукцію. Виходячи з цього, при розробці стратегії підприємства необхідний аналіз еластичності попиту на продукцію в залежності від сезонності та інших зовнішніх чинників.

5. У якості основного споживача продукції харчової промисловості виступає населення. У цей час саме низький платоспроможний попит стримує розвиток багатьох підприємств, тому на перший план виходить тверде планування витрат виробництва, пошук і реалізація резервів зниження витрат.

6. Підприємства харчової промисловості відносяться до технологічного типу, вони функціонують на основі системи базових технологічних процесів, заміна яких привела б до зміни самого профілю підприємства. Еволюційна зміна технології для харчових підприємств може бути лише результатом тривалих науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок. Отже, найважливішим структурним елементом стратегічного плану підприємства повинна стати технологічна стратегія й стратегічний план НДДКР.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мізюк Б.М. Стратегічне управління : підручник. – Львів : Магнолія плюс, 2006. – 392 с.
2. Катькало В.С. Исходные концепции стратегического управления и их современная оценка / В.С. Катькало // Российский журнал менеджмента. – 2003. – № 1. – С. 7-30.
3. Chandler A.D. Strategy and structure; Chapters in the History of the history of the Industrial Enterprises. MIT Press, Cambridge, Mass, 1962. – 463 p.
4. Пастухова В.В. Стратегічне управління підприємством: філософія, політика, ефективність : монографія. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2002. – 302 с.
5. Ансофф И. Стратегическое управление: сокр. пер. с англ. / науч. ред. Л.И. Евенко. – Москва : Экономика, 1989. – 519 с.
6. Бартошук О.В. Концептуальні підходи до формування стратегії розвитку туристичної галузі / О.В. Бартошук // Економічний часопис-XXI. – 2012. – № 3-4. – С. 38-41.
7. Портер М. Е. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів / Майкл Портер ; пер. з англ. К. Олійника, Р. Скільського. – К. : Основи, 1997. – 390 с.
8. Куприянов Н.С. Стратегический менеджмент в строительстве: учеб. пособие. / Н.С. Куприянов, О.В. Михненко, Т.С. Щербакова. – Москва : ИНФРА-М, 2007. – 336 с.

УДК 330.366

Маслюк О.В.

аспірант

Сумського національного аграрного університету

КРИТЕРІЙ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІЙНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ

Стаття присвячена розробці методики визначення конкурентоспроможності підприємства на основі його економічної стійкості. Авторський підхід базується на використанні основних потенціалів підприємства: процесного, проектного, об'єктного. Окреслено напрямки формування комплексного механізму оцінки з врахуванням впливу фінансової складової економічної стійкості в відповідному макросередовищі.

Ключові слова: стійкість, конкурентоспроможність, потенціал, підприємство, ефективність.

Маслюк О.В. КРИТЕРИЙ ОЦЕНКИ ПОТЕНЦИАЛЬНОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ

Статья посвящена разработке методики определения конкурентоспособности предприятия на основе его экономической устойчивости. Авторский подход базируется на использовании основных потенциалов предприятия: процессного, проектного, объектного. Очерчены направления формирования комплексного механизма оценки с учетом влияния финансовой составляющей экономической устойчивости в соответствующей макросреде.

Ключевые слова: устойчивость, конкурентоспособность, потенциал, предприятие, эффективность.

Masliuk O.V. CRITERION OF ESTIMATION TO COMPETITIVENESS OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISE ON BASIS OF ECONOMIC STABILITY

The article deals with development of methodology of determination of competitiveness of enterprise on the basis of his economic stability. Authorial approach is based on the use of basic elements of potential of enterprise: process, project, objective. Directions of forming of complex mechanism of estimation are outlined taking into account influence of financial constituent of economic stability in a corresponding macro environment.

Keywords: stability, competitiveness, potential, enterprise, efficiency.

Постановка проблеми. Сучасний ринок, який формує умови діяльності та вектор розвитку машинобудівних підприємств України, викликає необхідність побудови системи оціночних показників конкурентоспроможності підприємств на основі збереження їхньої економічної стійкості. Актуалізується питання розробки критерію оцінки конкурентоспроможності вітчизняного машинобудівного підприємства, який дозволить би порівняти його економічну стійкість з аналогічними підприємствами, представленими на ринку.

Значимим аспектом формування об'єктного, проектного, процесного потенціалів сучасного підприємства є фінансова складова, яка визначається макросередовищем, де здійснює свою діяльність суб'єкт господарювання.

Оцінка конкурентоспроможності підприємства, що є головним результатом управлінської діяльності, стає тим «зворотнім імпульсом», який визначає процедуру формування та збереження економічної стійкості підприємства в майбутньому.

Такий критерій повинен призваний розпізнавати рівень відповідності діяльності машинобудівного підприємства зовнішньому середовищу, а також відхилень від оптимального вектору його розвитку, що визначається ефективністю використання наявного потенціалу.

Все вищезазначене окреслює проблему розробки методології оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства на основі його економічної стійкості, основою якої повинна стати її якісно-кількісна визначеність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковцями ведеться постійний пошук найбільш ефективної методики оцінювання конкурентоспроможності підприємства. Такими вченими, як Н. Верхоглядвою, Н. Краснокутською, Д. Козенковим зроблено суттєвий вклад в розробку теоретико-методологічних

засад оцінки кадрового потенціалу підприємства [1; 2; 3]. Огляд наукових праць І. Копитова, С. Шапошнікова, присвячених пошуку оптимального критерію оцінки ефективності виробництва на підприємствах, показує, що кількісний вираз ефективності відображається через взаємопов'язану систему показників, які є характеристикою окремих елементів виробничого процесу. Дана система забезпечує взаємозв'язок критерію та системи конкретних показників, а також визначати рівень ефективності використання ресурсів [4; 5]. Під маркетинговим потенціалом В. Гончарук, В. Шкардун розуміють виявлення прихованого потенціалу підприємства за рахунок дослідження макросередовища та розробку рекомендацій з приведення стану підприємства згідно з умовами зовнішнього середовища [6; 7].

Постановка завдання. У зв'язку з вищевикладеним особливого значення набувають методико-практичні аспекти даної проблеми, пов'язані з математичним моделюванням оцінки конкурентоспроможності машинобудівного підприємства на основі його економічної стійкості.

Виклад основного матеріалу дослідження. Методологія дослідження конкурентоспроможності машинобудівного підприємства в рамках нашого дослідження базується на його економічній стійкості та процедурі її формування й збереження. Відображення такого взаємозв'язку наведено нами в роботі [9].

Достатність конкурентоспроможності машинобудівного підприємства буде в цьому плані трактуватися нами як рівень реалізації потенціалів підприємства.

Остаточний рівень конкурентоспроможності машинобудівного підприємства ми можемо визначати з наступної позиції: якщо реалізація потенціалів підприємства є максимальною (порівняно з еталоном), то і рівень конкурентоспроможності є максимальним для даного підприємства.

Такий підхід, на наш погляд, буде характеризуватись об'єктивністю, яка визначається відображенням ефективності управління конкурентоспроможністю машинобудівного підприємства з точки зору кінцевого результату його діяльності, а також буде визначати якісний вплив дій суб'єкта господарювання на цей остаточний рівень.

Реалізація такого підходу повинна враховувати еталон конкурентоспроможності вітчизняного машинобудівного підприємства, який повинен бути визначений для машинобудівної галузі по запропонованим вище показникам, які характеризують проектний, об'єктний та процесний потенціали підприємства (див. [8]).

В якості основи для отримання еталонного показника пропонуємо використовувати не суб'єктивні рішення експертів, а значення, що характеризує даний показник в середньому по галузі машинобудування в відповідний період часу. Саме такий підхід буде відповідати практиці ринкової конкуренції машинобудівних підприємств.

Після розрахунку відповідних коефіцієнтів за досліджуваними машинобудівними підприємствами приведемо їх до єдиного масштабу розмірності, для чого показник еталону (машинобудівної галузі) візьмемо за одиницю, а показники за підприємствами визначимо як частки по відношенню до еталонного показника.

Як видно з отриманих даних (див. табл. 1), в такому підприємстві, як ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш» спостерігається суттєве перевищення обраних показників реалізації його потенціалу в порівнянні з середньо галузевими (окрім частки маркетингового

ресурсу підприємства в загальній кількості активів). Інші машинобудівні підприємства Сумської області мають досить мінливе становище, оскільки частина показників є вищою середньо галузевих значень, а частина – значно нижчою.

На наступному етапі слід визначити вагомість кожного коефіцієнта в відповідній групі показників, що характеризують проектний, об'єктний, процесний потенціали підприємств.

Використовуючи отримані дані складемо таблицю 2, в якій представимо рівень (процент) впливу або вагомість кожного з показників відповідної групи потенціалів машинобудівного підприємства.

Для детального опису запропонованої нами моделі виконаємо групування досліджуваних підприємств у відповідності з розрахованими для них інтегральними показниками конкурентоспроможності підприємства на основі його процесного, проектного та об'єктного потенціалів. Це, в свою чергу, дасть можливість побудувати шкалу конкурентоспроможного потенціалу машинобудівних підприємств на основі його економічної стійкості.

Використовуючи дані таблиць 1 та 2 можемо розрахувати показники, що відобразять проектний, об'єктний та процесний потенціали досліджуваних машинобудівних підприємств Сумської області в 2010-2012 роках. Отримані результати дозволили визначити інтервали групування, при умові ділення на дві групи, що характеризують низький та високий рівні потенційної конкурентоспроможності досліджуваних підприємств. Так для об'єктного потенціалу таким інтервалом буде значення «136,7», для проектного потенціалу – «18,25», для процесного потенціалу – «5,46»

Таблиця 1

Значення коефіцієнтів, що характеризують об'єктний, проектний, процесний потенціали машинобудівних підприємств Сумської області на початок 2013 року, порівняно з еталонним показником, приведених до єдиного масштабу розмірності

Показник	Галузь машинобудування	ВАТ «Науково-дослідний і проектно-конструкторський інститут атомного та енергетичного насособудування»	ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш»	ПАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М.В.Фрунзе»	ПАТ «Науково-виробниче акціонерне товариство ВНДКомп-ресормаш»	ПАТ «Лебединський машинобудівний дослідно-експериментальний завод «ТЕМП»	ПАТ Роменський завод «Тракторозапчастина»	ПАТ «Лебединський завод поршневих клієць»
Об'єктний потенціал								
продуктивність праці	1,0	0,29	1,55	1,12	1,36	1,04	1,00	0,20
рівень заробітної плати	1,0	1,26	1,60	1,28	1,38	0,72	1,03	0,63
Проектний потенціал								
частка маркетингового ресурсу підприємства в загальній кількості активів	1,0	2,27	1,28	0,39	0,43	2,10	1,57	0,94
збільшення маркетингового ресурсу на одного працівника	1,0	1,24	3,63	-0,42	1,60	0	1,75	0,15
логарифмічне збільшення маркетингового ресурсу підприємства	1,0	-0,03	0,91	-0,38	0,58	5,63	0,48	-0,05
Процесний потенціал								
загальна фондівдача	1,0	0,48	2,95	9,68	5,85	1,89	3,27	4,14
рентабельність основних фондів	1,0	0,51	15,96	51,23	12,93	2,53	1,19	-2,80
матеріаломісткість одиниці продукції	1,0	0,09	0,72	0,73	0,93	0,64	1,10	0,53

Джерело: розраховано автором

Таблиця 2

Вагомість показників потенціалів машинобудівних підприємств Сумської області за результатами аналізу їх діяльності за останні три роки

Показник	ВАТ «Науково-дослідний і проектно-конструкторський інститут атомного та енергетичного насобудування»	ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш»	ПАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М.В.Фрунзе»	ПАТ «Науково-виробниче акціонерне товариство ВНДІ-Компресормаш»	ПАТ «Лебединський машинобудівний дослідно-експериментальний завод «ТЕМП»	ПАТ Роменський завод «Тракторозапчастина»	ПАТ «Лебединський завод поршневих кілець»
Об'єктний потенціал							
продуктивність праці	0,977	0,894	0,876	0,096	0,258	0,942	0,100
рівень заробітної плати	0,023	0,106	0,124	0,904	0,742	0,058	0,900
Проектний потенціал							
частка маркетингового ресурсу підприємства в загальній кількості активів	0,018	0,735	0,693	0,004	0,066	0	0,017
збільшення маркетингового ресурсу на одного працівника	0,982	0,265	0,307	0,012	0	0,186	0,014
логарифмічне збільшення маркетингового ресурсу підприємства	0	0	0	0,984	0,934	0,814	0,969
Процесний потенціал							
загальна фондовіддача	0,997	0,942	0,920	0,565	0,886	0,629	0,010
рентабельність основних фондів	0,002	0,058	0,080	0,013	0,086	0,017	0,003
матеріаломісткість одиниці продукції	0,001	0	0	0,422	0,028	0,354	0,987

Джерело: розраховано автором

Отримані результати дозволяють побудувати куб інтегрований в модель конкурентоспроможності підприємства на основі його економічної стійкості (див. [8]) вже на реальних статистичних даних досліджуваних підприємств. Даний куб для машинобудівних підприємств буде мати вигляд, представлений на рисунку 1.

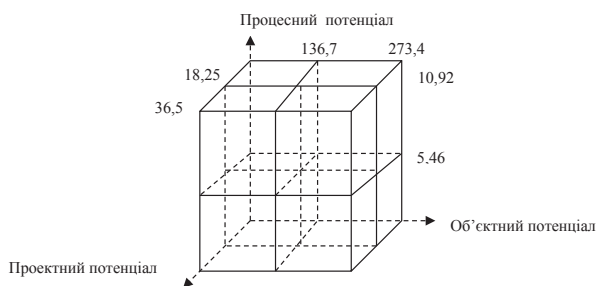


Рис. 1. Координати граничних точок основних потенціалів конкурентоспроможності машинобудівних підприємств

Джерело: побудовано автором

Отримані дані свідчать, що найбільш перспективним за всіма видами потенціалів є ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш» (попадає в групу високої конкурентоспроможності за об'єктним, проектним та процесним потенціалами). На другому місці ПАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М.В. Фрунзе» (має високу конкурентоспроможність за об'єктним та процесним потенціалами і нижче середньої конкурентоспроможності – за проектним потенціалами). Інші ж машинобудівні підприємства не є конкурентами для даних підприємств,

оскільки знаходяться в діапазоні низької конкурентоспроможності за всіма потенціалами (окрім ПАТ Роменський завод «Тракторозапчастина», який має високе значення об'єктного потенціалу, але досить низькі значення за проектним та процесним потенціалами).

На основі отриманих даних можемо визначити інтегральні показники потенціалу машинобудівного підприємства. Будемо виходити з того, що кожна група коефіцієнтів (проектного, об'єктного та процесного потенціалів) має рівний вплив на остаточний результат, що відображено нами на рисунку 2.7 у вигляді рівностороннього трикутника, тоді:

$$I_i = \frac{1}{3}(k_1x_1 + k_2x_2) + \frac{1}{3}(k_1x_1 + k_2x_2 + k_3x_3) + \frac{1}{3}(k_1x_1 + k_2x_2 + k_3x_3), \quad (1)$$

де I_{nn} – інтегральний показник потенціалів підприємства,

k_n – вагомість відповідного фактора x_n .

В результаті розрахунків за даними таблиць 1 та 2 за формулою (1) маємо результат, наведений в таблиці 3.

З отриманих даних видно, що хоча ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш» по факту має і кращі порівняно з іншими досліджуваними підприємствами результати діяльності, тим не менш ПАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М.В. Фрунзе» володіє більшим потенціалом, який воно може використати для інтенсифікації своєї діяльності і для виходу на провідні позиції за рівнем конкурентоспроможності.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, запропонована авторська методика визначення конкурентоспроможності підприємства на основі його економічної стійкості дозволяє чітко відобразити повну картину діяльності досліджуваного підприємства за основними напрямками його розвитку

Таблиця 3

Інтегральний показник потенціалів машинобудівних підприємств Сумської області за останні три роки

Підприємства	Роки		
	Початок 2011	Початок 2012	Початок 2013
ВАТ «Науково-дослідний і проектно-конструкторський інститут атомного та енергетичного насособудування»	0,66061	0,573429	0,688698
ПАТ «Сумський завод насосного та енергетичного машинобудування «Насосенергомаш»	4,291879	4,0208	4,471882
ПАТ «Сумське машинобудівне науково-виробниче об'єднання ім. М.В. Фрунзе»	4,035328	4,857664	4,765899
ПАТ «Науково-виробниче акціонерне товариство ВНДІКомпресормаш»	-1,97339	1,243099	1,949752
ПАТ «Лебединський машинобудівний дослідно-експериментальний завод «ТЕМП»	-0,01198	2,151166	2,709201
ПАТ Роменський завод «Тракторозапчастина»	2,721092	1,501318	1,39856
ПАТ «Лебединський завод поршневих кілець»	0,323221	0,270725	0,371484

Джерело: розраховано автором

(об'єктним, проектним, процесним). Це, в свою чергу, дозволить керівництву виявити проблемні сфери діяльності, розробити шляхи усунення потенційних проблем функціонування підприємства та запропонувати ефективну стратегію їх розвитку.

В рамках подальших досліджень актуальною є розробка механізму, що дозволить комплексно оцінити вплив фінансової складової економічної стійкості конкретного підприємства при визначенні результуючого показника конкурентоспроможності, який повинен бути скоригований на макроумови, в яких здійснює свою діяльність машинобудівне підприємство.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Верховглядова Н.І. Управління трудовим потенціалом підприємств / Н.І. Верховглядова, Н.А. Іванникова, О.В. Лаврінченко – Дніпропетровськ: Пороги, 2007. – 284 с.
2. Краснокутська Н. Система об'єктів дослідження потенціалу торговельного підприємства та інтерпретація їх оцінок / Н. Краснокутська // Економічний аналіз. – 2009. – Випуск 4. – С. 259-263.
3. Козенков Д.Е. Методические подходы к оценке трудового потенциала / Д.Е. Козенков, И.Ю. Тисагдио // Бизнес Информ. – 2010. – № 11. – С. 143-146.
4. Копитова І.В. Система критеріїв оцінки ефективності функціонування систем управління виробництвом / І.В. Копитова // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування : зб. наук. пр. – Рівне : НУВГП. – 2005. – Вип. 2(30). – С. 52-60.
5. Шапошникова С.В. Методы оценки эффективности управления организацией : учеб. пособие / С.В. Шапошникова. – Воронеж : Воронеж. гос. техн. ун-т, 2008. – 170 с.
6. Гончарук В.А. Маркетинговое консультирование / В.А. Гончарук. – М. : Дело, 1998. – 248 с.
7. Шкардун В.Д. Маркетинговые основы стратегического планирования: теория, методология, практика / В.Д. Шкардун. – М. : Издательство «Дело» АНХ, 2008. – 384 с.
8. Маслюк О.В. Інтегральна модель конкурентоспроможності машинобудівного підприємства на основі його економічної стійкості / О.В. Маслюк // Економічний аналіз: зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет; редкол.: С.І. Шкарабан (голов. ред.) та ін. – Тернопіль : Видавничо-поліграфічний центр Тернопільського національного економічного університету «Економічна думка», 2013. – Том 14. – № 3. – С. 130-135.

УДК 338.1:330341

Матросова В.О.*кандидат економічних наук,**доцент кафедри організації виробництва та управління персоналом
Національного технічного університету «Харківський політехнічний інститут»*

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ НАРОЩЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ В КОНТЕКСТІ НОВОЇ ПАРАДИГМИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ

Досліджено основні критерії проблемності нарощення економічного потенціалу всупереч базовим законам стійкого розвитку. Надано результати пошуку оптимальних пріоритетів на основі обґрунтованої стратегії стійкого соціально-економічного розвитку суспільства. Запропонований балансовий метод оптимальної пропорційності інтересів системи, мінімізації ресурсних витрат та соціально-еколого-економічної системи.

Ключові слова: економічне зростання, розвиток, економічний потенціал, стійкість, ресурси.

Матросова В.А. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ НАРАЩИВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА В КОНТЕКСТЕ НОВОЙ ПАРАДИГМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

Исследованы основные критерии проблемности наращивания экономического потенциала вопреки базовым законам устойчивого развития. Предоставлены результаты поиска оптимальных приоритетов на основе обоснованной стратегии устойчивого социально-экономического развития общества. Предложен балансовый метод оптимальной пропорциональности интересов системы, минимизации ресурсных расходов и социальноэколого-экономической системы.

Ключевые слова: экономический рост, развитие, экономический потенциал, устойчивость, ресурсы.

Matrosova V.A. MODERN PROBLEMS OF INCREASE OF ECONOMIC POTENTIAL ARE IN CONTEXT OF NEW PARADIGM OF STEADY DEVELOPMENT

The basic criteria of problem of increase of economic potential are investigational despite the base laws of steady development. The given results of search of optimal priorities are on the basis of reasonable strategy of steady socio-economic development of society. Offered balance method of optimal proportion of interests of the system, minimization of resource charges and соціально-еколого-економічної system.

Keywords: the economy growth, development, economic potential, stability, resources.

Постановка проблеми. Економічний потенціал – доволі містка та структурно складна категорія. Комплексний підхід до оцінки економічного потенціалу суб'єкта господарювання дає можливість системного аналізу можливостей підприємства на основі ієрархічно-рівневого, балансового, функціонально-галузевого та результативного підходів [1, с. 311]. На сучасному етапі одною з основних проблем постає проблема економічного росту, нарощення потенціалу суб'єктів господарювання за умови збереження соціально-економічної стійкості та додержання основних принципів сталого розвитку.

Досягнення стійкого розвитку – одна з найбільш актуальних проблем, які стоять перед людством в контексті забезпечення економічного зростання, збереження та відновлення ресурсної бази та навколишнього середовища придатного для життя майбутніх поколінь. Стійкість економічного розвитку представляє собою такий стан економіки, при якому стабілізуються вихідні або кінцеві параметри розвитку економічних, соціальних та екологічних показників.

Оскільки поняття стійкого розвитку на даному етапі фактично ідентифікується із поняттями соціально-економічної стабільності та стійкого відтворення, наукові дослідження із даної тематики мають увійти в русло аналізу системи «соціум – виробництво – екологія» у вимірі «ефективність діяльності – стійкість – зростання» на основі мережевої взаємодії даних категорій та вибору адекватних бізнес-моделей та їх комбінацій з ціллю винайдення концептуально нового підходу до оптимізації економічного розвитку, формування та реалізації економічного потенціалу промислових підприємств в сучасних умовах глобальних викликів.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженнями проблем економічного розвитку та економічної стійкості займалися такі класики, як Й. Шумпетер, В. Леонтьєв, Л. Абалкін, П. Буніч,

Н. Лебедева, Е. Стоянова, Е. Лобанова та інші. Теорію стійкості функціонування складних систем розвивали такі вчені, як В. Арнольд, Д. Джозеф, Ж. Йосс, М. Месарович, М. Моїсєєв, М. Морішима, А. Орлов, В. Острейковський, Я. Такахара та ін. Переважна увага дослідників зосереджена на її фінансових аспектах. Хоча стійкість – це комплексна категорія, що не може бути обмежена відображенням лише якогось одного аспекта діяльності суб'єкта господарювання. Оскільки на даний час гостро постала проблема залежності природозбереження та виживання людства від масштабів нарощення промисловості, саме цей аспект має стати провідним.

Дослідженням питання економічної стійкості підприємств в умовах багатоваріантності, взаємопов'язаності та динамічності чинників зовнішнього і внутрішнього середовища займалися Ареф'єва, Афанасьєв, В. Беренс, Ю. Бріггем, Дж. К. Ван Хорн, О. Василенко, Д. Городинська, В. Іванов, А. Кузнецов, Є. Кучерова, Л. Мельник, М. Морішима, І. Омельченко, У. Оучі, О. Пономаренко, О. Раєвнева, Л. Родіонова, В. Самуляк, А. Севастьянов, В. Семенов, Ю. Сімех, С. Тхор, Р. Фатхутдинов, Е. Хелферт, Н. Холт, Н. Шандова, В. Ячменьова та ін. Проте вказані науковці не диференціюють стабілізаційну та динамічну стійкість (стійкість функціонування та стійкість розвитку), фактично розглядаючи стійкість як моментну, інтервальну характеристику економічної системи у стані тимчасової рівноваги.

Незважаючи на значні досягнення у даній сфері стійкого росту та розвитку, постає необхідність критеріального визначення обмеженості економічного росту та безсистемного нарощення економічного потенціалу у контексті соціально-екологічних проблем сучасності, які зрли останні сторіччя.

Мета статті та постановка задачі. В сучасних умовах поняття стійкого соціально-економічного

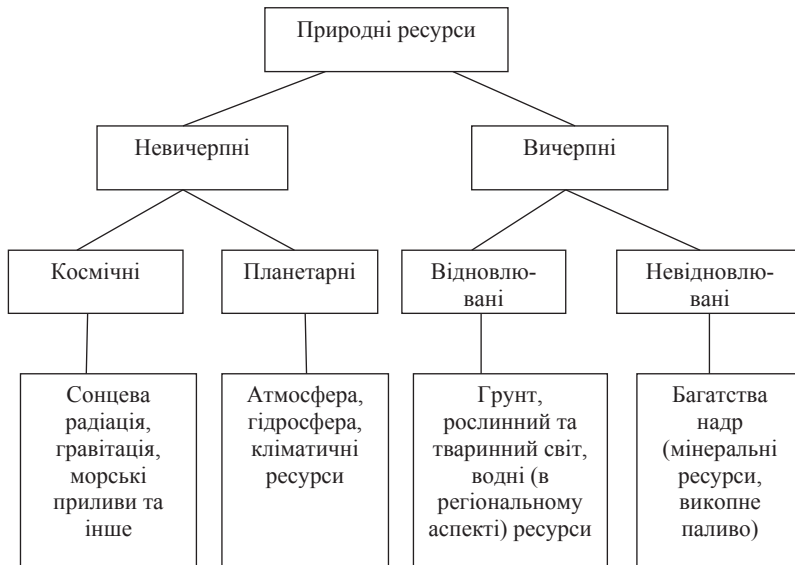


Рис. 1. Схема класифікації природних ресурсів [2, с. 23]

розвитку, пов'язане із задоволенням кінцевих потреб суспільства та забезпеченням відтворюючої функції системи, має базуватися на *балансовому методі оптимальної пропорційності інтересів системи*, мінімізації ресурсних витрат та соціально-еколого-економічної безпеки. Мета статті – визначити основні критерії проблемності безсистемного нарощення економічного потенціалу суб'єктів господарювання, яке порушує базові закони стійкості системи. Стійкість має базуватися на пошуку оптимальних пріоритетів на основі існуючого потенціалу та певної обґрунтованої стратегії, яка не має протиріч із глобальною концепцією стійкого соціально-економічного розвитку суспільства. Маємо урахувати такі аспекти локальної економічної системи:

- певні територіальні та національні специфічні особливості, пов'язані із умовами виробництва, ресурсним потенціалом, менталітетом населення, рівнем освіти та поінформованості;

- рівень національної економіки, її підйом або падіння на певних етапах, оскільки економічний підйом підживлює всі економічні показники, формує стійкий рівень платоспроможного попиту на основі покращення рівня життя, протилежні умови будуть спостерігатися при економічних падіннях.

Основний матеріал. В основу стійкого розвитку сучасного світу поставлений основний принцип: виживання та розвиток цивілізації за умови збереження навколишньої природної середовища та біосфери. Тобто стійкий розвиток – це гармонійний (збалансований) розвиток суспільства та навколишнього середовища. Стійка економіка передбачає перехід від сучасної системи використання ресурсів до нової системи

збереження та відтворення ресурсної бази, науково-виробнича сфера має віднайти баланс використання та відновлення природних ресурсів, що власне є балансом між сучасним та майбутніми поколіннями.

Природні ресурси є основною частиною економічних ресурсів, вони є одночасно факторами середовища та факторами виробництва, які мають такі ознаки [2, с. 23]:

- утворюють вхідні ланки природних та господарських циклів, є необхідними учасниками та носіями функції корисності;

- мають вимірюване кількісне вираження: масу, об'єм, щільність, концентрацію, інтенсивність, міцність, вартість;

- при змінах у часі підкорюються фундаментальним законам збереження.

Існує декілька підходів до класифікації природних ресурсів (табл. 1):

Більш наочно розподіл природних ресурсів на вичерпні та невичерпні можна побачити на рисунку 1.

Щодо невичерпних та відновлювальних ресурсів, у планетарних масштабах та нових техносферних умовах ХХ та ХХІ сторіч діє *закон обмеженості (вичерпності) всіх природних ресурсів*. Для різних відновлювальних ресурсів (тепло, атмосферна волога, опади, прісна вода, енергія вітру, хвиль та течій, ґрунти, живі організми) існує *межа швидкості вилучення та ступінь вичерпності*, після перевищення яких вже неможливе відновлення, оскільки порушується природний режим даного ресурсу. Порушення закону обмеженості та вичерпності природних ресурсів та межі швидкості вилучення призводить до порушення основних принципів сталого розвитку та стійкості соціально-економічної системи в глобальних масштабах.

Порівняння виробничих і природних потенціалів території – одне з актуальних завдань промислової політики, без вирішення якої неможливе створення науково обґрунтованої системи економічних регламентацій, які корелюють із об'єктивними екологічними обмеженнями. Порівняння не зводиться лише до підпорядкування екологічному імперативу – вимоги природних систем і їх захисників зменшити індустріальну експансію. Збалансованість потрібна не лише природним комплексам і місцю існування людей, але і самому господарству. Збалансованість соціально-економічної та екологічно-промислової системи має природоохоронне і економічне значення: рівноважне сполучення виробничих і екологічних процесів не стільки змушує до обмеження вхідних потужностей, скільки пропонує додатковий

Таблиця 1

Типи класифікацій природних ресурсів

№ п/п	Класифікаційна ознака	Принцип класифікації	Класифікаційні елементи
1	Природна класифікація	Класифікація ресурсів за компонентами природного середовища	Наземні, мінеральні, водні, кліматичні, рослинні, тваринні та інші
2	Господарська класифікація	Класифікація ресурсів за галузевістю приналежності	Ресурси паливно-енергетичного комплексу, металургії, машинобудування, хімічної промисловості, сільського господарства та інші
3	Еколого-економічна класифікація	Класифікація природних ресурсів за ознаками вичерпності	Вичерпні та невичерпні

економічний інструмент контролю ефективності виробництва. Економічне зростання, що перевищує поріг допустимих навантажень, виступає як основний дестабілізуючий чинник для довкілля.

Саме тому порівняння і узгодження економічних і природних потенціалів і формування еколого-економічної системи має бути предметом економічної теорії і практики. Сама по собі процедура порівняння ґрунтується на визначенні і зіставленні *екологічної техномісткості території* (ЕМТТ) і *природомісткості господарства території* (ПМГТ). Ця процедура практично співпадає з оцінкою безпеки територіальних комплексів [2, с. 37].

Поняття економічної стійкості зазнало трансформацій в процесі наукових досліджень у призмі еволюційного розвитку теорії економіки, заснованого на тому, що через певні проміжки часу домінуючий технологічний уклад змінюється іншим більш ефективним. До кінця XX сторіччя перехід укладів незмінно супроводжувався нарощуванням масштабів виробництва, продуктивності праці, ускладненням господарських зв'язків. Починаючи з кінця XX сторіччя і на початку XXI сторіччя людство на чолі з науковою спільнотою поставило під сумнів необхідність та, головне, безпечність економічного нарощування та масштабування на тлі існуючих принципів ефективності виробництва. Основою формування концепції стійкого розвитку має стати ідея динамічно збалансованої взаємодії економічної, соціальної та екологічної сфер суспільного розвитку.

Загальна стійкість може бути розрахована як інтегральний коефіцієнт за середньою геометричною, яка включає в себе економічну, фінансову, екологічну та соціальну компоненти [на основі 3]:

$$K_{\text{заг.ст.}} = \sqrt[4]{K_{\text{вир.ст.}} + K_{\text{фін.ст.}} + K_{\text{екол.ст.}} + K_{\text{соц.ст.}}}, \quad (1)$$

де $K_{\text{заг.ст.}}$ – коефіцієнт загальної стійкості;
 $K_{\text{вир.ст.}}$ – коефіцієнт виробничої стійкості;
 $K_{\text{фін.ст.}}$ – коефіцієнт фінансової стійкості;
 $K_{\text{екол.ст.}}$ – коефіцієнт екологічної стійкості;
 $K_{\text{соц.ст.}}$ – коефіцієнт соціальної стійкості.

В рамках загального поняття *стійкості* є більш вузьке та приватне поняття *«стабільність»*, яке є характеристикою незмінності та постійності статичних характеристик параметрів або динаміки їх розвитку. Втім стабільність забезпечується за рахунок *рівноваги*, яка є важливою умовою ефективного функціонування системи, позитивного та передбаченого розвитку. Тому в будь-якій системі має бути присутній механізм виявлення реакції на змінні параметри, запобігання дисбалансам та швидкого повернення в стійкий стан.

Стабільність економічного розвитку може мати статичний та динамічний характер:

1. Статичний характер економічна стабільність має за умови підтримки стабільності заданого рівня кінцевих економічних показників, це *стабілізаційна стійкість*.

2. Динамічний характер економічна стабільність має за умови підтримки стабільності темпів приросту певних показників економічного росту, це *динамічна стійкість*.

Стійкий розвиток як концепція, припускає забезпечення балансу між рішенням соціально-економічних проблем і збереженням довкілля, задоволенням життєвих потреб відповідно до норм здорового способу життя, а також збереження можливості задоволення таких потреб майбутніми поколіннями. У такому контексті стійкий розвиток економіки слід розуміти як розвиток господарства в широкому зна-

ченні цього слова, тобто сукупності усіх засобів, предметів, речей, субстанцій матеріального і духовного характеру, які використовуються людьми в цілях забезпечення умов життя, задоволення потреб при збереженні можливості відтворення життя людей, підтримки і поліпшення їх умови існування.

Розуміння галузі, окремого підприємства як частини економіки, області виробничо-економічної діяльності дозволяє нам визначити поняття «стійкий розвиток економіки» як розвиток за позначеною траєкторією досягнення заданих орієнтирів, або з мінімальними відхиленнями значень параметрів розвитку від цієї траєкторії. Таким чином, стійкість розвитку економіки в цілому, окремих галузей та суб'єктів господарювання припускає [5]:

1. Наявність заданих орієнтирів розвитку. У рамках заданої концепції генеральним орієнтиром стійкого розвитку економіки є максимальне задоволення потреб людей при збереженні такої можливості для майбутніх поколінь. Генеральний орієнтир конкретизується в системі деталізованих орієнтирів.

2. Позначення траєкторії досягнення заданих орієнтирів. Розвиток, як процес досягнення певної мети, може здійснюватися з різною мірою інтенсивності на окремих його етапах.

3. Можливість коригування зміни напрямів розвитку (відхилень від позначеної траєкторії), чинників внутрішнього і зовнішнього середовища, що виникають із-за взаємодії.

4. Збереження стійкості розвитку системи галузі в цілому за наявності змін інтенсивності і/або напрямів розвитку в окремих її складових.

5. Наявність системи оцінок, що дозволяють оцінити рівень розвитку і міру його стійкості.

Розвиток є неминучим процесом, проте обов'язковою є наявність здатності до стійкого розвитку. Здатність до стійкого розвитку визначають властиві їй економічний, науково-технічний потенціал; рівень економічного розвитку; наявність і міра розвиненості системних властивостей, що характеризують зв'язок економіки, галузі або підприємства із зовнішнім середовищем. Велику роль в цьому процесі відіграє наявність і розвиненість системних властивостей, що характеризують кількісні та якісні параметри розвитку.

Економічне зростання це фактично збільшення вартісних та фізичних масштабів, а також поліпшення якості використання основних факторів виробництва: труда, технологій, природних ресурсів та підприємницької здібності. Важлива концентрація уваги не тільки на кількісній стороні даного питання (екстенсивний тип росту), а й на якісній стороні (інтенсивний тип росту): ефективності використання засобів виробництва, рівні продуктивності праці, кваліфікації робочої сили, ступені прогресивності виробничих технологій, екологічної безпеки виробництва, збалансованості виробничої системи та економіки в цілому.

Покращення якості використання ресурсів може в значному ступені впливати на рівень зростання економічних об'єктів, тим не менш процес зростання призводить до збільшення потреби у виробничих ресурсах в їх сукупній величині. Саме збільшення вхідних факторів та більш ефективне їх використання призведе до зростання кінцевих результатів виробництва. Перше питання, яке постає: можливості (потенціал) росту факторів виробництва та ефективності їх використання.

Наступне питання – які фізичні межі зростання. Зростання методом простого масштабування та копі-

ювання з часом вичерпає запас міцності системи та призведе до кризи об'єкта зростання. Будь-яка система має оновлюватися та пристосовуватися до змін в оточуючому середовищі, що є універсальним способом виживання. Тому зростання економічної системи має супроводжуватися якісними змінами в складі, структурі та функціях, що буде означати перехід від простого зростання до розвитку складної системи.

За умови прискореного зростання та дисбалансу щодо якісних змін може створитися загроза подальшого існування зростаючого об'єкту, оскільки таке зростання може призвести до негативних наслідків у подальшому. Розвиток це перехід до більш досконалого (прогресивна форма розвитку), або менш досконалого стану (регресивна форма розвитку). *Стійкий економічний розвиток має базуватися на забезпеченні росту, ефективності та оптимальної алокації (розподілу) ресурсів* [4, с. 15].

Таким чином, економічний потенціал в контексті нової парадигми стратегічного розвитку – це шкала дійсних та потенційних можливостей підприємства, як елемента загальної економічної системи, у даному просторі, на даний період часу, в рамках заданої системи та за даних умов існування в розрізі комплексних значень стану економічної системи, наявного фінансово-економічного стану підприємства, резервів та ефективності діяльності, з одного боку, та чітко і кількісно визначених стратегічних цілей, з іншого боку, яка функціонує згідно принципів реалізації об'єктивно закладеної у природі тенденції до оптимального розвитку, забезпечує максимально повне задоволення потреб суспільства при раціональному використанні всіх ресурсів та задовольняє основним критеріям стійкого стратегічного розвитку:

- споживання ресурсів $\rightarrow \min$;
- споживання енергії $\rightarrow \min$;
- викиди вуглецю $\rightarrow 0$;
- інші шкідливі викиди та викиди пару $\rightarrow 0$;
- відходи $\rightarrow 0$;
- якість умов праці та соціального забезпечення $\rightarrow \max$;
- якість життя $\rightarrow \max$.

Висновки. Одною з серйозних сучасних проблем постає масштаб економіки на макроекономічному та локальних рівнях, його стійкість та узгодження із екологічною системою життєзабезпечення, актуалізація питань відповідальної алокації ресурсів. Із цього можна зробити висновок, що короткострокові та довгострокові ефекти економічного зростання можуть мати різний зміст на наповнення. Стійкість системи у довгостроковому періоді виражається в її здатності до стратегічного напрямку розвитку під впливом факторів ендogenous та екзогенного типу, здатності до системних перетворень, коли одні елементи системи не ростуть на шкоду іншим, а прогресивні зміни елементів призводять до адекватних перетворень всієї системи.

При дослідженні категорії «стійкість розвитку соціально-економічної системи» доцільно враховувати різні аспекти застосування терміну «стійкість». Так, стійкість руху трактується, як здатність системи, що рухається під дією докладених сил механічної системи майже не відхилятися від цього руху при будь-яких незначних випадкових діях. Рух, що не має цієї здатності, є нестійким, а умови, при яких має місце стійкість руху, називають критерієм стійкості. Стійкість рівноваги припускає здатність механічної системи, що знаходиться під дією сил в рівновазі,

після незначного відхилення повертатися в положення рівноваги. Стійкість системи в математиці означає здатність динамічної системи зберігати рух поблизу деякої наміченої траєкторії (підтримка заданого режиму функціонування), незважаючи на малі збурення, що впливають на систему. Таким чином, в наявності загальні риси в характеристиці поняття «стійкість» для різних сутностей [5]:

- здатність системи до відновлення параметрів після дії;
- здатність системи до збереження параметрів при дії.

Поняття стійкості в економіці може бути визнане аналогічним поняттю стійкості в фізиці та математиці. Наявність зворотних зв'язків (збурень) в системі взаємодії економічних суб'єктів може призвести до нерівномірності, нестійкості її розвитку, що виражається у збільшенні або зниженні його темпів. Зниження темпів розвитку соціально-економічної системи не можна однозначно вважати ознакою нестійкості. Часто невеликі погіршення деякого критерію на малому відрізку часу спеціально створюються з метою накопичення ресурсів для майбутнього ривка в економіці. Проте зниження темпів розвитку може призводити до безповоротних негативних наслідків.

Слід виділяти два рівні нерівномірності: нестійке функціонування у великому і нестійке функціонування в малому. Нестійкість в малому є локальною нестійкістю частини, яка трохи впливає на загальне функціонування соціально-економічної системи. При цьому нестійкість в малому може викликати нестійкість у великому і, ймовірно, у функціонуванні системи в цілому, якщо зниження темпів розвитку частини економічної системи перешкоджає збільшенню темпів розвитку економічної системи в цілому. Економічну стійкість можна розуміти як наявність можливостей і їх використання для нейтралізації дій і умов, які погіршують параметри траєкторії розвитку.

Таким чином, економічне зростання та економічний розвиток тісно взаємопов'язані, з одного боку, та незалежні процеси, з іншого боку, які за певних умов можуть мати різноспрямований вектор руху. На сучасному етапі наукових досліджень аксіоматичним є вихід теорії економічного зростання за межі спеціалізованого вивчення економічних складових суспільної системи та пошук причинно-наслідкових зв'язків і взаємозалежностей економічної, соціальної та екологічної компонент.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Комплексний підхід до оцінки економічного потенціалу підприємства. В.О. Матросова // Наука й економіка. Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. Випуск 4 (28). Том 1. – Хмельницький, 2012. – С. 307-312.
2. Акімова Т.А., Кузьмін А.П., Хаскін В.В. Екологія. Природа – Человек – Техника: учебник для вузов [Електронний ресурс] – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2001. – 343 с.
3. Дохолян А.С. Проблемы устойчивого развития экономики региона [Електронний ресурс] // Современные проблемы науки и образования. – М. – 2011. – № 5.
4. Проблемы обеспечения устойчивого роста российской экономики. В.А. Перепелкин // Труды Минского института управления. – 2007. – № 2. – С. 14-18.
5. Механизмы устойчивого развития экономики отрасли. Щербенко Е.В. [Електронний ресурс] // Проблемы современной экономики, Санкт-Петербург, № 3 (27), 2008.

УДК 378 (477)

Матюх С.А.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри міжнародних економічних відносин
Хмельницького національного університету*

МЕТОДИКА ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

У статті зазначені найбільш відомі вітчизняні рейтинги оцінки діяльності вищих навчальних закладів. Визначено основні принципи, на основі яких повинна будуватися методика оцінки діяльності вищих навчальних закладів. Автором зазначено основні етапи, що формують методика інтегральної оцінки ефективності діяльності освітнього закладу вищої школи.

Ключові слова: вищий навчальний заклад (ВНЗ), рейтинг, критерії, оцінка, ефективність, інтегральний показник.

Matyukh S.A. МЕТОДИКА ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦЕНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕЯТЕЛЬНОСТІ ВИЩЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕННЯ

В статье указаны наиболее известные отечественные рейтинги оценки деятельности высших учебных заведений. Определены основные принципы, на основе которых должна строиться методика оценки деятельности высших учебных заведений. Автором указаны основные этапы, в соответствии с которыми должна формироваться методика интегральной оценки эффективности деятельности образовательного учреждения высшей школы.

Ключевые слова: высшее учебное заведение (ВУЗ), рейтинг, критерии, оценка, эффективность, интегральный показатель.

Matyukh S.A. METHODOLOGY OF INTEGRAL EVALUATING THE PERFORMANCE OF HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENT

In the article specified the most famous national ratings by estimation of activity of higher education institutions. Been determined the basic principles from which should be based methodology of performance evaluation of higher education institutions. The author developed stages that formed methodology of integral estimation of efficiency of higher education institutions.

Keywords: higher education institution (HEI), the rating, criteria, evaluation, efficiency, integrated indicator.

Постановка проблеми. На даному етапі розвитку економіки України оцінці ефективності функціонування соціально-економічних систем приділяється все більше уваги. З врахуванням сьогодення жодна з існуючих моделей ранжирування проектів реформування ВНЗ не дала цілком прийнятних результатів. Отже, оцінка ефективності діяльності вищих навчальних закладів, виявлення чинників, що перешкоджають їх ефективному реформуванню і побудова якісної моделі реформування соціальної сфери, являється особливо актуальною. Відповідно до цього, оцінка ефективності діяльності ВНЗ залежить від стійкості функціональних зв'язків усередині системи і швидкості реакції окремих її структур на внутрішні імпульси і зовнішні дії. Тому дослідження методики оцінки ефективності діяльності вищих навчальних закладів являється нагальним за умов сучасних інтеграційних процесів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналізом методики оцінки ефективності діяльності вищих навчальних закладів та їхнім зв'язком з іншими економічними категоріями займаються такі українські та російські економісти, як Л.О. Волощук [1], І.М. Гріщенко [2], С.Р. Демидов [3], М.В. Загірняк [4] Н.В. Панкова [5]. В роботі Панкової Н.В. [5, с. 12] автор робить спробу розробки методики оцінки ефективності діяльності ВНЗ, обумовлених сучасними перетвореннями в системі вищої освіти. Демидов С.Р. [3, с. 245] до підходу визначення ефективності діяльності ВНЗ пропонує методика, яка базується на оцінці співвідношень таких показників, як фактичний об'єм інтелектуальної продукції і послуг, попит на інтелектуальну продукцію і послуги ВНЗ, фактичне і нормативне перевищення доходів над витратами, що залишається у розпорядженні ВНЗ, фактичні і нормативні повні витрати ресурсів на створення і реалізацію інтелектуальної продукції. І.М. Гріщенко [2, с. 91] та М.В. Загірняк [4] розглядають методика оцінки ефективності діяльності вищого

навчального закладу використовуючи загальні підходи, а от використання сучасного інноваційно-інтегрального підходу, який характеризував би оцінку ефективності усіх видів діяльності ВНЗ, у науковій літературі відсутнє.

Постановка завдання. Результати проведених теоретичних досліджень і аналізу сучасного стану і ефективності функціонування українських ВНЗ за окремими напрямками їх діяльності, а також відповідного зарубіжного досвіду показують необхідність розробки концептуальних основ підвищення ефективності діяльності вищого навчального закладу в сучасних умовах. Проте для розуміння ситуації потрібна наявність спеціального інструментарію, що дозволяє дати об'єктивну оцінку. У зв'язку з відсутністю єдиного підходу до оцінки показників ефективності діяльності ВНЗ, а також з метою методичного забезпечення проведення її інтегральної оцінки нами пропонується методика розрахунку відповідного інтегрального показника.

Виклад основного матеріалу дослідження. Рейтинги ВНЗ останніми роками стали одним з найбільш доступних інструментів оцінки їх діяльності для зовнішніх користувачів, що складаються за різними методиками. На сьогодні в Україні найбільш популярними можна вважати наступні рейтинги [1, с. 249]: «Софія Київська» (Український інститут соціальних досліджень і Кадрова академія України) – визначення найкращих ВНЗ з точки зору вступників і експертів; «Рейтинг ВУЗів» (журнал «Деньги») – оцінка випускників потенційними роботодавцями; «Рейтинг найкращих ВНЗ України» (журнал «Кореспондент») – визначення найкращих ВНЗ з точки зору роботодавців; «Топ 200 Україна» (кафедра ЮНЕСКО «Вища технічна освіта, прикладний системний аналіз та інформатика»/газета «Дзеркало тижня») – оцінка діяльності університету за академічними показниками; «Рейтинг ВНЗ України» (компанія «СистемКепітал Менедж-

мент»/Київський міжнародний інститут соціології) – визначення відповідності знань і навичок випускників вітчизняних ВНЗ запитах ринку праці [6]; «Рейтинг університетів України» (Міністерство освіти і науки України) – моніторинг якості освіти та результативності діяльності навчальних закладів і системи освіти в цілому; «Рейтинг оцінювання наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності ВНЗ III – IV рівня акредитації» [7].

Сучасне керівництво МОН України на даному етапі розвитку вищої школи ініціює абстрагування державних органів влади від участі в усіляких рейтингах щодо визначення ефективності діяльності ВНЗ, передаючи цю естафету ринковим механізмам, які формуються виключно кон'юнктурою ринку освітніх послуг.

На наш погляд, методика оцінки має відповідати визначенням сучасним аспектам ефективності діяльності ВНЗ. Побудова системи критеріїв оцінки повинна формуватися з дотриманням наступних принципів:

- система показників повинна якнайповніше охоплювати цілі і завдання діяльності вищого навчального закладу за чотирма аспектами: загальнонаціональному, ринковому, індивідуальному інвестиційному і господарському;
- система показників має бути такою, що реалізується, тобто статистично забезпеченою, або повинна допускати можливість організації систематичного збору необхідної інформації;
- показники, що включаються до складу оціночних критеріїв, мають бути репрезентативними, однозначними, порівняними.

Необхідно відмітити, що при розробці методики використовувалися як нові, запропоновані автором критерії оцінки, так і прийняті нині акредитаційні показники, у тому числі в якості бази для розрахунку того або іншого критерію. Проте у зв'язку з різноплановістю критеріїв оцінки різних аспектів діяльності вищого навчального закладу методика в основному оперує їх відносними значеннями і спирається на оціночні показники у формі балів і вагових коефіцієнтів.

З точки зору макроекономічної ефективності найбільш важливими показниками традиційно були названі показники, що характеризують економічну і соціальну ефективність ВНЗ, як джерела відтворення кваліфікованих кадрів з вищою професійною освітою, що відповідають за професійною і кваліфікаційною структурами та потребам національної економіки в цілому. При цьому обов'язковою умовою залишається ефективність використання на підготовку кадрів коштів, які виділяються з бюджету. Саме тому ключовими характеристиками за цим напрямом стали показники працевлаштування. При цьому необхідно відмітити, що, на наш погляд, в масштабах національної економіки проводити межі між працевлаштуванням в профільній галузі і працевлаштуванням за фахом недоцільно. Це обумовлено тим, що найчастіше працевлаштування здійснюється або за фахом, але не обов'язково в галузі, на якій спеціалізується ВНЗ (за наявності галузевої спеціалізації), або в профільній галузі на посади, досить близькі за необхідними знаннями та навичками до отриманої спеціальності. Саме тому ми вважаємо за можливе проводити оцінку відповідно до загального параметру працевлаштування за фахом в профільній галузі. Такий підхід не суперечить і питанню оцінки ефективності бюджетних вкладень, оскільки фінансування робиться саме за групами спеціальностей, а не за кожним найменуванням освітньої програми.

Аналогічний підхід має бути використаний і для оцінки ефективності діяльності аспірантури. Цільовими сферами працевлаштування випускників аспірантури є наука і освіта, і саме такого роду показники є в цьому напрямі визначальними, а не кількість захистів в певний термін. Це визначається тим, що, якщо випускник працевлаштований саме в цих сферах, то шанси захистити кандидатську дисертацію впродовж 5 років після закінчення аспірантури у нього дуже високі внаслідок наявності наукової бази і можливості продовжувати необхідні дослідження і впровадити їх результати.

На наш погляд, важливим параметром макроекономічної ефективності ВНЗ є виконання ним функції механізму державного регулювання, а саме участі в реалізації соціальних програм, результатом яких є зміна структури трудового потенціалу національної економіки (наприклад, здобуття вищої освіти і перепідготовки військовослужбовців, безробітних тощо).

Також значущими показниками макроекономічної ефективності вищого навчального закладу залишаються показники, що характеризують наукову складову його діяльності, оскільки наука ВНЗ з одного боку є однією з обов'язкових умов забезпечення якості підготовки фахівців з вищою професійною освітою, а з іншої – чинником підвищення конкурентоспроможності національної економіки. В даному випадку в якості початкового параметра ми вважаємо за доцільне використання діючого акредитаційного показника об'єму фінансування наукових досліджень на одиницю професорсько-викладацького складу. Крім того, вважаємо за доцільне включити в перелік параметрів оцінки ефективності наукової діяльності ВНЗ і показник, що характеризує міру впровадження наукових розробок в практичну діяльність, оскільки економічна ефективність може бути досягнута тільки в умовах реального використання результатів наукових досліджень у виробництві, управлінні, освіті тощо. Необхідно відмітити, що профіль, тип і галузева спеціалізація ВНЗ визначають або обмежують можливості його в науці, тому ваговий коефіцієнт оцінних параметрів цієї групи має бути нижчим, ніж вага параметрів працевлаштування.

Наступний напрямок оцінки – оцінка ринкової ефективності для регіонального ринку праці і конкретних роботодавців повинен бути більше диференційований за показниками, ніж попередній, і в основному спиратися на показники, що не підлягають моніторингу згідно з діючою методикою. На відміну від макроекономічної ефективності оцінку за даним напрямком не можна проводити одночасно за параметрами працевлаштування за фахом і в профільній галузі, оскільки регіональний ринок праці в цьому відношенні чутливіший до структурних диспропорцій попиту і пропозиції молодих фахівців з вищою освітою, ніж національна економіка в цілому. Крім того, необхідно відмітити, що доцільно розглядати працевлаштування не лише в регіоні безпосереднього розміщення ВНЗ, але і в регіонах, зв'язаних з ним територіально, оскільки така міграція в процесі пошуку роботи випускниками ВНЗ відзначається досить часто. Облік параметрів працевлаштування в регіонах постійного проживання іногородніх студентів, на наш погляд, в цілях справжнього дослідження недоцільний, оскільки переважна маса випускників у свої регіони не повертається.

Також, за експертними оцінками, в число оціночних критеріїв за цим напрямком в обов'язковому порядку мають бути включені параметри, що характеризують задоволеність продуктом функціонування ВНЗ – випускником – з боку конкретних працевлаштувачів.

ців, а також показники їх реальної зацікавленості в співпраці з даним навчальним закладом. Серед них, на наш погляд, мають бути критерії оцінки масштабів цільової підготовки кадрів, зв'язки процесу теоретичного навчання і отримання практичних навичок у формі практик, стажувань, профільної тимчасової зайнятості, участі роботодавців в підготовці і реалізації освітніх програм, а також фінансової оцінки корисності нового фахівця для підприємства у вигляді рівня його заробітної плати.

Третій напрям – оцінка індивідуальної інвестиційної ефективності, хоча дане економічне поняття у деякій мірі пересікається із оцінкою інвестицій в людський капітал, але й має певні суттєві відмінності. Даний напрям оцінки повинен охоплювати усі стадії отримання індивідуумом вищої професійної освіти: абітурієнт-студент-випускник, і враховувати привабливість і внесок в цю освіту конкретного ВНЗ. Крім того, в частині витрат на здобуття освіти необхідно розглядати не індивідуальні витрати конкретного студента (випускника), а витрати усієї його сім'ї загалом її доходи, оскільки у більшості випадків в процесі фінансування освіти беруть участь батьки, чоловіки, дружини, а іноді і інші члени сім'ї, а не тільки сам студент. Саме тому в число критеріїв пропонується включити показники, що характеризують корисність отримуваних навичок і знань з точки зору перспективи працевлаштування і саму цю перспективу, міру фінансового навантаження на сім'ю студента в процесі отримання ним вищої освіти, ефективність фінансових вкладень в освіту даному ВНЗ відповідно до отриманого доходу в результаті працевлаштування, а також задоволеність випускників результатами свого навчання.

Оцінка мікроекономічної або господарської ефективності діяльності ВНЗ повинна базуватися не на об'ємних показниках доходу ВНЗ, а на співвідношенні об'ємів фінансування з бюджетних і позабюджетних джерел і від різних видів діяльності, які передбачені законодавством та статутом навчального закладу, динамікою доходності ВНЗ, а також його іміджевою складовою.

Така точка зору ґрунтується на тому, що загальні показники далеко не завжди пов'язані з успішністю менеджменту ВНЗ і якістю кадрів, що формуються, а також природною специфічністю освітньої послуги вищої освіти, що має характер змішаного (квазігромадського) блага. Тому ми вважаємо, що доходність і, відповідно, мікроекономічна ефективність ВНЗ повинні визначатися не об'ємами платних послуг вищої освіти, а можливістю менеджменту організувати діяльність так, щоб основними джерелами фінансування були засоби, отримані від інших видів діяльності. При цьому повністю абстрагуватися від значення позабюджетного приходу студентів не можна, оскільки це показник конкурентоспроможності ВНЗ у своїй освітній ніші. Тому динаміка доходу від освітньої діяльності, а також рейтингові показники ВНЗ як чинник залучення і росту контингенту студентів теж повинні знайти відображення в пропонованій методиці, проте з меншою вагою. На наш погляд, необхідно також оцінювати здатність ВНЗ до самовідтворення свого науково-педагогічного складу. Основним джерелом поповнення наукових і педагогічних кадрів вищого навчального закладу має бути ефективно діюча аспірантура, одним з основних завдань функціонування якої має бути підготовка молодих кандидатів наук для роботи у ВНЗ.

Загальний перелік критеріїв за усіма розглянутих напрямками, а також їх вагові коефіцієнти і бальні оцінки будуть досліджені нами у подальших наукових роботах.

Результуючий коефіцієнт інтегральної ефективності розраховується як сумарний бал (max 100) чотирьох коефіцієнтів за напрямками з урахуванням їх значущості: макроекономічна ефективність K_m (max 100, вага коефіцієнта 0,3), ринкова ефективність для роботодавця регіонального ринку праці K_p (max 100, вага коефіцієнта 0,4), мікроекономічна або господарська ефективність K_g (max 100, вага коефіцієнта 0,1), та індивідуальна інвестиційна ефективність для абітурієнта/студента/випускника K_i (max 100, вага коефіцієнта 0,2).

$$K_z = 0,3 K_m + 0,4 K_p + 0,2 K_g + 0,1 K_i \quad (1)$$

Вага коефіцієнтів і критеріальні оцінки також можуть бути отримані в результаті експертної оцінки (опитування ректорів або проректорів ВНЗ, фахівців в галузі проблем освіти з числа наукової громадськості).

На наш погляд, значно нижча вага коефіцієнта господарської ефективності пояснюється певною факторною залежністю господарської ефективності ВНЗ від успішності реалізації інших напрямків, а також специфічною природою освітньої діяльності в системі вищої професійної освіти. Кожен з коефіцієнтів є сумарним показником оцінки ефективності діяльності навчального закладу за декількома критеріями (критерії, що мають негативні бальні оцінки, вказують на зниження ефективності діяльності ВНЗ). Необхідно відмітити, що у разі, коли ВНЗ більшою мірою орієнтований на підготовку кадрів в області фундаментальних наук або на національну економіку в цілому, то значущість критеріїв макроекономічної і ринкової ефективності можна поміняти місцями. Проте це твердження справедливо лише для незначної кількості ВНЗ відповідного типу.

Ми вважаємо, що дана методика повинна реалізується в шість етапів:

1. Щорічний моніторинг показників, що є базою для розрахунку критеріїв (за даними на 31 грудня звітного року) відповідно до груп.

2. Розрахунок критеріальних показників за напрямками.

3. Бальна оцінка кожного критерію з обов'язковим врахуванням експертних оцінок.

4. Розрахунок коефіцієнтів ефективності (сума балів за кожним критерієм).

5. Розрахунок інтегрального показника ефективності діяльності ВНЗ згідно до вказаної формули з врахуванням вагових коефіцієнтів.

6. Інтерпретація результату та ухвалення рішення щодо удосконалення подільшої діяльності вищого навчального закладу.

Значення K_z , що знаходиться в інтервалі до 25 балів, говорить про вкрай несприятливу ситуацію у ВНЗ, діяльність його неефективна. Значення в інтервалі від 25 до 50 балів говорить про низьку інтегральну ефективність ВНЗ, від 50 до 75 балів ілюструє досить високу ефективність. Значення коефіцієнта вище 75 балів при високій оцінці якісних складових освітнього процесу дозволяє присвоїти ВНЗ статус високоєфективного, ведучого в сегменті навчального закладу.

Основною перевагою пропонованої методики являється те, що вона дає можливість розрахувати підсумковий результуючий показник. Практичне значення цієї методики, на наш погляд, посилюється нині в процесі реформування системи вищої освіти, а саме в процесі скорочення числа ВНЗ за рахунок їх об'єднання. Саме показник інтегральної ефективності ВНЗ може використовуватися одним з базових

критеріїв при виборі траєкторії об'єднання вищих навчальних закладів. У той же час методика не має на меті відміни оцінки якісного змісту освітньої послуги як такої. Критерій інтегральної ефективності у вищезгаданих цілях повинен використовуватися у поєднанні з якісними оцінками. Отримані результати можуть використовуватися, як вже було сказано вище, і для цілей державного регулювання вищої професійної освіти, а саме для цілей ранжування ВНЗ з подальшим ухваленням рішення. Зведені дані можуть бути представлені згідно з таблицею 1.

В той же час при ухваленні підсумкового управлінського рішення необхідно враховувати профільність навчального закладу і його територіальне розташування.

Таблиця 1

Шкала ранжування оцінки ефективності діяльності вищих навчальних закладів

№	Найменування ВНЗ	Значення коефіцієнтів, балів				
		K_m	K_p	K_c	K_x	K_n
1	Високоефективні провідні ВНЗ	-	-	-	-	більше 75
...	Ефективні ВНЗ	-	-	-	-	від 50 до 75
...	Низькоефективні ВНЗ	-	-	-	-	від 25 до 50
...	Неефективні ВНЗ	-	-	-	-	від 25 до 50
n						

Висновки з проведеного дослідження. Підводячи підсумки, автор вважає, що для отримання позитивних кінцевих результатів на початковому етапі необ-

хідно проводити запропоновану оцінку впродовж 2-3 років, оскільки частина включених в неї показників на сьогодні не фіксується в існуючих методиках моніторингу і даних статистичної звітності. Крім того, на наш погляд, для отримання достовірних даних потрібне налагодження ширшої взаємодії з роботодавцями. Проте, в якості апробації потрібно провести відповідне дослідження ряду ВНЗ, при цьому аналіз результатів дослідження дозволить виробити деякі практичні пропозиції із підвищення ефективності окремих напрямків діяльності ВНЗ.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Волощук Л.О. Методичні підходи до оцінки розвитку вищого навчального закладу / Л.О. Волощук, К.П. Ганева // Праці одеського політехнічного університету. – 2011. – № 3. – С. 248-253.
2. Грищенко І.М. Економічні умови забезпечення якості освітніх послуг у системі вищої освіти : [монограф.] / І.М. Грищенко. – К. : Педагогічна думка, 2012. – 91 с.
3. Демидов С.Р. Теоретико-методологические основы и механизм обеспечения экономической безопасности высшего учебного заведения : дис. ... докт. экон. наук. – М., 2007. – 297 с.
4. Загірняк М.В. Ранжування у вищій освіті – національний досвід та перспективи розвитку / Загірняк М.В., Сергієчко С.А. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua
5. Панкова Н.В. Методологические основы формирования государственной политики в сфере образования : дис. ... докт. экон. наук. – СПб., 2009.
6. Проект «Топ-200 Україна» склав рейтинг ВНЗ-2011. Освіта та наука в Україні За матеріалами: Дзеркало тижня. [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://www.osvita.org.ua/news/58084.html?from=news_rss
7. Рейтинговий оцінювання вузів «Компас 2011» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.yourcompass.org/>
8. Наказ МОНУ «Про апробацію системи рейтингового оцінювання діяльності вищих навчальних закладів у 2008/09 навчальному та 2009 календарному роках» від 24.12. 2009 № 1185 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nuos.edu.ua>

УДК 339.137.2.017: 65.011

Метлицький М.О.

студент

Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»**Кавтиш О.П.**

кандидат економічних наук,

доцент кафедри економіки і підприємництва
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

НАПРЯМИ ПІДТРИМКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ У РЕКЛАМНІЙ СФЕРІ

У статті проаналізовано напрями підтримки конкурентоспроможності продукції підприємств рекламної сфери. Визначено основні проблеми, які виникають при не вживанні заходів по підтримці конкурентоспроможності продукції. Запропоновано з метою їх вирішення використовувати у практиці діяльності підприємств рекламної сфери напрями підвищення конкурентоспроможності продукції, визначені у процесі оцінювання відповідних груп ендогенних та екзогенних факторів впливу на неї.

Ключові слова: конкурентоспроможність продукції, методи оцінки, рекламна сфера, якість.

Метлицький Н.А., Кавтыш О.П. НАПРАВЛЕНИЯ ПОДДЕРЖКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ В РЕКЛАМНОЙ СФЕРЕ

В статье проанализированы направления поддержки конкурентоспособности продукции предприятий рекламной сферы. Определены основные проблемы, которые возникают при не использовании мер по поддержке конкурентоспособности продукции. Предложено с целью их решения использовать в практике деятельности предприятий рекламной сферы направления повышения конкурентоспособности продукции, определенные в процессе оценки соответствующих групп эндогенных и экзогенных факторов влияния на нее.

Ключевые слова: конкурентоспособность продукции, методы оценки, рекламная сфера, качество.

Metlytskyy M.O., Kavtysh O.P. THE MAINTAINING ACTIVITIES OF PRODUCT COMPETITIVENESS IN THE SPHERE OF ADVERTISING

This paper examines trends support the competitiveness of companies in the advertising field. The main problems that arise when actions are not used to support the competitiveness of products. A solution for their use in the practice of companies advertising sphere directions to increase the competitiveness of products identified during the evaluation of relevant groups of endogenous and exogenous factors that influenced it.

Keywords: product competitiveness, evaluation methods, sphere of advertising, quality.

Постановка проблеми. Практика діяльності фірм рекламної сфери свідчить про посилення конкурентної боротьби як на зовнішньому, так і на внутрішньому ринках, збільшення частки іноземних компаній, здатних надавати високоякісні послуги у сфері реклами. Це ставить перед національними представниками рекламного бізнесу питання про пошук шляхів утримання відповідної частки ринку, тобто своїх конкурентних позицій та споживачів. Йдеться про те, що виробники послуг наразі мають більш глибоко здійснювати аналіз ринків, своїх реальних та потенційних конкурентів, вподобань і купівельної спроможності споживачів, вибудовуючи на цій основі відповідні стратегічні та тактичні управлінські механізми, ухвалюючи рішення, здатні забезпечити їм умови для збереження та подальшого нарощення рівня конкурентоспроможності.

Аналіз останніх джерел і публікацій. Питання про сутність конкурентоспроможності, методи її оцінки, а також забезпечення та підтримку конкурентоспроможності продукції розкрито у роботах як зарубіжних, так і іноземних дослідників. Серед них варто відзначити праці Р.А. Фатхутдінова, Х.А. Фасхієва, М.Г. Долинської, В.Л. Диканя, Г.Л. Азова, Е.А. Горбашко, Ю.Б. Іванова, С.М. Ілляшенка, А.Е. Воронкова, Г.М. Скударя, Р.М. Тіхонова, В.М. Осипової, Л.А. Крота, І.А. Соловйова, Т.В. Воргуль, П.О. Бесаги, А.В. Сохацької та інших.

У той же час, зважаючи на переважну орієнтацію вказаних досліджень на загальні засади підтримки

конкурентоспроможності продукції виробничих підприємств, тематика її підтримки у сфері послуг, у т. ч. і рекламних, залишається актуальною.

Постановка завдань. Метою дослідження є ґрунтовний аналіз сутності конкурентоспроможності продукції підприємств рекламної сфери, а також обґрунтування на цій основі відповідних напрямів її підтримки.

Результати дослідження. Сфера послуг характеризується тим, що задоволення вимог споживачів до продукції, яка постачається на ринок, і забезпечення прибутковості при її виробництві базуються на постійній співпраці із самими споживачами, на підтримці, та підвищенні якості продукції. Особливо це прослідковується у сфері реклами, де без постійної взаємодії, налагоджених комунікаційно-інформаційних потоків, а також підтримки високого рівня продукції за усіма параметрами, компаніям складно утримати свої конкурентні позиції.

Загалом, розуміння продукту рекламної сфери та конкурентоспроможності такого продукту вихідними положеннями мають загальноприйнятій категоріальний апарат та відповідні теоретико-методичні напрацювання у сфері конкурентоспроможності, на які «нависуються» специфічні особливості галузевого характеру.

Конкурентоспроможність продукції у найбільш загальному вигляді доцільно розглядати як сукупність її характеристик і супутніх до продажу та споживання послуг, які відрізняють цю продукцію від аналогічних продуктів за ступенем задоволення потреб спожи-

вача, рівнем витрат на її придбання і експлуатацію. Іншими словами, це здатність продукції відповідати очікуванням споживачів, їхнім уподобанням, а також здатність бути проданою [1, с. 25]. Це, перш за все, філософія роботи у складних ринкових умовах, орієнтована на розуміння потреб споживача, тенденції їх розвитку, знання стану і розвитку ринку, поведінки та можливостей конкурентів, загалом відчуття параметрів мікро- та макросередовища, які впливають на поведінку ринкових агентів [2, с. 112].

Характеристику конкурентоспроможності продукції умовно можна представити через такі складові, як: якість, сервісний супровід, ціна, доступність, технології, кваліфікація персоналу, наявність брендів та ступінь довіри до підприємства. Для рекламної сфери вони набувають відповідної інтерпретації.

Так, якість інтерпретується, насамперед, як здатність реклами бути сприйнятою та забезпечити підвищення рівня продажу рекламованих продуктів (комунікативна якість). Ряд досліджень показує [3, с. 56], що кінцеве рішення про покупку на 30-35% пов'язано з його якісними характеристиками. І ці якісні характеристики споживач отримує через різні канали маркетингової інформації. У поняття якості товару або послуги рекламної компанії входять надійність, точність виконання замовлення, простота у замовленні, використання новітніх технологій, а також відсутність дефектів. Ще одним важливим показником якості є її відповідність стандартам [4, с. 74].

Поряд з цим важливого значення у якості маркетингових послуг набуває соціальна складова, яка має проявлятися у достовірності реклами, її відповідності дійсним параметрам рекламованих продуктів, інакше мова буде йти про безвідповідальну рекламу [5].

Сервісний супровід визначається здатністю представників рекламного бізнесу забезпечити комфортні умови перегляду інформації, представлення послуг з обслуговування джерел розміщення реклами, аналізу ринку рекламованого продукту та доцільності відповідного представлення через рекламу тощо.

Ціна виступає для споживачів рекламних послуг важливим показником. І тут, на відміну від традиційних товарів виробничого характеру, доцільно враховувати те, що вона багато у чому визначається не лише вимогами ринку, витратами виробництва чи брендом рекламної компанії, а і вартістю каналів її передачі, частоти прокрутки тощо. Саме тому якість рекламного продукту може значно поступитися своїми позиціями. Це вимагає від представників рекламного бізнесу необхідності вміло доводити доцільність збільшення ціни у відповідності до якості послуг, найбільш оптимальних каналів її розповсюдження.

Також велику роль відіграє рівень кваліфікації персоналу. Наявність кваліфікованих робітників, що мають великий досвід роботи у даній сфері та заці-

кавлені у подальшому розвитку, дозволяє постійно підтримувати високу якість продукції при мінімальних витратах. Величезний ряд замовлення або дуже складні роботи просто не можуть бути здійснені без кваліфікованого персоналу.

Кваліфікований персонал у рекламній сфері – це персонал, здатний здійснювати усю сукупність поставлених робіт з мінімальними витратами часу, бюджетних коштів, матеріальних ресурсів за відсутності конфліктів, викривлення інформації або її неточного чи несвоєчасного подання, креативний за способом здійснення відповідних робіт, орієнтований і добре обізнаний зі структурою та динамікою ринку. Наявність всіх цих складових свідчить про високий рівень кваліфікації персоналу, який впливає на якість продукції або послуги, а це призводить до здатності підтримувати рівень їх конкурентоспроможності.

Характеристику доступності можна аналізувати з двох позицій: по-перше, з позицій споживача послуги – це можливість отримати бажану реалізацію ідеї та її використання; по-друге, з позицій самої фірми-розробника – це здатність мати усі необхідні ресурси для максимального задоволення потреб споживачів. Такий підхід до доступності впливає з того, що для компаній, які займаються рекламними послугами, потрібен великий попит на їх послуги, через який вони мали б змогу збільшувати число споживачів.

Аналіз аналітичних досліджень свідчить про те, що найбільш розповсюдженими (доступними) каналами для реалізації реклами на сьогоднішній день є наступні (табл. 1).

Представлення реклами за відповідними каналами характеризується значним відставанням темпів зростання одних каналів від інших. Як видно з табл. 1, найбільшою динамікою характеризується інтернет-реклама. Хоча за показниками якості та достовірності вона значно поступається іншим каналам. За даними Всеукраїнської рекламної коаліції найбільш якісну інтернет-рекламу на сьогоднішній день забезпечують переважно медіа компанії [6; 7]. Якщо говорити про зовнішню рекламу, то прогнозується зростання її темпів, проте якість каналів реалізації такої реклами наразі не відповідає вимогам ринку. Саме тому її використання буде супроводжуватись динамікою зростання лише за умови покращення техніко-технологічного супроводу. Аналогічного удосконалення ресурсного і технологічного забезпечення наразі потребує реклама у кінотеатрах, метро, супермаркетах тощо.

Крім того, варто говорити і про недооцінку радіо реклами, яка, на відміну від ряду інших каналів, характеризується більш низькими витратами та наявністю якісної передачі. Тут найбільшою проблемою, за словами аналітиків, виступає низька моти-

Таблиця 1
Характеристика каналів розповсюдження рекламної інформації та її обсягів, млн. грн. [6]

Види каналів	2012 р., млн. грн.	2013 р., млн. грн.	Зміна у %, 2013 – 2012 рр.	Прогноз на 2014 р., млн. грн.	Зміна у %, 2014 – 2013 рр.
ТВ-реклама	3 867	4 440	14,8%	4 880	10%
ТВ-спонсорство	400	500	25%	550	10%
Реклама у пресі	2 647	2 560	-3,3%	2 544	-0,6%
Зовнішня реклама	1 537	1 613	5%	1 810	12%
Радіореклама	312	340	9%	374	10%
Реклама у кінотеатрах	35	40	14%	45	12%
Інтернет-реклама	680	1 060	35%	1 440	36%
Усього медіа-реклама	9 478	10 553	11%	11 643	10%

вація радіоканалів інтенсифікувати свою рекламну функцію [6]. Зростання ж рівня її використання супроводжується активністю лише окремих груп замовників.

Споживачів рекламних послуг також цікавить, якою технологією користується компанія при виконанні робіт. Цей аспект є не менш важливим ніж ті, що приведені вище. Аналіз технологій, представлених у рекламному бізнесі, свідчить про позитивну, але дуже низьку динаміку їх розвитку та застосування (табл. 2.) [6].

Такі показники пов'язані з рядом параметрів як з боку споживачів, так і з боку виробників реклами. З позицій споживачів варто відзначити, що практично не проводяться масштабні ініціативи, тому клієнти концентруються на перевірених інструментах. З позицій виробників доцільно говорити про зростання попиту на автоматизацію і діджиталізацію процесів, технічні і технологічні рішення тощо, проте наявність значних бюджетних обмежень на фоні кризових тенденцій у країні змушують «зменшувати темпи технологічного прориву у галузі». Крім того, варто відзначити і деяку інертність ряду рекламних компаній. При цьому правило залишається правилом: компанія, що використовує стару технологію при наданні послуги, вже втрачає рівень конкурентоспроможності продукції.

Використання технологій, поряд із кваліфікованими робітниками дозволяє виробляти продукцію високої якості з низькими витратами і у найкоротший термін, тим самим знижуючи собівартість продукції при незмінній якості. Це пов'язано з тим, що якість, час виконання замовлення, або навіть відповідність стандартам – це уже спосіб виграти перед конкурентами. Тому потрібно завжди звертати увагу: чи не застаріла технологія використовується у компанії.

Наразі в Україні серед усієї сукупності рекламних компаній є ті, які визнаються креативними, технологічними, «укомплектованими» персоналом відповідного рівня, що відбивається на клієнтській базі (споживачах) і на доходах. Серед таких відзначимо: Leo Burnett Ukraine, Saatchi&Saatchi Ukraine, Banda Agency, Ogilvy&Mather Ukraine, Geometry Global Ukraine. Вони увійшли у п'ятірку найкращих за рейтингом Всеукраїнської рекламної коаліції у 2013 році (рис. 1).

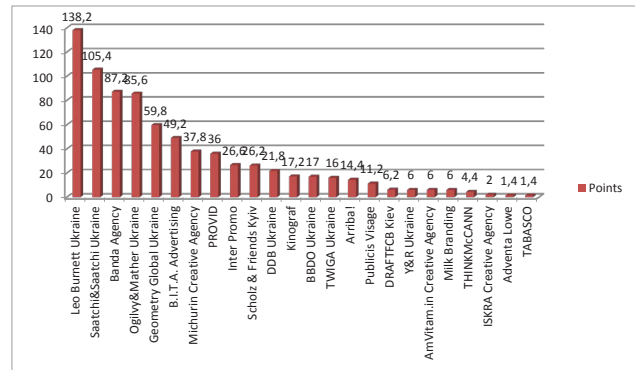


Рис. 1. Рейтинг найбільш креативних рекламних компаній 2013-2014 рр.

(побудовано за даними [6])

Важливого значення також набуває статус фірми на ринку і ступінь довіри до неї зі сторони споживачів. Насамперед, це здатність не лише отримати доступ до споживачів, але і використати його так, щоб споживач не став «разовим» і при цьому ще й рекомендував би дану фірму іншим потенційним споживачам.

Дуже часто вітчизняні компанії беруть замовлення від підприємств та після виконання роботи втрачають замовника, тобто виконують разову роботу, що є неефективним. Або ж виконують ряд поставлених завдань за даний період, на які вказує замовник, виконують замовлення і також після виконаної роботи можуть на довго втратити його. Це пов'язано саме з низькою якістю та незначною мотивацією, невмінням зацікавити споживача послуг. Щоб таких ситуацій уникнути, на нашу думку, доцільно більше уваги приділяти формуванню контрактних відносин на довгострокову перспективу. Компанії можуть не просто запропонувати контракт на певний період, де вказується термін спільної праці із замовником, який хоче скористатись рекламною послугою. У контракті можливо вказати також, що замовлення та поставлені роботи будуть виконуватися з високим пріоритетом на швидке виконання, або реалізовуватися за цінами, які відрізнятимуться від стандартних, а також можливість отримати замовлення у більшому розмірі, ніж звичайно можуть бути надані у таких випадках. Такі відносини могли б зміцнити та нала-

Таблиця 2

Динаміка використання маркетингових сервісів та технологій рекламними агентствами [6]

	2012р., млн. грн.	2013р., млн. грн.	Зміна у %, 2013 - 2012 рр.	Прогноз на 2014 р., млн.грн.	Зміна у %, 2014 - 2013 рр.
Маркетингові сервіси	2 450	521	3%	2 687	6,6%
у т.ч.:					
Consumer Promotion	403	384	-5%	388	1%
Trade marketing (Мерчандайзинг, Trade promo, програми мотивації та контролю персоналу)	803	819	2%	835	2%
Event Marketing	247	222	-10%	222	0%
Direct marketing (Mailing, DB management, Contact-Center)	693	802	16%	944	18%
Digital Marketing як підтримка Marketing Services (Internet marketing, Mobile Marketing, Experiential marketing)	38	42	10%	46	10%
Non-media спонсорство, life placement, ambient media	265	252	-5%	252	0%

штувати безперервні замовлення компанії. А це – постійні клієнти та стабільна робота на перспективу.

Проблемою для вітчизняних компаній на рекламному ринку також є небажання братись за «малі замовлення», що є, на наш погляд, неефективною політикою для компанії. На відміну від них, ті які згодні працювати з різними за обсягами роботами та термінами замовлень, можуть зайняти більш вагоміше місце на ринку, оскільки кожен замовник вже утворює ринок по споживанню рекламної продукції. А якщо це так, то втрата одного споживача означає зниження конкурентоспроможності послуги і втрату ринкових позицій. Тому компанії повинні бути зацікавлені і у малих замовленнях, тобто розширенні охоплення замовлень від малих до великих. При цьому якість виконання малих не повинна відрізнятися від замовлення великих розмірів. Ці заходи мають стимулювати, підтримувати та підвищувати конкурентоспроможність продукції компанії.

На даний час компанії не можуть розвиватися чи мати перспективу на майбутнє без отримання нової інформації про зміни або нові стратегії конкурентів, поведінку споживачів на даному сегменті ринку або про коливання попиту та пропозиції, інновації у своїй сфері тощо. Тому, на наш погляд, потрібно більше уваги також приділяти покращенню роботи відділів по корпоративній розвідці, яка буде здійснюватися в межах закону та етики. Корпоративна розвідка має дуже важливу функцію, якою користуються великі та розвинені компанії – це негайне реагування на проблему, яка виникла, та ефективно її вирішення. Наприклад: уникнення партнерства з недобросовісними підприємствами; попередження про негативний вплив з боку конкурентів або співробітників; орієнтування в тенденціях ринку; пошук нових ідей серед співробітників, споживачів та конкурентів; формування максимально сприятливих для компанії умов співпраці з іншими ринковими агентами тощо.

На сьогоднішній день, великі компанії, усвідомлюють важливість інформації та створюють або вдосконалюють підрозділи корпоративної розвідки. Всі керівники мають бажання знати або володіти важливими даними про наміри або несподівані дії конкурентів на ринку за допомогою постійного моніторингу інформації з відкритих джерел, не переходячи межі дозволеного [8, с. 223].

Крім того, на нашу думку, серед напрямів підтримки відповідного рівня конкурентоспроможності у сфері реклами важливого значення набувають не лише ті, які безпосередньо можуть бути реалізовані шляхом власних зусиль чи спільних (за рахунок наявності коаліцій та асоціацій). Наразі державна політика у сфері інформації та реклами також виступає одним з тих чинників, які можуть забезпечувати реалізацію обраних напрямів. Мова йде і про можливості впливу на стандарти якості рекламних послуг, врегулювання деяких цінових питань, соціальних аспектів трансляції, недопущення використання заборонених методів реклами, прихованої реклами тощо.

Так, за словами Бесага П. хоча в Україні не дозволено реклама спиртних напоїв з 6 до 23 години, проте вона транслюється у прихованому вигляді. Він зазначає, що «... до недобросовісних виробників реклами алкогольних напоїв можна віднести: «Мороша», «Цельсій» та ін. Виробник горілки «Хортиця»

виступає спонсором випусків спортивних новин, розміщує свою рекламу під час показу популярних передач, «Шустов» розміщує свою рекламу на каналі ICTV під час кожного рекламного випуску на його початку та в кінці...» [5]. А за деякими даними соціологічних досліджень, 89,6 % українців сприймають рекламу алкогольних напоїв як пряму [5].

Хоча не менш важливого значення набуває загалом реалізації державної політики і у сфері захисту прав власності, у т.ч. інтелектуальної, оскільки за відсутності найкращої практики інституціонального забезпечення означений ринок не буде позбавлений відповідних зловживань і буде незахищеним, неконтрольованим. Це впливатиме і на ті заходи, якими користуватимуться рекламною компанією для забезпечення своєї конкурентоспроможності.

Висновки. Таким чином, можна говорити про те, що на сьогоднішній день ринок рекламних послуг та особливості підтримки конкурентоспроможності продукції рекламних компаній залишаються малодослідженими. Зокрема, це стосується і питань визначення сутнісних характеристик рекламної продукції, які впливають на її конкурентоспроможність, забезпечуючи компаніям відповідні ринкові позиції.

Серед основних напрямів підтримки конкурентоспроможності у сфері реклами було визначено: підвищення якості продукції і супутнього обслуговування, підтримку довгострокових контрактів, покращення роботи відділів розвідки, моніторинг ринку на нові ідеї, аналіз потреб споживачів, постійне вдосконалення технологічного забезпечення, покращення контрактної роботи. Крім того, було обґрунтовано доцільність підвищення державних стандартів у сфері реклами, здійснення дієвого контролю за недопущенням зловживань, а також забезпеченням надійних прав власності. Ці фактори можуть стати основою для реалізації внутрішніх потенційних можливостей у сфері підтримки належного рівня конкурентоспроможності продукції рекламних компаній.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Сохацкая А. В. Процесс планирования уровня конкурентоспособности продукции / А. В. Сохацкая // Экономика развития. – 2009. – № 4(52). – С. 98.
2. Лифиц И. М. Формирование и оценка конкурентоспособности товара и услуг / И. М. Лифиц. – М. : Юрайт-Издат, 2004. – 335 с.
3. Борисенко З.М. Основы конкурентной политики : підручник / З.М. Борисенко. – К. : Таксон, 2004. – 704 с.
4. Лифиц И.М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг / И.М. Лифиц. – М. : Юрайт-М, 2001. – 224 с.
5. Бесага П. О. Анализ деяких недоліків Закону України «Про рекламу» та ефективність рекламної комунікації [Електронний ресурс] / П. О. Бесага // Управління розвитком. – 2014. – № 1. – С. 19-21. – Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/5205>.
6. Дані Всеукраїнської Рекламної коаліції щодо темпів розвитку рекламного ринку, видів реклами та технологій у галузі, рейтингів агентств, прогнозів на перспективу [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.adcoalition.org.ua/adv/statistics>.
7. Воргуль Т. В. Сучасні тенденції та особливості розвитку рекламного ринку України [Електронний ресурс] / Т. В. Воргуль // Управління розвитком. – 2014. – №1. – С. 14-17. Режим доступу : <http://www.repository.hneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/5200>.
8. Линдер И.Б. Энциклопедия деловой разведки и контрразведки / [Линдер И.Б., Алесковский С.Ю., Алехин А.В.]. – М. : Издательство «Русь»-«Олимп», 2007. – 428 с.



УДК 331.104(045)

Мізерна Т.В.

аспірант кафедри міжнародних економічних відносин
Хмельницького національного університету**ДІАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ПЕРСОНАЛУ
МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ**

У статті розглядаються проблеми функціонування та розвитку машинобудівних підприємств України та діагностики конкурентних можливостей персоналу в конкурентному середовищі господарювання.

Ключові слова: управління персоналом, конкурентоспроможність, машинобудівні підприємства, діагностика.

Мизерная Т.В. ДИАГНОСТИКА КОНКУРЕНТНЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПЕРСОНАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНЫ

В статье рассматриваются проблемы функционирования и развития машиностроительных предприятий Украины и диагностики конкурентных возможностей персонала в конкурентной среде хозяйствования.

Ключевые слова: управление персоналом, конкурентоспособность, машиностроительные предприятия, диагностика.

Mizerna T.V. DIAGNOSTICS OF COMPETITION POSSIBILITIES OF PERSONNEL OF MACHINE-BUILDING ENTERPRISES OF UKRAINE

In the article the problem of the functioning and development of the machine-building enterprises of Ukraine and diagnostics competitive capabilities of personnel in a competitive environment management.

Keywords: human resources management, competitiveness, machine-building enterprises diagnosis.

Постановка проблеми. Останнім часом в фахових колах та державних інституціях все більше акцентується на необхідності побудови конкурентоспроможної національної економіки на інноваційній основі. Машинобудівний комплекс є ядром національної економіки, своєрідним фундаментом, без якого неможливо побудувати по-справжньому конкурентоспроможну економіку. Від конкурентоспроможності машинобудівних підприємств в основному залежить місце країни у міжнародному розподілі праці та глобальному конкурентному середовищі.

Основою конкурентоспроможності будь-якого машинобудівного підприємства є високий рівень технологічної та конструкторської новизни пропонованої продукції, причому параметри вищезначеної новизни мають тісно корелювати з очікуваннями та потребами споживачів, для яких продукція машинобудування перетворюється в основні фонди, що забезпечують в свою чергу ефективну господарську діяльність підприємств-покупців машинобудівної продукції.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні підвалини сучасного розуміння механізмів управління персоналом закладено дослідниками різних часів, серед яких А. Сміт, Д. Рикардо, К. Маркс, Ф. Тейлор, Е. Мейо, А. Маслоу, Д. Мак-Грегор, М. Вебер, Ф. Герцберг, М. Туган-Барановський, В. Вернадський, Ф. Хайек, О. Чаянов, О. Гастев та ін.

Пошуки сучасних вчених-економістів України, таких як Амоша О.І., Бандур С.І., Богиня Д.П., Ведерніков М.Д., Грیشнова О.А., Гончар О.І., Данюк В.М., Дмитренко Г.А., Долішній М.І., Єгоршин А.П., Зайцев Г.Г., Івановська Л.В., Крамаренко В.І., Крушельницька О.В., Мельничук Д.П., Михайлов Ф.Б., Мурашко М.І., Поляков В.А., Травін В.В., Карлін М.І., Колот А.М., Онікієнко В.В., Петрова І.Л., Семикіна М.В., Сорока І.В., Синицька О.І., Тютюнникова С.В., Філіпова А.В., Чухно А.А., Щекін Г.В. та ін., істотно збагатили наукові уявлення про соціальні та економічні чинники й методи управління персоналу в системі управління підприємством.

Формулювання цілей статті. В рамках концепції управління людськими ресурсами персонал порівнюється з основним капіталом, витрати на який

розглядаються як довгострокові інвестиції; кадрове планування переплітається з виробничим, і працівники стають об'єктом корпоративної стратегії, що дозволяє підприємствам машинобудівної галузі України виживати і розвиватися в умовах жорсткої конкуренції, особливо з розширенням ринків збуту в країні з більш вищим рівнем соціального устрою.

Виклад основного матеріалу. Конкурентоспроможна машинобудівна галузь є запорукою ефективною економікою будь-якої держави. Саме машинобудівний комплекс забезпечує технічну озброєність, механізацію, автоматизацію виробництва, а тому і в значній мірі впливає на промисловий потенціал країни, її конкурентоспроможність на зовнішніх ринках.

Сучасна глобальна система машинобудування сьогодні на 75% зосереджена в обмеженій групі країн, які забезпечують випуск практично всієї номенклатури галузі. Це такі країни, як Китай, Японія, США, Німеччина, Великобританія, Італія. Частка продукції машинобудування в цих країнах в загальному обсязі промислової продукції становить близько 40-50%, в Україні вона складає всього близько 13%. Машинобудування є однією з найважливіших і перспективних галузей економіки України. Сучасний машинобудівний комплекс об'єднує в собі 11073 підприємства, з яких 136 – великих, 1750 – середніх, 9187 – малих з виробництва машин, обладнання, приладів, апаратури, транспортних засобів. Тут сконцентровано більше 15% від вартості основних засобів та майже 6% оборотних активів української промисловості та понад 22% кількості найманих робітників [1]. Частка машинобудівної галузі в промисловості України складає 15%, у долі ВВП становить близько 11%, тут зосереджено понад 15% вартості основних засобів, майже 6% оборотних активів промисловості нашої держави та понад 22% кількості найманих працівників.

Для проведення дослідження нами були обрані 5 підприємств машинобудівної галузі Київської області, серед яких ПАТ «Отіс» входить до складу Otis Elevator світового лідера з виробництва та обслуговування ліфтів, ескалаторів та рухомих доріжок. Господарська діяльність підприємства охоплює проектування, виробництво, продаж, монтаж, обслуговування, модернізацію й заміну ліфтів і ескалаторів,

результати якої зведені в таблицю. Наслідки поточної світової фінансової кризи продовжували суттєво впливати на ПрАТ «Отіс» протягом 2012 року. Динаміка показників діяльності досліджуваних підприємств представлена в таблиці 1. Для наочності представлення результатів таблиці 1 побудуємо діаграми (рис. 1-5). Аналіз показників діяльності досліджуваних підприємств свідчить про те, що обсяг реалізованої продукції в 2009 р. був значно нижчий від попереднього року по всіх підприємствах, проте це відповідає загальним показникам по галузі в цілому (рис. 1).

Як видно з рис. в 2009 р., найбільший темп спадання обсягів реалізації спостерігався на ПАТ «Борекс» лише 29,7% від показника 2008 р. та ПАТ «Ірпіньмаш» 34,2%, на ПАТ «Отіс» даний показник становив 59,0%, майже однаковими були показники ПАТ «Меридіан» та ПАТ «Київський мотоциклетний завод» – 76,0% та 77,3% відповідно, в цілому по галузі – 55,1%.

Слід звернути увагу на вихід з кризового стану досліджуваних підприємств: найкраще спрацював управлінський персонал ПАТ «Ірпіньмаш», що дозволило підприємству в 2010 р. збільшити обсяги реалізації майже в три рази і вийти на показники 2008 р., а в 2011 р. темп зростання становив 259,8% відносно 2010 р., в 2012 р. цей показник знову зменшився і склав 62,2% від попереднього року; ПАТ «Борекс» відзначився зростанням обсягів реалізації продукції лише в 2011 р. – 127,8%; стабільним слід визначити становище ПАТ «Отіс» та ПАТ «Меридіан», що протягом 2010-2012 рр. характеризувалося щорічним зростанням обсягів реалізації; найгірша ситуація щодо реалізації спостерігалась на ПАТ «Київський мотоциклетний завод», а саме щорічне зменшення обсягів.

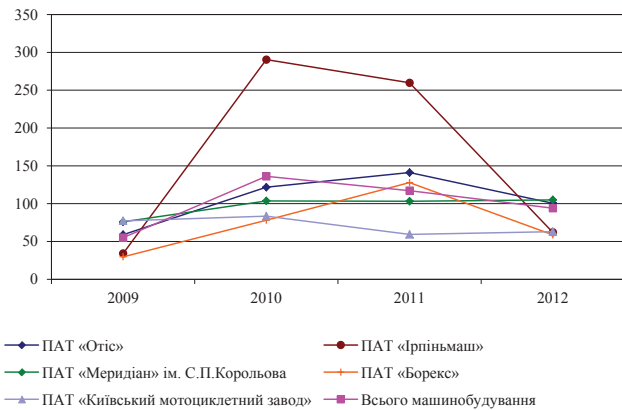


Рис. 1. Дані про зміну обсягів реалізованої промислової продукції по досліджуваних підприємствах і галузі машинобудування України в 2009-2012 рр.

В 2009 р. по чотирьох з п'яти досліджуваних підприємств спостерігалось скорочення кількості найманих працівників на 15-25% і лише на ПАТ «Ірпіньмаш» їх чисельність збільшилась на 7,1%. В 2010р. незначне збільшення чисельності персоналу відбулося на ПАТ «Отіс» – 13,4% та ПАТ «Ірпіньмаш» – 4,4%, на ПАТ «Борекс» чисельність працюючих не змінилась, а на ПАТ «Меридіан» та ПАТ «Київський мотоциклетний завод» зменшилась на 8,2% та 15,5% відповідно. У 2011 р. кількість працюючих дещо зросла лише на ПАТ «Отіс» – 2,4%, а по всіх інших підприємствах скоротилась, проте слід звернути увагу, що на ПАТ «Борекс» скорочення склало 38,4% і саме цей період характеризується

Таблиця 1

Динаміка основних показників діяльності досліджуваних машинобудівних підприємств в 2009-2012 рр.,* у відсотках до попереднього року

Підприємства	Показники	2009	2010	2011	2012
ПАТ «Отіс»	Обсяг реалізованої промислової продукції	59,0	121,7	141,1	100,6
	Середньорічна кількість найманих працівників	74,8	113,4	102,4	112,8
	Фонд оплати праці	105,7	102,4	109,1	109,9
	Чистий прибуток (збиток)	72,0	105,6	91,6	89,2
	Нерозподілений прибуток (збиток)	88,7	101,6	105,6	103,0
ПАТ «Ірпіньмаш»	Обсяг реалізованої промислової продукції	34,2	290,4	259,8	62,2
	Середньорічна кількість найманих працівників	107,1	104,4	91,5	100,0
	Фонд оплати праці	110,4	105,8	85,1	103,5
	Чистий прибуток (збиток)	56,7	89,4	145,1	25,1
	Нерозподілений прибуток (збиток)	215,9	148,0	147,1	108,0
ПАТ «Меридіан» ім. С.П.Корольова	Обсяг реалізованої промислової продукції	76,0	103,6	103,2	105,0
	Середньорічна кількість найманих працівників	86,8	91,8	82,5	106,0
	Фонд оплати праці	91,0	108,2	102,0	99,6
	Чистий прибуток (збиток)	81,7	127,4	105,4	105,0
	Нерозподілений прибуток (збиток)	178,2	149,3	122,9	119,5
ПАТ «Борекс»	Обсяг реалізованої промислової продукції	29,7	78,1	127,8	58,8
	Середньорічна кількість найманих працівників	81,1	100,0	61,6	79,8
	Фонд оплати праці	35,5	102,1	115,5	81,5
	Чистий прибуток (збиток)	-2548,5	159,1	104,7	43,1
	Нерозподілений прибуток (збиток)	-2548,5	259,1	164,3	116,9
ПАТ «Київський мотоциклетний завод»	Обсяг реалізованої промислової продукції	77,3	83,5	59,3	63,0
	Середньорічна кількість найманих працівників	83,9	84,5	86,3	72,2
	Фонд оплати праці	67,2	105,6	118,2	84,5
	Чистий прибуток (збиток)	-600,0	-12,5	1327,6	0,7
	Нерозподілений прибуток (збиток)	100,0	94,7	26,3	406,2

*розроблено автором за даними дослідження

максимальними показниками реалізації та прибутковості підприємства (рис. 2).

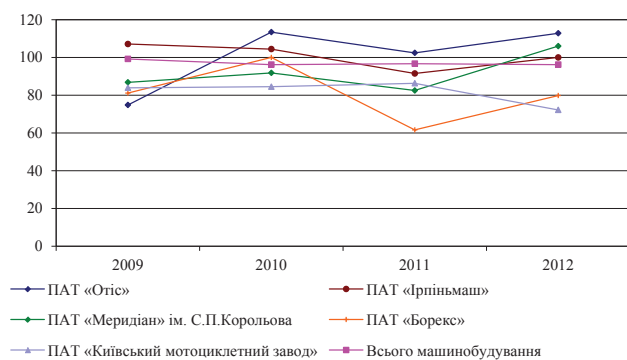


Рис. 2. Динаміка середньорічної кількості найманих працівників по досліджуваних підприємствах і галузі машинобудування України в 2009-2012 рр.

У 2012 р. продовжувалося зменшення чисельності персоналу на ПАТ «Борекс» (20,2%) та ПАТ «Київський мотоциклетний завод» (27,8%), збільшення – на ПАТ «Отіс» (12,8%) та ПАТ «Меридіан» (6,0%), на ПАТ «Ірпіньмаш» даний показник не змінився. Щодо стану по галузі в цілому, то чисельність працюючих в досліджуваній період зменшувалася щорічно в середньому на 3% (рис. 3).

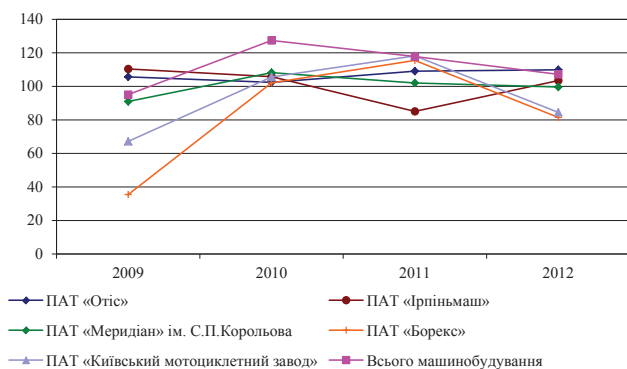


Рис. 3. Динаміка фонду оплати праці по досліджуваних підприємствах і галузі машинобудування України в 2009-2012 рр.

Темп зміни показників фонду оплати праці залежить від двох факторів чисельності працівників та розміру їх заробітної плати та доплат до неї. З рисунків 2 та 3 видно, що не завжди зміни в чисельності працюючих пропорційні змінам фонду оплати праці, наприклад, в 2009 р. на ПАТ «Отіс» чисельність працівників скоротилася на 25,2%, а фонд оплати праці збільшився на 5,7%. В наступні періоди на даному підприємстві зростанню середньорічної кількості найманих працівників відповідало зростання фонду оплати праці.

На ПАТ «Ірпіньмаш» в 2009-2012 рр. відбувалося поступове збільшення як чисельності працюючих, так і фонду оплати праці, лише в 2011 р. кадровий склад скоротився на 8,5%, а фонд оплати праці на 14,9% (рис. 4).

Якщо розглянути прибутковість досліджуваних підприємств, то слід зазначити, що три з п'яти, а саме ПАТ «Отіс», ПАТ «Ірпіньмаш» та ПАТ «Меридіан» одержували прибуток протягом всього досліджуваного періоду. ПАТ «Борекс» хоч і має збиткову діяльність, але розмір збитку в 2012 р. скоротився більш ніж вдвічі.

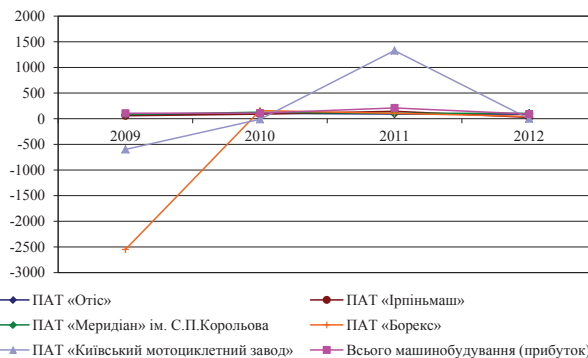


Рис. 4. Динаміка змін чистого прибутку досліджуваних підприємств в 2009-2012 рр.

ПАТ «Київський мотоциклетний завод» відзначається нестабільним становищем в 2011р. чистий прибуток збільшився в 13 разів порівняно з 2010 р., а в 2012 р. становив лише 0,7% від показника попереднього року. Одним із головних чинників забезпечення конкурентоспроможності є підвищення продуктивності. Підвищення продуктивності призводить до реального економічного зростання, соціального прогресу і вищого рівня життя. Однак місцем, де дійсно забезпечується підвищення продуктивності, є підприємство (рисунк 5). Саме тут всі доступні ресурси (фінансові, кадрові, інформаційні, технічні, технологічні, управлінські, організаційні) сходяться воедино з метою виробництва конкурентоспроможної продукції. Ефективність інтегрального функціонування цих ресурсів відбивається в продуктивності [2].

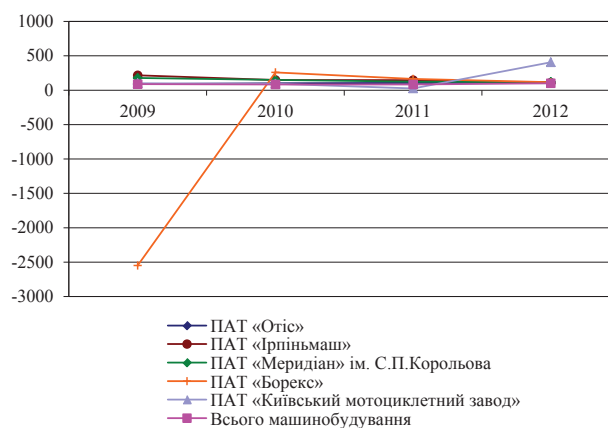


Рис. 5. Динаміка змін нерозподіленого прибутку досліджуваних підприємств в 2009-2012 рр.

Метод, запропонований нами, розроблений, розвиваючий ідеї [3; 4; 6] та заснований на теорії ефективної конкуренції. Згідно з цією теорією, найбільш конкурентоспроможним є те підприємство, де найкращим чином організована робота всіх служб і підрозділів. На ефективність діяльності кожної із служб впливає велика кількість факторів, ресурсів підприємства. Оцінка ефективності роботи кожного із підрозділів передбачає оцінку ефективності використання ним цих ресурсів. В основі методу лежить оцінка 5 показників або критеріїв конкурентоспроможності. Таким чином, оцінка конкурентоспроможності підприємства (Кп/п) включає всі найбільш важливі оцінки господарської діяльності машинобудівного підприємства, виключає дублювання окремих показників, дозволяє швидко й об'єктивно отримувати картину стану підприємства на галузевому ринку, використання в ході оцінки по-

рівняння показників за різні проміжки часу, дають можливість застосовувати цей метод як варіант оперативного контролю окремих служб. Цей метод оцінки рівня конкурентоспроможності може бути повністю рекомендований для застосування на підприємствах машинобудування.

В 2012 р. найвищий показник конкурентоспроможності на ПАТ «Меридіан» – 13,75 бали, на ПАТ «Отіс» – 10,25 бали, на ПАТ «Борекс» та на ПАТ «Київський мотоциклетний завод» – 7,5 бали, на – 10 балів, найнижчий ПАТ «Ірпіньмаш» – 6,75 бали.

З метою оцінки конкурентоспроможності досліджуваних машинобудівних підприємств нами була використана методика побудови так званої «зірки конкурентоспроможності». У таблицю 3 зведені результати аналізу показників конкурентоспроможності досліджуваних підприємств, при цьому використовувався метод експертних оцінок, де шкалою оцінок прийнятий діапазон від 0 до 15. На нашу думку, запропонована методика оцінки досягнутого рівня конкурентоспроможності досліджуваних підприємств надає можливість керівництву виявити слабкі місця в системі управління персоналом щодо рівня сукупного потенціалу та перспективи розвитку останнього в конкурентних умовах, а також сконцентрувати

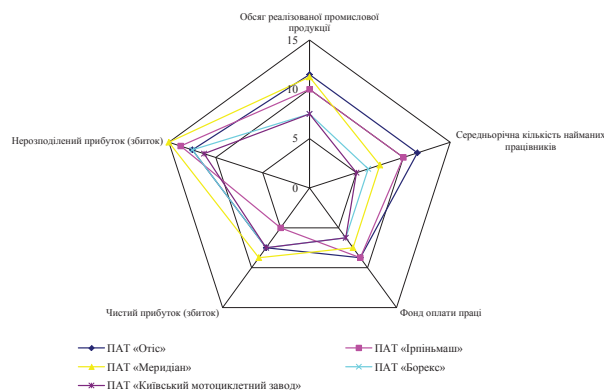


Рис. 6. Зірка конкурентоспроможності досліджуваних підприємств за обраними показниками

увагу на найбільш «вузьких» місцях в роботі підприємства і мобілізувати сили на пошук і розробку найбільш перспективного варіанта підвищення конкурентоспроможності (таблиця 3).

Моделювання рівня конкурентоспроможності персоналу здійснювався за методикою «Зірка конку-

Таблиця 2
Дані розрахунку критеріїв конкурентоспроможності досліджуваних підприємств в 2012 р.*

Показники	позначення	коефіцієнт вагомості	ПАТ «Отіс»		ПАТ «Ірпінь-маш»		ПАТ «Меридіан»		ПАТ «Борекс»		ПАТ «Київський мотоциклетний завод»		Середньогалузевий показник
			значення	бали	значення	бали	значення	бали	значення	бали	значення	бали	
Обсяг реалізованої промислової продукції	x1	0,5	100,6	10	62,2	5	105,0	15	58,8	5	63,0	5	94,0
Середньорічна кількість найманих працівників	x2	0,05	112,8	15	100,0	10	106,0	10	79,8	5	72,2	5	96,2
Фонд оплати праці	x3	0,05	109,9	10	103,5	10	99,6	10	81,5	5	84,5	5	107,2
Чистий прибуток (збиток)	x4	0,15	89,2	10	25,1	5	105,0	10	43,1	5	0,7	5	91,9/ 89,2
Нерозподіл. прибуток (збиток)	x5	0,25	103,0	10	108,0	10	119,5	15	116,9	15	406,2	15	101,0
Загальний показник конкурентоспроможності		1,0		10,25		6,75		13,75		7,5		7,5	

*розроблено автором за даними дослідження

Таблиця 3
Аналіз конкурентних переваг досліджуваних машинобудівних підприємств

Показники	ПАТ «Отіс»	ПАТ «Ірпінь-маш»	ПАТ «Меридіан»	ПАТ «Борекс»	ПАТ «Київський мотоциклетний завод»
Обсяг реалізованої промислової продукції	11,5	10	11,25	7,5	7,5
Середньорічна кількість найманих працівників	11,5	10	7,5	6,25	5
Фонд оплати праці	8,75	8,75	7,5	6,25	6,25
Чистий прибуток (збиток)	7,5	5	8,75	7,5	7,5
Нерозподілений прибуток (збиток)	12,5	13,75	15	12,5	11,25
Загальний показник конкурентоспроможності	10,875	10,125	11,4375	8,625	8,25

*розроблено автором за даними дослідження

рентоспроможності» [3; 4; 7], що, на нашу думку, дає можливість встановити переваги і недоліки досліджуваних підприємств на основі обраного кола показників (рис. 6).

По розташуванню ліній відносно одна однієї можна судити щодо конкурентних позицій досліджуваних підприємств за вищенаведеними параметрами. За більшістю показників, а саме з тими, що пов'язані з прибутковістю, перевагу має ПАТ «Меридіан», ще за одним показником (фонд оплати праці) займає позицію, близьку до конкурентів, однак значно поступається їм у кількості найманих працівників. ПАТ «Отіс» має перевагу за обсягом реалізованої продукції та середньорічною кількістю працівників. Найнижчі конкурентні позиції майже за всіма показниками має ПАТ «Київський мотоциклетний завод» (рис. 7).

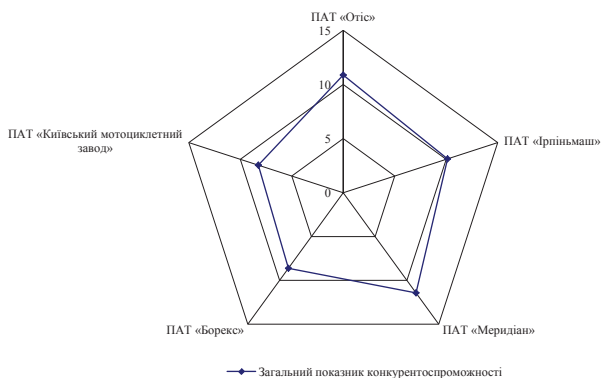


Рис. 7. Зірка загальної конкурентоспроможності досліджуваних підприємств

З рисунка 7 видно, що найкращу конкурентну позицію на ринку займає ПАТ «Меридіан» – загальний показник конкурентоспроможності становить 11,4375 бали, а найгіршу ПАТ «Київський мотоциклетний завод» – 8,25 бали.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Таким чином, виокремлюючи поняття конкурентоспроможності підприємства і конкурентоспроможності персоналу, з метою діагностики конкурентних можливостей персоналу машинобудівних підприємств, необхідно, на наш погляд, говорити щодо взаємозалежності, з

одного боку, та самостійності, з іншого. Оцінка конкурентоспроможності персоналу здійснюється за параметрами, що мають значення для керівництва підприємства, а саме:

- кількісні показники (частка витрат на персонал в загальній структурі витрат організації, частка витрат на персонал порівняно з середніми значеннями по галузі, розмір компенсаційного пакету в середньому для одного працівника, середня результативність, рівень використання персоналу і робочого часу тощо);

- якісні показники (рівень кваліфікації, компетентність персоналу, кадровий потенціал, наявність та розмір команди «мозкового штурму», їх організаційні здібності, ступінь командотворення, розвиток інформаційної складової в системі управління персоналом, делегування повноважень та відповідальності за прийняті рішення тощо).

Проведені дослідження дозволили зробити висновки щодо необхідності розробки моделі оцінки економічної та соціальної ефективності консалтингових послуг з управління персоналом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Костенко Т.Д. Економічний аналіз і діагностика стану сучасного підприємства : навч. посібник [текст] // Костенко Т.Д., Підгора Є.О., Рижиков В.С., Панков В.А., Герасимов А.А., Ровенська В.В. / видання 2-ге перероблене та доповнене. – К. : Центр учбової літератури, 2007 – 400 с. – С. 193-198.
2. Драган О.І. Управління конкурентоспроможністю підприємств: теоретичні аспекти : монографія. – К. : ДАККІМ, 2006. – 160 с.
3. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия: оценка, диагностика, стратегия: Научн. изд / Ю. Б. Иванов, А. Н. Тищенко, Н. А. Дробитько, О. С. Абрамова. – Харьков : Изд. ХНЭУ, 2004. – 256 с.
4. Довгань, Л. Є. Конкурентоспроможність підприємств : монографія / Л. Є. Довгань. – К. : ІВЦ видавництва «Політехніка», 2004. – 144 с. – Бібліогр.: с.136-139.
5. Лук'янова В.В. Діагностика ризику діяльності підприємства : [монографія] / В.В. Лук'янова. – Хмельницький : ПП. Ковальський В.В. – 2007. – 312 с.
6. Кузьмін О.Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту : [навч. посібн.] / О.Є. Кузьмін, О.Г. Мельник. – [3-тє вид. доп. і перероб.] – Львів : НУ «Львівська політехніка» (Інформаційно-видавничий центр «ІНТЕЛЕКТ+» Інституту післядипломної освіти), «Інтелект-Захід», 2007. – 384 с.
7. Мельник О.Г. Системи діагностики діяльності машинобудівних підприємств: полікритеріальна концепція та інструментарій : [монографія] / О.Г. Мельник. – Львів : НУ «Львівська політехніка», 2010. – 344 с.

УДК 338.45:658.5

Михеенко Е.С.*кандидат экономических наук,
доцент кафедры экономики предприятия
Донецкого национального университета***ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ДИАГНОСТИКИ
ТЕХНИКО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА
ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ**

Статья посвящена исследованию особенностей развития и оценки управления технико-технологическим потенциалом, с использованием методов и подходов, обуславливающих максимально информативный результат диагностики технико-технологического потенциала предприятия. Исследовано влияние факторов на формирование структурных элементов производственного потенциала промышленного предприятия, оценены параметры качественных и количественных характеристик технико-технологического потенциала, осуществлено сравнение различных методик для оценки потенциала. В работе предложено использование комплексной методики диагностики, объединившей в себе элементы ресурсного и вероятностного подходов, эффективной с точки зрения экономии времени, наглядности и удобства, а также позволяющей оценить и обеспечить условия устойчивого развития на основе повышения эффективности использования технико-технологического потенциала.

Ключевые слова: диагностика, технико-технологический потенциал, предприятия, методика оценки, эффективность, управление.

Міхєєнко К.С. ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ І ДІАГНОСТИКИ ТЕХНІКО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Стаття присвячена дослідженню особливостей розвитку та оцінки управління техніко-технологічним потенціалом, з використанням методів і підходів, що обумовлюють максимально інформативний результат діагностики техніко-технологічного потенціалу підприємства. Досліджено вплив факторів на формування структурних елементів виробничого потенціалу промислового підприємства, оцінені параметри якісних і кількісних характеристик техніко-технологічного потенціалу, здійснено порівняння різних методик для оцінки потенціалу. У роботі запропоновано використання комплексної методики діагностики, яка об'єднує елементи ресурсного та імовірнісного підходів, яка є ефективною з точки зору економії часу, наочності і зручності, а також дозволяє оцінити і забезпечити умови сталого розвитку на основі підвищення ефективності використання техніко-технологічного потенціалу.

Ключові слова: діагностика, техніко-технологічний потенціал, підприємства, методика оцінки, ефективність, управління.

Mikheyenko E.S. PECULIARITIES OF FORMATION AND DIAGNOSTICS OF THE TECHNICAL AND TECHNOLOGICAL POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

The article is devoted to the research of peculiarities of the technical and technological potential development and analysis by using methods and approaches that stipulate the most informative result of diagnostics of the enterprise's technical and technological potential. The impact of the factors on structural elements formation of the industrial enterprise production potential has been researched; qualitative and quantitative characteristics of the technical and technological potential have been assessed; different methods for the potential assessment have been compared. Integral method of diagnostics that includes elements of resource-based and probabilistic approaches, efficient from the point of view of time-saving, visualization and comfort, has been proposed in the work. Such method allows to assess and ensure conditions of sustainable development based on improving the efficiency of technical and technological potential utilization.

Keywords: diagnostics, technical and technological potential, enterprise, method of assessment, efficiency, management.

Постановка проблеми. На современном этапе развития отечественной промышленности место предприятия на рынке в значительной степени определяется уровнем и темпом производственных процессов, в связи с чем особое значение приобретают быстрая реакция производственной системы предприятия и эффективность его операций. Исходя из этого, развитие, наращивание и активизация технико-технологического потенциала становится одной из важнейших составляющих конкурентных преимуществ предприятия. Основой эффективного использования технико-технологического потенциала является своевременная и достоверная его оценка, что и обуславливает актуальность темы исследования.

Анализ последних исследований и публикаций. Проблематика оценки уровня технико-технологического потенциала отражена в трудах таких отечественных и зарубежных ученых, как М.А. Бендиков, О.О. Гетьман, И.З. Должанский, Ф.И. Евдокимов, В.Ф. Лысяков, Н.С. Краснокутская, В.П. Савчук, И.Б. Чичкало-Кондрацкая и др.

Нерешенные части общей проблемы. Вместе с тем недостаточно освещенными остаются вопросы анализа эффективности применения предложенных авторами методик оценки технико-технологического потенциала предприятия.

Целью исследования являются анализ и систематизация существующих методик оценки уровня технико-технологического потенциала предприятия в современных условиях хозяйствования.

Изложение основного материала. Технико-технологический потенциал (ТТП) отражает способность оперативно переориентировать производственные мощности и наладить экономически эффективное производство новых продуктов, которые соответствуют рыночным требованиям. Эта составляющая характеризует соответствие материально-технической и технологической базы предприятия, наличие резервов или возможности их быстрого получения, гибкость оборудования и технологий, оперативность работы конструкторских и технологических служб [5, с. 44].

Б.М. Мизюк предлагает считать технико-технологический потенциал способностью к технологической оптимизации всего цикла производства [6, с. 33].

Н.С. Краснокутская считает, что технико-технологический потенциал отражает способность оперативно переориентировать производственные мощности и наладить экономически эффективное производство новых продуктов, отвечающих рыночным требованиям [7].

Согласно Ф.И. Евдокимову, технико-технологический потенциал высокотехнологичного предприятия определяется как максимальная способность предприятия в настоящее время и в ближайшем будущем выпускать за определенный период времени (год, квартал, месяц) качественную продукцию определенного ассортимента, технического уровня и качества на основе созданной системы элементов организационно-экономической структуры, которая постоянно совершенствуется на инновационной основе [3].

Проанализировав существующие определения технико-технологического потенциала, можно сделать вывод, что технико-технологический потенциал промышленного предприятия – это резервы, выраженные в неиспользуемых возможностях роста и совершенствования производства, технологического и технического

оснащения, уровня технологии и технической базы, с помощью которых обеспечивается увеличение доходов и оценки текущего и будущего состояния с точки зрения возможности воспроизведения ресурсов, освоения технологий, дальнейшего развития предприятия.

Основными задачами оценки ТТП предприятия являются:

- рассмотрение особенностей производственной деятельности предприятий;
- обобщение и систематизация знаний для обеспечения эффективного управления предприятием;
- подготовка и обоснование конкретных практических мер по повышению эффективности использования ТТП предприятия в конкретных условиях хозяйствования.

Критерии эффективности оценки ТТП:

- удобство в использовании и информационная обеспеченность методов оценки;
- наглядность и скорость в использовании;
- учет всего комплекса взаимодействия и взаимовлияния составляющих ТТП предприятия, но при условии применения ограниченного количества показателей;
- обеспечение универсальности методов оценки и оптимизации использования технико-технологического потенциала предприятия;

Таблица 1

Показатели диагностики технико-технологического потенциала предприятия

Методы оценки и диагностирования	Автор метода	Показатели	Преимущества	Недостатки
Оценивание потенциала при помощи индикаторов технико-технологической составляющей экономической безопасности	Евдокимов Ф.И., Белозубенко В.С.	1) реновация и воспроизводство основных производственных фондов (ОПФ); 2) реальный уровень загрузки производственных мощностей; 3) степень износа ОПФ; 4) фондоотдача; 5) фондовооруженность; 6) доля НИОКР в общем объеме работ; 7) производительность труда; 8) коэффициент эластичности	Наглядность, информативность, возможность получить рекомендации относительно дальнейшего развития	Отсутствие учета технологической составляющей. Большое количество показателей, что обуславливает неудобство в применении
Анализ технико-технологического потенциала при помощи количественной оценки возможностей восстановления производственного потенциала	Краснокутская Н.С.	1) рентабельность собственного капитала; 2) производительность каждого ресурса; 3) эффективность совокупности ресурсов; 4) рентабельность производственных ресурсов; 5) темпы роста	Возможность принимать конкретные управленческие решения, небольшое количество рассчитываемых показателей	Отсутствие связи с другими составляющими ТТП, сложность в применении
Оценка механизмов и оборудования как основы технико-технологического потенциала	Бендиков М.А.	1) полная себестоимость объекта оценки; 2) восстановительная стоимость объекта оценки; 3) базовая стоимость объекта оценки	Наглядность и быстрота расчета, небольшое количество показателей, простота в применении	Малоинформативная, отсутствие учета взаимодействия всех составляющих ТТП
Оценка технико-технологического потенциала посредством стоимости и уровня технологии	Чичкало-Кондрацкая И.Б.	1) стоимость технологии производства; 2) уровень технологии отчетного года в денежном эквиваленте	Возможно прогнозирование во времени, небольшое количество показателей, доступность в использовании	Отсутствие связи с технической составляющей, малоинформативная
Диагностирование потенциала при помощи мониторинга системы количественных и качественных показателей экономической безопасности на уровне предприятия	Должанский И.З., Загорная Т.О., Удалых О.О.	1) индикаторы экономической безопасности; 2) показатели фактического состояния производства.	Информативная, наглядна в виде графиков, взаимосвязаны различные части ТТП	Большое количество трудно нормируемых показателей, трудоемкость расчета и анализа, сложность в использовании

• доступность и возможность легко внедрить.

Систематизируем показатели оценки технико-технологического потенциала предприятия, предложенные зарубежными и отечественными учеными, и отразим в табл. 1.

Из представленного анализа следует, что выбор необходимой методики обуславливается минимизацией негативных последствий ее использования и получением максимально информативного результата оценки ТТП предприятия.

Существует также ряд других методик оценки имеющегося уровня и стратегического ТТП предприятия.

При этом можно выделить три основных различия между ними:

а) учет в оцениваемых факторах параметров качества продукции;

б) учет в оцениваемых факторах параметров организации труда;

в) структура оцениваемых параметров технико-технологической базы.

В частности, Л. Нейкова [1, с. 135] учитывала в своей методике оценки как качество продукции, так и организационные составляющие. Комплексный показатель технического и организационного уровня производства ею рассчитан как сумма величин оценок технического уровня продукции, уровня технологии и организации производства:

$$Y_n = K_1 Y_u + K_2 Y_{mn} + K_3 Y_o, \quad (1)$$

где Y_n – комплексный показатель технико-организационного развития предприятия;

Y_{mn} – уровень технологии предприятия;

Y_u – технический уровень произведенной продукции;

Y_o – уровень организации производства;

K_1, K_2, K_3 – коэффициенты, характеризующие значимость подсистем.

Значения параметров формулы определяются экспертным путем. Для промышленных предприятий $K_1 = 0,3, K_2 = 0,45, K_3 = 0,25$. Оценки Y_i (Y_{mn}, Y_u, Y_o) определяются по единой по структуре формуле:

$$Y_i = \frac{A_1 X_n + A_2 X_n}{100}, \quad (2)$$

где X_n, X_n – удельный вес высшей и низшей категории оценок в общем комплексе оценок уровня;

A_1, A_2 – значимость категории, которая равна $A_1 = 1$ для высшей категории, $A_2 = 0,75$ для низшей категории.

Каждый показатель, входящий в формулу (1), определяется экспертами по специально сформированному набору критериев в диапазоне от 0 до 1. Для учета в высшей категории оценки по критериям должны иметь значение от 1 до 0,68, низшей категории оценки имеют значение от 0,679 до 0. Этот подход применялся для предприятий химического машиностроения и позволяет определить относительное состояние научно-технического прогресса на предприятиях отрасли. Этот подход не учитывает экономические результаты от повышения технико-организационного уровня производства.

В работе Васильевой И. [1, с. 135] при оценке уровня ТТП параметры качества продукции отсутствуют.

Технико-экономический уровень *технологии* производственной системы составляют:

1) уровень технологической интенсивности процессов, который характеризуется степенью использования материальных, энергетических и временных ресурсов;

2) уровень технологической организации производства, который определяется количеством операций

и стадий процесса, их комбинацией, взаимозаменяемостью, сочетанием, непрерывностью производства, переналадкой процессов при переходе на изготовление других изделий или режимов работы;

3) уровень технологической оснащенности, что характеризуется степенью оснащенности производства техническими средствами, а также согласованностью между требованиями технологии и оснащенностью процесса соответствующими машинами и уровнем рабочей силы, то есть уровнем механизации и автоматизации производства, состоянием информационного обеспечения;

4) уровень управления технологической системой, который характеризуется степенью достижения оптимальных режимов процесса с высокой результативностью.

Технико-экономический уровень *технической составляющей* ТТП предприятия определяется способностью технических средств выполнять свои основные функциональные назначения и их перспективностью относительно лучших, имеющихся и тех, что разрабатываются, образцов аналогичных машин и устройств.

В свою очередь, С. Покропивный при оценке ТТП не учитывает параметры качества продукции и уровень организованности. Среди основных показателей технического уровня производства (табл. 2) главным считает фондо- и энерговооруженность труда.

Таблица 2
Основные оценочные показатели ТТП предприятия [8, с. 230]

Классификационные признаки	Показатели
Уровень технической оснащенности труда	1) фондовооруженность труда; 2) энерговооруженность труда
Технический уровень оборудования	1) мощность; 2) надежность, долговечность; 3) удельная материалоемкость; 4) средний срок эксплуатации оборудования; 5) доля прогрессивных типов оборудования в общем количестве оборудования; 6) доля технически и экономически устаревшего оборудования в общем парке
Уровень механизации и автоматизации производства	1) степень охвата работников механизированным трудом; 2) доля объемов продукции, изготавливаемой с использованием автоматизированных средств труда
Уровень прогрессивности технологии	1) структура технологических процессов по трудоемкости; 2) доля новых технологий по объему или трудоемкостью продукции; 3) средний возраст использования технологических процессов; 4) коэффициент использования сырья и материалов

Разобщенность представленных методик оценки уровня ТТП предприятия привела к необходимости структурировать оценку, выделив в ней готовность к выпуску продукции, уровень пригодности оборудования и степень обновления техники и технологии. Тогда ТТП предприятия может быть описан следующей формулой [1, с. 137]:

$$ТТП = \sqrt[n]{K_{ПМ} \times M \times ОНП \times \Phi_0 \times K_T \times УМА \times K_0 \times УП}, \quad (3)$$

где $K_{ПМ}$ – коэффициент использования производственной мощности;

M – удельная материалоемкость;
 ОНП – оборачиваемость незавершенного производства;

Φ_0 – фондоотдача;

K_r – коэффициент пригодности основных средств;

УМА – уровень механизации и автоматизации труда;

K_0 – коэффициент обновления технико-технологической базы;

УП – доля новых технологий по объему продукции;

n – количество показателей в формуле (3)

Методика расчета показателей с формулы (3) представлена в табл. 3.

Если показатель ТТП изменяется от 1 до 0,7 – высокий уровень технико-технологического потенциала, 0,71-0,50 – средний уровень, ниже 0,50 – низкий уровень. Такая оценка уровня технико-технологического потенциала предприятия отражает способность производить определенный объем продукции при заданных параметрах качества (удельная материалоемкость, оборачиваемость и фондоотдача) и технико-технологической оснащенности.

Вывод. Таким образом, предложенные авторами методики анализа технико-технологического потенциала имеют ряд ограничений, некоторые из них односторонние или слишком сложны для реального применения на предприятии.

Оптимальным вариантом является использование комплексной методики оценки как эффективной с точки зрения экономии времени, наглядности и удобства, а также всесторонне охватывающей ТТП и дающей возможность осуществлять прогнозирование на последующие периоды. Это позволяет исследовать динамику технико-технологического потенциала и принять своевременное управленческое решение.

Перспективы дальнейших исследований. Дальнейшего рассмотрения требует исследование методик оценки факторов, тенденций и структуры потенциала крупных промышленных предприятий как сложных социально-экономических систем с использованием современных моделей и методов подготовки управленческих решений, которые позволят обеспечить условия устойчивого развития.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. Гонтарева І.В. Оцінка потенціалу техніко-технологічної бази промислового підприємства / І.В. Гонтарева // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2011. – № 4. – С. 133-139.
2. Денисюк В. Високі технології і високонаукоємні галузі – ключові напрями в інноваційному розвитку / В. Денисюк // Економіст. – 2004. – № 5. – С. 76-81.
3. Євдокимов Ф.І. Оцінка техніко-технологічного потенціалу високотехнологічного підприємства [Електронний ресурс] / Ф.І. Євдокимов, В.Ф. Лисяков // Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. – Режим доступу : http://econindustry.org/archiv/mag/2005/vip_03_29/st_29_3.pdf.
4. Коверга С.В. Ефективність діагностики техніко-технологічного потенціалу машинобудівного підприємства / С.В. Коверга, О.С. Передреєва, С.П. Кузьменко // Маркетинг

Таблица 3
Методика расчета показателей ТТП предприятия

Показатель	Методика расчета	Условные обозначения
Готовность к выпуску продукции		
$K_{\text{ПМ}}$ – коэффициент использования производственной мощности	$K_{\text{ПМ}} = \frac{V}{V_{\text{max}}}$	V – объем производства, тыс. грн. V_{max} – объем производства, соответствующий имеющейся мощности, тыс. грн.
M – удельная материалоемкость	$M = \frac{M_{\text{п}}}{M_0}$	$M_{\text{п}}$ – уровень материалоемкости на предприятии M_0 – уровень материалоемкости в отрасли
ОНП – оборачиваемость незавершенного производства	$\text{ОНП} = \frac{V}{\text{НЗП}}$	НЗП – средние остатки незавершенного производства
Φ_0 – фондоотдача	$\Phi_0 = \frac{V}{\text{ОФ}}$	$\overline{\text{ОФ}}$ – среднегодовая стоимость основных средств, тыс. грн.
Уровень пригодности оборудования		
K_r – коэффициент пригодности основных средств	$K_r = \frac{\text{ОФ}_0}{\text{ОФ}_{\text{перв}}}$	ОФ_0 – остаточная стоимость основных средств, тыс. грн. $\text{ОФ}_{\text{перв}}$ – первоначальная стоимость основных средств, тыс. грн.
УМА – уровень механизации и автоматизации труда	$\text{УМА} = \frac{V_{\text{а.м.}}}{V}$	$V_{\text{а.м.}}$ – объем продукции, произведенной при помощи автоматизированных и механизированных средств, тыс. грн.
Степень обновления техники и технологии		
K_0 – коэффициент обновления технико-технологической базы	$K_0 = \frac{\text{ОФ}_{\text{нов}}}{\text{ОФ}_{\text{перв}}}$	$\text{ОФ}_{\text{нов}}$ – стоимость нововведений на предприятии, тыс. грн.
УП – доля новых технологий по объему продукции	$\text{УП} = \frac{V_{\text{н.т.}}}{V}$	$V_{\text{н.т.}}$ – объем производства по новым технологиям, тыс. грн.

и менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т. 2. – С. 205-209.

5. Коренков О.В. Управління потенціалом розвитку підприємств : монографія / О.В. Коренков. – К. : ГРОТ, 2004. – 289 с.
6. Мізюк Б.М. Потенціал підприємства: рушійні сили його формування та перетворення / Б.М. Мізюк // Економіка і управління. – 2001. – № 3. – С. 31-39.
7. Передреєва О.С. Дослідження сутності економічної складової техніко-технологічного потенціалу промислових підприємств [Електронний ресурс] / О.С. Передреєва // Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dtr_ep/2012_2/files/EC212_25.pdf.
8. Покропивний С.Ф. Економіка підприємства : підручник / С.Ф. Покропивний. – К. : КНЕУ, 2001. – 528 с.
9. Рачинська Г.В. Оцінювання рівня технологічного розвитку підприємств [Електронний ресурс] / Г.В. Рачинська, Л.С. Лісовська // Національна бібліотека України ім. В.І. Вернадського. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/natural/vnulp/Ekonomika/2011_698/40.pdf.

УДК 657.1:075.8

Молодецький С.С.

здобувач кафедри управління фінансово-економічної безпеки
Університету економіки та права «КРОК»**РЕЙДЕРСТВО ЯК ЗАГРОЗА ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ**

У статті розкрито зміст та сутність такого антисоціального явища, як рейдерство, яке є загрозою економічній безпеці підприємства. Показані ефективні превентивні засоби від захоплення підприємства та їх стратегічну мету, що полягає в максимальному підвищенні вартості захоплення підприємства для того, щоб зробити атаку рейдерів нерентабельною.

Ключові слова: рейдерство, економічна безпека підприємства, економічна безпека держави, загрози економічній безпеці держави, захоплення підприємств, захист підприємств.

Молодецкий С.С. РЕЙДЕРСТВО КАК УГРОЗА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ

В статье раскрыты содержание и сущность такого антисоциального явления, как рейдерство, которое является угрозой экономической безопасности предпринимательства. Показаны эффективные превентивные средства от захвата предприятия, а также их стратегическая цель, которая заключается в максимальном повышении стоимости захвата предприятия для того, чтобы сделать атаку рейдеров нерентабельной.

Ключевые слова: рейдерство, экономическая безопасность предпринимательства, экономическая безопасность государства, угрозы экономической безопасности государства, захват предприятий, защита предприятий.

Molodetsky S.S. RAIDING AS THREAT OF ECONOMIC SAFETY OF UKRAINE

In article content and essence of such antisocial phenomenon as raiding which is threat of economic safety of entrepreneurship are opened. Effective preventive remedies from entity capture, and also their strategic objective which consists in the maximum value increase of capture of the entity to make attack of raiders unprofitable are shown.

Keywords: raiding, economic safety of entrepreneurship, economic safety of the state, threat of economic safety of the state, capture of the entities, protection of the entities.

Постановка проблеми. В країнах з ринковою економікою однією із форм конкуренції є агресивна, незаконна діяльність суб'єктів господарювання – так зване «рейдерство». Випадки рейдерства в його різноманітних проявах можна спостерігати в різні часи, і майже в усіх країнах з ринковою економікою. Це явище, як правило, викликане різними чинниками: недосконалістю законодавства, бажанням іноземних компаній увійти на ринки інших країн тощо.

Гострота проблеми «рейдерства» досягла свого піку в останні декілька років, коли факти незаконного захоплення підприємств набули широкого розголосу в засобах масової інформації. Намагання захопити та отримати контроль за прибутковими підприємствами призводять до дестабілізації їх роботи, довготривалих судових процесів, а в деяких випадках – фактичної повної паралізації роботи таких підприємств.

Водночас величезного поширення набули суспільно небезпечні дії, пов'язані з силовим протизаконним захопленням підприємств. Умовами, що сприяють поширенню рейдерства в Україні, є недосконалість діючого корпоративного та кримінального законодавства, корумпованість судової влади, інших органів державної влади, відсутність активного реагування державних органів влади на цю загрозливу проблему, брак дієвих засобів захисту прав власника, відсутність достатнього досвіду боротьби з цим негативним явищем, низький рівень розвитку правової культури громадян.

Згідно з результатами експертного опитування, проведеного «Центром дослідження корпоративних відносин» на тему: «Рейдерство в Україні», 42,9% експертів вважають, що його негативні наслідки вже зараз становлять серйозну небезпеку для національної економіки. Зокрема, йдеться про: погіршення інвестиційного клімату, виникнення додаткових інвестиційних ризиків для потенційних інвесторів; нехтування цивілізованими принципами корпоративних відносин, факти рейдерства демонструють

культуру ведення бізнесу українськими фінансово-промисловими групами; переконаність у неможливості захисту прав власності державними інститутами; зниження продуктивності праці; наносить шкоду міжнародній репутації, бо сприяє утвердженню іміджу нашої держави як країни, де не дотримуються закону і не поважають право власності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні аспекти рейдерства досліджували такі науковці, як З. Варналій [5], О. Тарасова, С. Кравченко, Г. Паламарчук, Л. Венгер, І. Головань, О. Москалик [2]. Разом з тим питання щодо визначення сутності та змісту поняття «рейдерство» залишається відкритим.

Питання злочинних поглинань розглядається у працях вітчизняних учених, таких як: Б.М. Андрушків [4], Н.Б. Кирич, М.І. Мельник, З.С. Варналій [5], І.І. Мазур, О.А. Белікова [6, с. 105]. Вказані автори дають загальну характеристику поняття «рейдерство», роз'яснюють типові рейдерські схеми, досліджують систему захисту підприємств від злочинного поглинання.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. До основних проблем, які сьогодні перешкоджають зміцненню економічної безпеки підприємства та боротьбі із рейдерством у регіонах України і на вирішення яких має бути спрямована послідовна й активна державна регіональна політика, відносяться: відсутність повноцінного ринкового середовища; незавершеність формування інституційної бази економічної політики; незбалансованість державної регуляторної політики; недосконалість бюджетної політики; зловживання монополієм становити цінового характеру; збільшення кількості рейдерських атак, корупційних та дискримінаційних дій щодо підприємців; недосконалість судової системи, корумпованість органів влади та відсутність державних інститутів, які б ефективно захищали права власника; низький рівень конкурентоспроможності підприємств та їх інноваційної активності; незадовільні показники фінансового стану та ефективності

функціонування підприємств і використання ними ресурсного забезпечення; негативні тенденції щодо кількості діючих та новостворюваних підприємств, а також обсягів їх господарської діяльності тощо. Головними негативними наслідками рейдерства в Україні є: дестабілізація роботи вітчизняних підприємств; руйнування трудових колективів та соціальні конфлікти; формування несприятливого інвестиційного клімату держави; сповільнення темпів промислового розвитку країни.

Отже, одним із важливих напрямів державної політики є розробка стратегії протидії рейдерству, яка буде адекватною загрозам економічним національним інтересам.

Постановка завдання. Метою статті є розкриття змісту та сутності такого антисоціального явища, як рейдерство, яке є загрозою економічній безпеці підприємництва.

Виклад основного матеріалу дослідження. Рейдерство є у всьому світі. Якщо це законне рейдерство, тобто якщо на ринку перерозподіляється власність законними методами на користь ефективних компаній, це вважається нормальною діяльністю. У розвинених країнах рейдерство не є таким небезпечним, використовуються здебільшого економічні важелі: аналіз ринку, з'ясування кон'юнктури, участь у біржових торгах, гра на ринку цінних паперів тощо. Існують погляди, що компанії, які займаються даним видом діяльності на законних підставах, певною мірою очищують ринок. Але проблема в тому, що в Україні рейдерство найчастіше має кримінальний характер, де незаконним чином відбираються активи в ефективних власників.

Історію українського рейдерства умовно можна поділити на два періоди. Перший – це початок 90-х років до 2000 року (підприємства захоплювали відверто кримінальним шляхом, досить часто із застосуванням фізичного насильства).

Другий період, започаткований 2000 року, триває донині і характеризується напівзаконним загарбанням підприємств, більш легальними методами боротьби та активним протистоянням рейдерству.

На сьогодні в Україні сформувався ринок злиття та поглинання підприємств, а також відповідний вид «бізнесу», пов'язаний із перерозподілом власності. Законність чергового етапу перерозподілу власності залежатиме від твердої державної політики, наведення правового порядку та наявності відповідних державних інститутів, які б ефективно захищали права власника.

Неефективність захисту права власності, відсутність умов для формування необхідного інвестиційного потенціалу в національній економіці, зокрема розвинених фінансового та фондового ринків, несприятливий макроекономічний і політико-правовий клімат для залучення іноземних інвестицій і розвитку внутрішнього інвестиційного процесу негативно впливають на стан економічної безпеки України [1, с. 7].

Так, на думку окремих фахівців Генеральної прокуратури, ознаками рейдерства є незаконні дії щодо скупки акцій у дрібних акціонерів, розголошення даних реєстрів власників акцій, винесення незаконних судових ухвал (рішень) у справах з вирішення корпоративних конфліктів, неправомірних дій органів державної виконавчої служби при виконанні судових ухвал (рішень), злочинних дій приватних охоронних структур та груп людей щодо захоплення підприємств тощо [2, с. 18].

Останніми роками в Україні почастішали суспільно небезпечні дії, пов'язані з силовим протиправним захопленням підприємств різної організаційно-правової

форми, які в народі йменуються як «рейдерство». Заданими Українського союзу промисловців і підприємців в країні діє 35-50 спеціалізованих рейдерських груп, що складаються з досвідчених юристів і економістів. Кількість рейдерських атак в рік перевищує 3000, а їх результативність складає більше 90%. Збитки від рейдерських захоплень оцінюються в 3-5 млрд. доларів щорічно, а середньостатистична норма прибутку рейдерів складає сотні відсотків.

Першочерговою причиною попиту на рейдерські послуги вважається початок переходу України до ринкових відносин та активне здійснення «глобального» перерозподілу власності. Останніми роками цей попит стає більш свідомим, організованим та масовим, що зумовлено кількома факторами:

- недосконалістю чинного законодавства, корупційністю виконавчої та судової влади;
- нестабільністю політичної ситуації та перерозподілом власності між фінансово-промисловими групами;
- імпортом рейдерських технологій.

Найпростішими методами протистояння рейдерству є:

- концентрація акціонерного капіталу або викуп частки в учасників, які не беруть участі в діяльності підприємства; постійний моніторинг змін у складі акціонерів; реструктуризація підрозділів зі зміною їх організаційно-правового статусу; контрольне скуповування акцій і додаткова емісія;

- визначення правового статусу власності, здійснення переоцінки майна. В умовах значного ризику буде корисною реструктуризація власності з використанням дочірніх структур, створення штучної заборгованості підприємства і передача нерухомості та інших активів у позичку під кредитування;

- недопущення виникнення та прострочення кредиторської заборгованості;

- удосконалення роботи менеджменту та персоналу (недопущення конфліктних ситуацій, протиправного звільнення працівників тощо);

- підвищення культури суб'єктів господарювання (прозорі конкурентні відносини, підтримання ділової репутації тощо);

- використання в службі економічної безпеки способів і методів конкурентної розвідки;

- залучення громадськості й засобів масової інформації до боротьби з рейдерством.

Рейдерство сьогодні полягає у набутті сумнівними шляхами тимчасового права розпоряджатися активами та якнайшвидшим продажем цих активів пов'язаним із рейдером особам, із наступними перерозподілом (шляхом продажу, передачі в володіння чи навіть набуття через суд) вилучених активів між пов'язаними особами, маючи на меті завадити їхньому поверненню законним власникам.

В ситуації, що склалася у відкритому конкурентному середовищі, суб'єкти господарювання діють на свій страх і ризик, під свою персональну і насамперед майнову відповідальність. Кожен підприємець, починаючи свою справу, усвідомлює, що він не тільки отримує прибуток і стає економічно незалежним, а й постійно ризикує. При цьому не кожне підприємство може забезпечити свою економічну безпеку.

Протягом останніх років рейдерство в Україні перетворилося на справжню загальнодержавну проблему, яка загрожує сталому розвитку національної економіки, оскільки підриває інвестиційний клімат в Україні, унеможливорює нормальне функціонування не тільки великого, але й середнього та малого бізнесу.

При цьому одним із найбільш розповсюджених механізмів протиправного захоплення чужої власності є механізм створення та консолідації кредиторської заборгованості підприємства – об'єкта рейдерської атаки.

В основі такого механізму рейдерства лежить наявна у підприємства кредиторська заборгованість перед контрагентами за різного роду господарсько-правовими зобов'язанням. При цьому рейдер скуповує у кредиторів підприємства наявні у них права вимоги до такого підприємства. Як правило, уступка права вимоги здійснюється за значно меншою ціною ніж вартість самої кредиторської заборгованості.

Слід відзначити, що підприємство-боржник в більшості випадків не знає про продаж його боргів, адже, відповідно до статті 516 Цивільного кодексу України, заміна кредитора у зобов'язанні здійснюється без згоди боржника, якщо інше не встановлено договором або законом.

Крім того, хоча й у ч. 2 ст. 516 Цивільного кодексу України передбачено обов'язок повідомити боржника про заміну кредитора у зобов'язанні, але, як правило, цесіонарій не дотримується цих вимог закону та не повідомляє боржника про факт уступки права вимоги, оскільки таке неповідомлення не є підставою для недійсності самої угоди з відступлення права вимоги.

Після консолідації значного розміру кредиторської заборгованості рейдер одночасно пред'являє її до сплати шляхом направлення боржнику претензії або подачі відповідного позову до суду. При цьому для рейдера важливо якнайшвидше отримати позитивне рішення суду про стягнення з боржника наявної суми заборгованості, для підтвердження безспірності своїх вимог до такого боржника. У зв'язку з чим рейдери досить часто використовують інститут поруки для зміни підсудності господарського спору. Тобто рейдер укладає фіктивний договір поруки із іншим суб'єктом господарювання, відповідно до якого такий суб'єкт господарювання поручається за належне виконання боржником свого обов'язку. В силу положень ст. 554 Цивільного кодексу України у разі порушення боржником зобов'язання, забезпеченого порукою, боржник і поручитель відповідають перед кредитором як солідарні боржники, якщо договором поруки не встановлено додаткову (субсидіарну) відповідальність поручителя. Порукою може забезпечуватися виконання зобов'язання частково або у повному обсязі.

Як правило, часткова відповідальність поручителя встановлюється в незначному розмірі. При цьому рейдер укладає договір поруки з таким суб'єктом господарювання, місцезнаходження якого знаходиться у юрисдикції «зручного» для рейдера господарського суду.

І знову ж таки, можливість використання інституту поруки в рейдерських атаках викликана тим, що положення Цивільного кодексу України не вимагають наявності згоди на укладення договору поруки від боржника, зобов'язання якого забезпечується.

Після отримання позитивного рішення суду про стягнення з підприємства-боржника наявної суми заборгованості рейдер отримує у господарському суді судовий наказ, який подає державній виконавчій службі.

У свою чергу, нездатність підприємства-боржника одночасно розрахуватися за своїми зобов'язаннями та виконати судові рішення (судові рішення) дає підстави для ініціації процедури банкрутства відносно

такого боржника з усіма негативними наслідками, що випливають із цієї процедури.

Щоб ініціювати справу про банкрутство, необхідно дотриматися певних умов: розмір заборгованості має бути не менше 300 мінімальних заробітних плат, а вимоги кредиторів мають бути безспірними, тобто підтвердженими відповідними виконавчими чи розрахунковими документами, на підставі яких списують грошові кошти. Крім того, безспірні вимоги мають існувати не менше трьох місяців з часу, встановленого для їх погашення [3, с. 87].

Слід відзначити, що, відповідно до ч. 9 ст. 7 Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», заява про порушення справи про банкрутство кредитора може ґрунтуватися на об'єднаній заборгованості боржника щодо різних зобов'язань перед цим кредитором.

Основне завдання для рейдера у процедурі банкрутства – отримати більшість голосів у комітеті кредиторів та призначити «підконтрольного» арбітражного керуючого у якості розпорядника майна, керуючого санацією чи ліквідатора.

Відповідно до частини 8 статті 16 Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», до компетенції комітету кредиторів належить прийняття рішення, зокрема про: підготовку та укладення мирової угоди; внесення пропозицій господарському суду щодо продовження або скорочення строку процедур розпорядження майном боржника чи санації боржника; звернення до господарського суду з клопотанням про відкриття процедури санації, визнання боржника банкрутом і відкриття ліквідаційної процедури, припинення повноважень арбітражного керуючого (розпорядника майна, керуючого санацією, ліквідатора) та про призначення нового арбітражного керуючого (розпорядника майна, керуючого санацією, ліквідатора), надання згоди на укладення арбітражним керуючим значних угод боржника чи угод боржника, щодо яких є заінтересованість.

Отримавши більшість голосів у комітеті кредиторів фактично рейдер керує процесом банкрутства, разом із арбітражним керуючим визначає напрями використання майна, а також має право, в силу ч. 2 ст. 12 Закону України «Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом», подати клопотання господарському суду про відсторонення органів управління боржника від управління підприємством боржника.

У результаті подібних дій керівника підприємства-боржника відсторонюють від посади, а виконання його обов'язків покладається на арбітражного керуючого – розпорядника майна. Саме з цього моменту розпочинається виведення активів з підприємства, що може здійснюватись різноманітними способами і на різних судових процедурах банкрутства, починаючи від укладення значних угод щодо майна боржника із підконтрольними суб'єктами господарювання, введення у якості санатора підконтрольної юридичної особи, укладення мирової угоди, умови якої передбачають перехід права власності на активи боржника кредитору у якості погашення існуючої заборгованості, і завершуючи ліквідацією підприємства-боржника та продажем його активів по мінімальним цінам у на відкритих торгах, якщо комітетом кредиторів не встановлено інший порядок продажу майна банкрута.

Висновки з проведеного дослідження. У всьому світі рейдерство розцінюють як фактор недосконалості політичних, правових структур влади в державі, її

чинного законодавства, відсутності належних умов для захисту бізнесу, прав власників і рівноправної конкуренції. І те, що в Україні є таке явище, як рейдерство, ще раз підкреслює глибину системних проблем нашої держави.

Практика показує, що найефективнішим від захоплення підприємства рейдерами є захист превентивного характеру. Його стратегічна мета – максимальне підвищення вартості захоплення підприємства для того, щоб зробити атаку рейдерів нерентабельною, а отже – недоцільною. Відповідно, власникові необхідно здійснити заходи, щоб перевести інтерес потенційного рейдера із площини корпоративного захоплення на цивілізований механізм об'єднання та поглинання. Для цього слід провести системну реструктуризацію бізнесу, що дасть змогу створити таку систему володіння і управління найбільш привабливих активів, яка зробить захоплення рейдерами підприємства нерентабельним бізнесом.

УДК 658.5:338.22

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Про Стратегію національної безпеки України: Указ Президента України № 105/2007 від 12 лютого 2007 року // Офіційний вісник України від 23.02.2007. – 2007. – № 11. – С. 7.
2. Москалик О. М. Рейдерство в Україні як загроза національній безпеці / О. М. Москалик // Механізм правових регулювань правоохоронної та правозахисної діяльності. – 2010. – № 5. – С. 18.
3. Кальман О.Г. Рейдерство: причини та заходи протидії / О.Г. Кальман, М.А. Погорецький // Закон и право. – 2008. – № 3. – С. 87.
4. Андрушків Б. М. Економічна та майнова безпека підприємства та підприємництва. Антирейдерство / Б. М. Андрушків, Л. Я. Малюта. – Тернопіль: Тернограф, 2008. – 424 с.
5. Варналії З.С. Основні передумови та шляхи подолання рейдерства в Україні [Електронний ресурс] / З.С. Варналії, І. Мазур // Аналітичні записки щодо проблем і подій суспільного розвитку. – К.: Національний інститут стратегічних досліджень при Президенті України, 2007. – Режим доступу: <http://old.niss.gov.ua/Monitor/juli/1.htm>.
6. Беліков О. Рейдерство в Україні – реалії сьогодення // Юридичний журнал. – 2007. – № 4. – С. 105-109.

Мохонько Г.А.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»*

Малик І.П.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»*

ІНСТИТУЦІОНАЛЬНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТІЙКОСТІ КОРПОРАТИВНИХ УТВОРЕНЬ

У статті проведено дослідження інституціонального забезпечення стійкості корпоративних утворень з метою виявлення інститутів, що формують і сприяють функціонуванню корпоративного управління акціонерних товариств в Україні. Узагальнено підходи до стійкості корпоративних утворень. Визначено та відображено роль і взаємозв'язок основних факторів та інститутів, що впливають на стійкість корпоративних утворень.

Ключові слова: стійкість, інституціональне забезпечення, корпоративні утворення, корпоративне управління, інституціональний фактор.

Мохонько А.А., Малик И.П. ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УСТОЙЧИВОСТИ КОРПОРАТИВНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

В статье проведено исследование институционального обеспечения устойчивости корпоративных образований с целью выявления институтов, формирующих и способствующих функционированию корпоративного управления акционерных обществ в Украине. Обобщены подходы к устойчивости корпоративных образований. Определена и отражена роль и взаимосвязь основных факторов и институтов, влияющих на устойчивость корпоративных образований.

Ключевые слова: устойчивость, институциональное обеспечение, корпоративные образования, корпоративное управление, институциональный фактор.

Mokhonko G.A., Malyk I.P. INSTITUTIONAL PROVIDING OF CORPORATE STRUCTURES SUSTAINABILITY

Institutional providing of corporate structures sustainability is researched in the article for identifying institutions that shape and contribute to the functioning of the corporate governance of joint stock companies in Ukraine. The main approaches to corporate structures sustainability are generalized. The role and relationship of the main factors and institutions that affect the sustainability of corporate structures are determined.

Keywords: sustainability, institutional providing, corporate structures, corporate governance, institutional factor.

Постановка проблеми. Стійкість корпоративних утворень займає серед проблем розвитку корпоративного управління одне з найважливіших місць. Недостатня стійкість здатна дестабілізувати ресурсну, фінансову забезпеченість корпоративних утворень та спровокувати її неплатоспроможність що в кінцевому рахунку призведе до їх банкрутства, а «надлишкова» стійкість буде пере-

шкоджати розвитку, обтяжуючи витрати корпоративних утворень зайвими запасами і резервами. Стійкість корпоративних утворень – основа стабільного стану та необхідна умова їх функціонування. Від стійкого, ефективного функціонування окремо взятих корпоративних утворень більшою мірою залежать економіка країни, окремих її регіонів, рівень якості життя населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання забезпечення стійкості господарюючих суб'єктів відображені в наукових працях як у вітчизняних, так і в зарубіжних вчених.

Теоретичні та практичні аспекти забезпечення стійкості корпоративних утворень більшою мірою знайшли відображення в роботах фізиків, філософів, соціологів, екологів. Дослідження проблем стійкості корпоративних утворень, реалізація їх економічних інтересів знаходилася в центрі уваги таких учених, як К.І. Георгієвська [1], О.Є. Николаєва [8], А.Д. Шеремет та ін.

Особлива увага ними приділяється питанням, пов'язаним зі встановленням критеріїв неплатоспроможності та фінансового стану основних господарських одиниць, реалізації суб'єктами корпоративних утворень економічних інтересів.

Основа досліджень стійкості корпоративних утворень складають фундаментальні положення теорії систем, мікроекономіки, організації виробництва, а також найбільш суттєві результати досліджень конкретних проблем підвищення ефективності діяльності корпоративних утворень.

Слід зазначити, що, незважаючи на різноманітність досліджень з даної проблематики, спостерігається їх роз'єднаність і відсутність цілісності уявлень про складові стійкості корпоративних утворень, а також особливостей розвитку корпоративного управління в Україні.

Необхідність подальшого вивчення основних аспектів комплексної стійкості корпоративних утворень, створення умов для практичної реалізації його використання в управлінні господарюючим суб'єктом і зумовили актуальність запропонованого дослідження.

Постановка завдання. Метою даної статті є дослідження концептуальних положень інституціонального забезпечення стійкості корпоративних утворень в Україні.

Виклад основного матеріалу дослідження. На сьогоднішній день в науці немає однозначного визначення сутності та змісту поняття стійкості економічних систем. Термін «стійкий» має декілька значень, зокрема: 1) той, що твердо стоїть, не вагаючись, не падаючи; здатний стійко зберігатися, не змінювати своїх властивостей, стану, положення; 2) не схильний до змін, постійний; 3) стійкий, не піддається сторонньому впливу; 4) здатний витримувати несприятливу дію кого – , чого-небудь [9].

Поняття «стійкість» застосовують у різних галузях науки. Термін «стійкість системи» (об'єкта, явища, процесу) використовують у понятійному апараті природничо-наукових дисциплін [2; 7; 10].

Стойкість є динамічною характеристикою, своєрідним індикатором здатності до економічного зростання, оскільки її оцінювання потребує системного, комплексного підходу і пов'язано з аналізом всіх аспектів діяльності підприємства [4, с. 165-166].

Поняття стійкості на перший погляд найбільше відповідає класичній теорії рівноваги. Для неокласиків одним з головних мотивів поведінки економічних суб'єктів і, отже, й «благополуччя» економічної системи в цілому, є рівність між попитом і пропозицією. Будь-який стан нерівноваги розглядається як небажаний. Еволюційна економіка, навпроти, розглядає нерівноважний стан системи як необхідну умову її розвитку. Причому в такому контексті не можна ставити знак рівності між нерівновагою і нестійкістю. Нерівновага може бути стійкою, якщо стан системи оцінюється не в статичі, а в динаміці, тобто якщо мова йде систему, що динамічно розвивається [3].

Корпоративні утворення являють собою складну систему, що складається з утворюючих

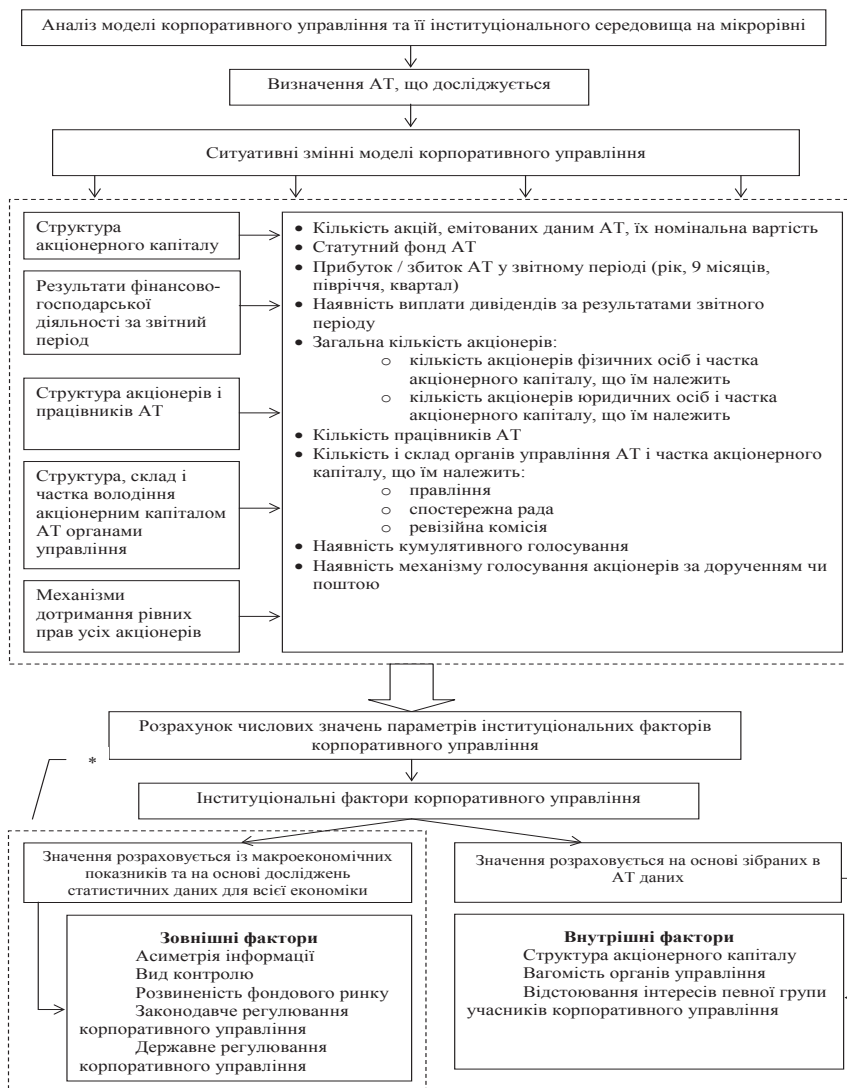


Рис. 1. Аналіз інституціонального середовища моделі корпоративного управління на мікроекономічному рівні

* Не розраховуються міноритарними акціонерами, інвесторами-аутсайдерами, місцевим населенням, постачальниками і споживачами

її елементів і взаємозв'язків між ними, вони акумулюють і трансформують значні потоки ресурсів, формуючи нові форми господарювання [1]. Без достатньо успішного виконання внутрішнього завдання – вдосконалення своєї власної організації – не може бути забезпечено вирішення зовнішнього завдання.

Корпоративне утворення є стійким, якщо в результаті впливу на нього несприятливих чинників взаємозв'язок між складовими елементами, що забезпечують його існування і розвитку як єдиного організму, в максимально короткі терміни повернуться в стан рівноваги за рахунок акумулювання власних ресурсів. Тобто корпоративна структура є стійкою в тому випадку, коли зміна зовнішніх чинників надає несуттєвий вплив на внутрішню структуру зв'язків. Багато дослідників стійкість розглядають з позиції нескільності корпоративного утворення до впливу ризику втрат і збитків у ході здійснення підприємницької діяльності. Інші кажуть про рівновагу протилежних факторів (наприклад, попиту та пропозиції, доходів і витрат) [1].

Зокрема, Николаєва О.Є. розглядає стійкість корпоративних утворень як здатність забезпечувати реалізацію своєї цільової функції в умовах зовнішнього середовища, яке динамічно розвивається, на основі балансу корпоративних інтересів та інтересів стейкхолдерів [8]. Особливістю даного поняття є те, що в якості цільової функції розглянутий баланс соціально-економічних інтересів усіх заінтересованих сторін.

На нашу думку, доцільно так трактувати поняття «стійкість корпоративних утворень» – це здатність корпоративного утворення досягати місії та поставлених цілей за постійного дестабілізуючого впливу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища, зберігаючи стабільну роботу всіх організаційно-економічних систем.

Забезпечення стійкості корпоративних утворень передбачає стійкість усіх систем, їх збалансованість, що є основою стійкого поточного функціонування та стійкого розвитку.

Стійкість корпоративного управління акціонерних товариств (АТ) забезпечується інституціональним середовищем, у якому функціонує це АТ і яке сприяє його ефективній діяльності. Тому для забезпечення стійкості корпоративного управління АТ в Україні вважаємо за потрібне дослідити інституціональне забезпечення стійкості корпоративного управління АТ з метою виявлення інститутів, що формують і сприяють функціонуванню корпоративного управління АТ.

Інституціональне середовище, у якому формуються моделі корпоративного управління, залежить від інституціональної матриці, економіки та інших характеристик країни. Однак набір інститутів, які справляють найбільший вплив на формування моделі корпоративного управління, може бути подібним і мати спільні ознаки з набором інститутів світових базових моделей: англо-американської, німецької та японської.

Послідовність аналізу інституціонального середовища моделі корпоративного управління на мікрорівні (рис. 1) передбачає визначення конкретного АТ чи групи АТ, де провадитиметься збір даних і визначення ситуативних змінних.

Проаналізованим та обробленим якісним характеристикам інституціональних факторів, що впливають на функціонування моделі корпоративного управління, надають числових значень.

Вплив інституціональних факторів на стійкий розвиток корпоративного управління пропонується

розглядати у відповідності до інститутів та інституціональних факторів певного економічного рівня (табл. 1).

Таблиця 1

Інтегрована класифікація інститутів, що впливають на модель корпоративного управління за різними економічним рівнями

Економічний рівень	Інститут	Інституціональний фактор
Макрорівень	Держава як власник корпоративних прав	Структура акціонерного капіталу
	Держава як регулятор корпоративних відносин	Державне регулювання корпоративного управління
	Податкова система, системи обліку й аудита, судова система	Асиметрія інформації
	Законодавча (правова) система	Законодавче регулювання корпоративного управління
	Фондовий ринок	Розвиненість фондового ринку Вид контролю
	Корпоративний контроль	Вид контролю
	Кодекс корпоративного управління	Стандартизація принципів корпоративного управління
Мезорівень	Власність і її структура	Структура акціонерного капіталу
	Корпоративні відносини і контракти	Формалізована інституціональна система
	Злиття і поглинання	Трансформаційність суб'єктів корпоративного управління
	Конкуренція	Рівень конкуренції
	Вільні ціни	Цінове регулювання корпоративного управління
	Інвестори	Відстоювання інтересів певної групи учасників управління
	Кодекс корпоративного управління і корпоративна обізнаність	Розвиненість корпоративної культури
Мікрорівень	Органи управління	Вагомість органів управління
	Правління	Правління
	Спостережна рада	Спостережна рада
	Ревізійна комісія	Ревізійна комісія
	Загальні збори	Загальні збори
	Корпоративний секретар	Корпоративний секретар
	Внутрішні комітети (аудиторський)	Структурна розбудова суб'єкта корпоративного управління
	Акціонери і афілійовані особи	Відстоювання інтересів певної групи учасників управління
	Кодекс корпоративного управління і корпоративна культура	Розвиненість корпоративної культури
	Банкрутство	Фінансова стійкість і платоспроможність
Структура власності АТ	Структура акціонерного капіталу	
Інтелектуальний капітал АТ	Інтелектуальний капітал АТ	

Таблиця 2

Інтегрована класифікація інституціональних факторів впливу на модель корпоративного управління за інститутами різних економічних рівнів

Вид інституціональних факторів	Інституціональний фактор	Інститут	Економічний рівень
Зовнішні	Державне регулювання корпоративного управління	Держава як регулятор корпоративних відносин	Макрорівень
	Законодавче регулювання корпоративного управління	Законодавча (правова) система	
	Розвиненість фондового ринку	Фондовий ринок	
	Вид контролю		
	Асиметрія інформації	Податкова система, системи обліку й аудита, судова система	
Внутрішні	Вагомість органів управління	Органи управління	Мікрорівень
	Відстоювання інтересів певної групи учасників управління	Акціонери і афілійовані особи	Мезорівень
		Інвестори	Макрорівень
	Структура акціонерного капіталу	Держава як власник корпоративних прав	Макрорівень
		Власність і її структура	Мезорівень

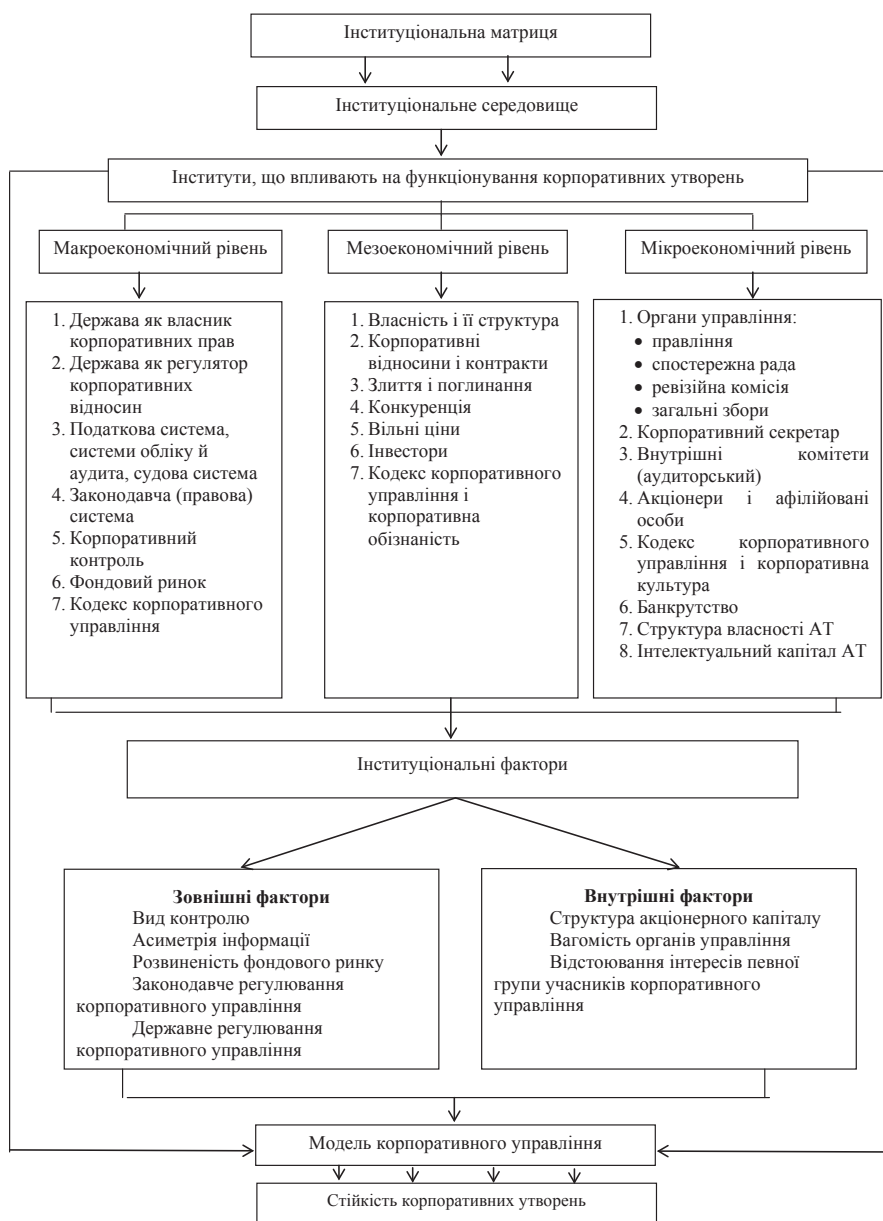


Рис. 2. Інститути та інституціональні фактори, що впливають на стійкість корпоративних утворень в Україні

Характеристика інституціональних факторів визначається: стійкістю (нестійкістю), змінюваністю (незмінюваністю) та характером впливу (значний, середній, незначний).

Інтегрована класифікація інституціональних факторів, що впливають на модель корпоративного управління у відповідності до інститутів різних економічних рівнів дозволяє прослідкувати їх взаємозв'язок (табл. 2). Пропонується виділяти інституціональні фактори з інститутів різних економічних рівнів. Наприклад, інститут держави як регулятор корпоративних відносин було зведено до фактора «державного регулювання корпоративного управління», а інститут держави як власник корпоративних прав і інститут власності – об'єднано у фактор «структура акціонерного капіталу» тощо.

З урахуванням розробок С. Г. Кірдіної, а також історичних особливостей розвитку інституціонального середовища України [5; 6] пропонуємо до кінцевої репрезентативної вибірки віднести вісім інституціональних факторів, що впливають на функціонування моделі корпоративного управління

Здійснення імплементації інституціональної теорії дозволяє визначити та відобразити роль і взаємозв'язок основних факторів та інститутів, що впливають на стійкий розвиток корпоративних утворень і визначають українську модель корпоративного управління (рис. 2).

Для аналізу та порівняння моделей корпоративного управління необхідно визначити інституціональне середовище, як систему інститутів та інституціональних факторів. Така система може слугувати основою для узагальнення і виявлення спільних для всіх моделей та систем корпоративного управління інституціональних факторів, які впливають на системи корпоративного управління і за допомогою яких можна охарактеризувати задану модель корпоративного управління в будь-якій країні.

Висновки з проведеного дослідження. Проведене дослідження дозволило дійти таких висновків:

1. Проблеми забезпечення стійкості корпоративних утворень і його практичного застосування пов'язані з тим, що це питання важливе на макро-, мікро- і мезоекономічних рівнях. З одного боку, питання забезпечення стійкості корпоративних утворень досить розроблені, але з іншого – недостатньо досліджено інституціональне середовище, у якому корпоративне утворення функціонує і яке сприяє його ефективній діяльності.

2. Вплив інституціональних факторів на стійкий розвиток корпоративного управління АТ пропонується розглядати у відповідності до інститутів та інституціональних факторів певного економічного рівня. Доцільним є виокремлення інституціональних факторів з інститутів різних економічних рівнів: макро-рівень, макрорівень, мезорівень.

3. За допомогою імплементації інституціональної теорії визначено та відображено роль і взаємозв'язок інституціональних факторів та інститутів, що впливають на стійкий розвиток корпоративних утворень і визначають українську модель корпоративного управління.

При подальшому дослідженні питань, пов'язаних із забезпеченням стійкості корпоративних утворень,

важливо приділити увагу побудові математичної моделі корпоративного управління АТ та його інституціонального середовища.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Георгиевская Е.И. Экономическая оценка устойчивости корпоративного образования в России / Е.И. Георгиевская [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://finmagazine.ru/uchet/1915-2011-04-13-11-26-15.html>.
2. Занг В.Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории / Занг В.Б. – М. : Мир, 1999. – 335 с.
3. Иванова Е.В. Проблема устойчивости равновесия: эволюционный подход / Е.В. Иванова // Научная сессия МИФИ. – М. : 2007. – Т. 13.
4. Иванов В.Л. Управление экономичною стійкістю промислових підприємств (на прикладі підприємств машинобудівного комплексу) / Иванов В.Л.; Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля. – Луганськ, 2005. – 266 с.
5. Кирдина С.Г. Институциональная модель политической системы России / Кирдина С.Г. // Куда идет Россия? Кризис институциональных систем: век, десятилетие, год. – М. : Логос. – 1999. – С. 79-85.
6. Кирдина С.Г. Экономические институты России: материально-технологические предпосылки развития / Кирдина С.Г. // Общественные науки и современность. – 1999. – № 6. – С. 36.
7. Ла-Сааль Ж. Исследование устойчивости прямым методом Ляпунова / Ж. Ла-Сааль, С. Лефшец. – М. : Мир, 1964. – 168 с.
8. Николаева О.Е. Развитие механизма устойчивости корпоративных образований машиностроительного комплекса: дис. ... кандидата экон. наук : 08.00.05 / Николаева Ольга Евгеньевна. – Саратов, 2010. – 261 с.
9. Ожегов С.И. Словарь русского языка. Около 57 000 слов. / С.И. Ожегов; [под ред. д-ра филолог. наук, проф. Н.Ю. Шведовой]. – 13-е изд., испр. – М. : Русский язык, 1981. – 816 с.
10. Расизаде О.Ш. Буфуркации и «катастрофы» в поле Хиггса с внешними источниками : Теоретическая и математическая физика. – 1981. – Том 49. – № 1. – С. 36-47.

УДК 658.8:331.108.2

Набока Р.М.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту та маркетингу
Херсонського національного технічного університету*

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Здійснено дослідження особливостей застосування маркетингових підходів в управлінні персоналом на підприємствах готельного бізнесу. Здійснено оцінку чисельності і показників ефективності використання персоналу готельних підприємств України. Запропоновано практичні рекомендації щодо розвитку системи забезпечення персоналом готельних підприємств згідно з планом маркетингу.

Ключові слова: маркетингове управління, персонал, система маркетингу персоналу, оцінка, готельне підприємство.

Набока Р.М. ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Проведено исследование особенностей применения маркетинговых подходов в управлении персоналом на предприятиях гостиничного бизнеса. Осуществлена оценка численности и показателей эффективности использования персонала в гостиничных предприятиях Украины. Предложены практические рекомендации по развитию системы обеспечения персоналом гостиничных предприятий в соответствии с планом маркетинга.

Ключевые слова: маркетинговое управление, персонал, система маркетинга персонала, оценка, гостиничное предприятие.

Naboka R.M. PECULIARITIES OF MARKETING PERSONNEL MANAGEMENT OF HOTEL ENTERPRISES

Investigation of peculiarities of the use of marketing approaches in personnel management of hotel business was carried out. The number and indexes of effectiveness estimation of deployment of staff of Ukrainian hotel enterprises was achieved. Recommended practices concerning the development of provision of personnel system of hotel enterprises according to the marketing plan were suggested.

Keywords: marketing management, personnel, system of marketing, estimation, hotel facilities.

Постановка проблеми. В сучасних умовах глибоких соціально-економічних перетворень готельний бізнес повинен стати однією з найбільш динамічних і пріоритетних сфер економічної діяльності. Розвиток готельного господарства об'єктивно пов'язаний із необхідністю радикальних змін у системі управління людськими ресурсами в цій сфері. Адже в жодній галузі, крім готельної індустрії, специфіка роботи не передбачає постійного безпосереднього контакту працівників зі споживачами. Отже, за ознаками кваліфікації, досвіду, інтелекту, моральної відповідальності, психологічної толерантності, ввічливості, сумлінного ставлення до своєї роботи, персонал набуває вирішального значення і в системі управлінських рішень посідає провідну позицію.

Визнання персоналу ключовим елементом успіху готельних підприємств означає потребу у відповідному управлінні трудовими ресурсами, що пов'язано з необхідністю вирішення низки проблем, які стосуються: пошуку, утримання й розвитку працівників, мотивування, створення відповідних умов праці, оцінки ефективності використання персоналу тощо.

Для подолання цих проблем необхідна розробка нових підходів до управління персоналом на рівні готельних підприємств із урахуванням сучасних тенденцій ринку праці та особливостей розвитку індустрії гостинності, а також формування нового типу персоналу, критично налаштованого та одночасно лояльного до роботодавця, обізнаного про сильні та слабкі сторони своєї професійної підготовки, не обмеженого потребами лише матеріального рівня. Сьогодні інструментом вирішення сучасних проблем управління персоналом та забезпечення подальшого ефективного функціонування готельних підприємств повинно стати застосування маркетингових підходів до управління персоналом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням маркетингового управління персоналом приділяли увагу такі вітчизняні та зарубіжні науковці, як М. Армстронг [1], Л.В. Балабанова [2], Н.П. Біляцький [3], І.Б. Дуракова [4], В.Г. Воронкова [5], А.Я. Кібанов [6], В.М. Колпаков [7] та ін. Проте сьогодні недостатньо здійснюються міждисциплінарні дослідження з проблем управління персоналом та маркетингу. Зокрема, незначна увага приділена особливостям застосування маркетингових підходів в управлінні персоналом підприємств готельного бізнесу, що має низку специфічних рис та істотні відмінності від інших галузей економіки.

Актуальність проблеми, її теоретична та практична значущість, а також недостатня розробленість обумовили вибір теми даного дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз особливостей та визначення пріоритетних шляхів застосування маркетингового управління персоналом готельних підприємств України.

Виклад основного матеріалу дослідження. Не дивлячись на стрімке розповсюдження маркетингового підходу у сфері управління персоналом, досі існують суттєві розбіжності у визначенні поняття «маркетинг персоналу».

З точки зору Н.П. Біляцького, маркетинг персоналу – це умова росту кадрового потенціалу за рахунок пошуку та залучення необхідної робочої сили [3].

На думку І.Б. Дуракової, маркетинг персоналу потрібно розглядати як підхід до формування привабливості підприємства [4, с. 166].

В.М. Колпаков розглядає маркетинг персоналу як вид управлінської діяльності, спрямований на визначення і покриття потреби в персоналі [7, с. 12].

Необхідно погодитися з Л.В. Балабановою, яка вважає, що маркетинг персоналу повинен охоплювати не окремі, а всі аспекти управління персоналом. Науковець під маркетингом персоналу розуміє «вид управлінської діяльності, спрямованої на найбільш ефективне планування потреби в персоналі, забезпечення підприємства персоналом, розвиток і використання персоналу, мотивацію працівників для досягнення цілей підприємства і реалізації потреб персоналу» [2, с. 141].

Виходячи з вищесказаного, доцільно, з нашої точки зору, розглядати маркетинг персоналу як «теорію та практику управлінської діяльності, метою якої є задоволення потреб і узгодження інтересів роботодавця та персоналу існуючого й потенційного шляхом аналізу ринкового середовища і внутрішніх можливостей підприємства, що дає змогу виявити напрями реалізації кадрової політики підприємства» [8, с. 6].

Розвиток готельного бізнесу в Україні, зростаюча конкуренція, що вимагає постійного підвищення якості готельних послуг, потребують підвищення вимог до всіх категорій персоналу готелів, оскільки якість готельного сервісу в першу чергу визначається роботою служб, що відповідають за стан номерного фонду і безпосередньо контактують з клієнтами. Першочерговим завданням сучасних готелів сьогодні є перебудова методів організації та управління підприємством, формування ефективної кадрової політики, що спрямована на підготовку компетентного персоналу. До основних принципів сучасного управління персоналом в готельному підприємстві можна віднести такі:

- орієнтація на вимоги законодавства про працю;
- врахування поточних і перспективних потреб готельного підприємства в персоналі, виходячи з його сучасного стану та стратегії розвитку, кон'юнктури на ринках праці та готельних послуг, тенденцій руху трудових ресурсів;
- забезпечення умов для стабілізації кадрового складу та мінімізації плинності кадрів;
- притягнення до співробітництва всіх зацікавлених сторін, у тому числі профспілок, з питань формування та реалізації кадрової політики в загальній стратегії управління якістю на готельному підприємстві;
- максимальне піклування про кожного співробітника готелю, створення умов для розвитку його творчих здібностей, забезпечення поваги до його прав, свободи, думок [9, с. 497].

За останні роки сфера готельного бізнесу в Україні зазнала суттєвих змін, що відбивається у тенденціях та орієнтирах її розвитку і пов'язано з поширенням міжнародних зв'язків та розвитком туристичної індустрії. Результати розрахунку загальноекономічних показників діяльності готельних підприємств України за період 2011-2012 рр. наведені в табл. 1.

За результатами розрахунку можна зробити висновок, що за період 2011-2012 рр. середня місткість готельного підприємства збільшилась на 2 місця, або на 2,3%. Відбулося збільшення і середньої кількості номерів готельних підприємств. Так, у 2012 році значення цього показника становило 45 од., що на 2,3% більше порівняно з 2011 роком.

Позитивним моментом є збільшення середньої кількості наданих готельним підприємством людино-дб. У 2012 році значення цього показника було на рівні 7949,2 людино-дб, що на 1,1% більше порівняно з 2011 роком.

У готельному бізнесі важливим елементом є кількість прийнятих іноземних громадян. Як видно з табл. 1, за період 2011-2012 рр. відбулося збіль-

шення середньої кількості наданих людино-днів іноземцям готельними підприємствами, що також є позитивною тенденцією.

Завантаженість готельного підприємства за вказаний період також зазнала значної зміни. За період дослідження значення цього показника збільшилось на 2%.

Позитивна динаміка у розвитку готельного бізнесу України сприяє підвищенню рівня зайнятості населення. Середньооблікова кількість штатних працівників готельних підприємств України у 2012 р. зросла до 33208 осіб, що відповідає 7,4 % приросту порівняно з 2011 р. (табл. 2). При цьому найбільша частина зайнятих працівників в готельному господарстві України у 2012 році припадає на готелі – 28665 осіб (86,3 %), в мотелях зайнято 316 осіб, хостелах – лише 11 осіб, кемпінгах – 104 особи, гуртожитках для приїжджених – 1125 осіб, інших місцях для проживання – 2987 осіб [11].

Аналіз середньорічної продуктивності праці у сфері готельної індустрії свідчить про позитивні тенденції підвищення ефективності управління використанням персоналу. Так, у 2012 році значення цього показника становило 135,1 тис. грн./особу, що на 4,8 тис. грн. більше порівняно з 2011 роком.

У 2012 р. порівняно з 2011 р. середньорічна заробітна плата одного працівника готельного підприємства збільшилась на 4,4%. При цьому продуктивність праці збільшилась лише на 3,7%. Випередження темпів зростання росту продуктивності праці темпами заробітної плати не сприятиме стійкому зростанню ефективності діяльності підприємств готельного господарства в цілому. У подальшому така ситуація може спричинити зворотний вплив на систему формування та мотивації

персоналу, оскільки створився прецедент недозавантаженості й зниження віддачі. Необхідно звернути увагу, що прогностичні повідомлення про подальший стрімкий розвиток готельної індустрії передбачають забезпечення відповідного рівня кваліфікації та компетентності її працівників як обов'язкову вимогу [12].

Саме тому готельні підприємства повинні бути зацікавлені в тому, щоб у складі персоналу дедалі більшу питому вагу мали працівники з аналітичним мисленням, здатні до пошуку нового у сфері своєї діяльності. Адже сучасний працівник має бути не тільки професійно компетентний, а й ініціативний, більш самостійний у прийнятті рішень.

Зважаючи на зростаючу роль людського фактору в готельній сфері, залишаються невирішеними проблеми створення сучасної системи забезпечення персоналом готельних підприємств. Для досягнення світового рівня в кадровому забезпеченні індустрії гостинності в Україні, згідно з планом маркетингу, необхідно вирішити такі основні питання:

- 1) провести діагностику процесу кадрового забезпечення готельних підприємств;
- 2) здійснити аналіз діючої практики добору, розстановки та атестації кадрів;
- 3) дати прогностичну оцінку загального обсягу попиту на кадри з урахуванням приватних готелів та нового будівництва;
- 4) проаналізувати кількісний та якісний склад працівників підприємств готельного господарства з урахуванням вимог часу, орієнтації на якісні зміни в рівні обслуговування та підвищення платоспроможного попиту населення;

Таблиця 1

Загальноекономічні показники діяльності готельних підприємств України за період 2011-2012 рр.*

Показники	2011 р.	2012 р.	Відхилення	
			абсолютне	відносне, %
1. Кількість готельних підприємств	1252	1293	+41	+3,3
2. Середня місткість готельного підприємства, місць	87	89	+2	+2,3
3. Середня кількість номерів готельного підприємства, од.	44	45	+1	+2,3
4. Середня кількість наданих готельним підприємством людино-днів	7859,8	7949,2	+89,4	+1,1
5. Середня кількість наданих готельним підприємством людино-днів іноземним громадянам	1876,6	2196,1	+319,5	+17,0
6. Доходи від наданих послуг у розрахунку на одне готельне підприємство, тис. грн.	3216,9	3470,0	+253,1	+7,9
7. Завантаженість готельного підприємства, %	25	27	+2	-

Таблиця 2

Показники ефективності використання персоналу готельних підприємств України за період 2011-2012 рр.*

Показники	2011 р.	2012 р.	Відхилення	
			абсолютне	відносне, %
1. Середньооблікова кількість штатних працівників	30915	33208	+2293	+7,4
2. Середня кількість працівників у готельному підприємстві	25	26	+1	+4,0
3. Кількість працівників у розрахунку на 100 місць	28	29	+1	+3,6
4. Кількість працівників у розрахунку на 100 номерів	56	57	+1	+1,8
5. Середньорічна заробітна плата працівників, тис. грн./особу	27,3	28,5	+1,2	+4,4
6. Середньорічна продуктивність праці працівників, тис. грн./особу	130,3	135,1	+4,8	+3,7

*Дані наведено без урахування фізичних осіб – підприємців.

Складено автором за даними джерел [10; 11]

5) охарактеризувати вищі навчальні заклади, які формують фахівців сфери готельного бізнесу;

6) дати експертну оцінку відповідності рівня підготовки фахівців сфери послуг і вимог до спеціаліста цієї категорії;

7) здійснити порівняльний аналіз пропозиції кадрового забезпечення готельного господарства та реального попиту на нього за кількісними та якісними параметрами;

8) обґрунтувати пропозиції щодо змін якісної структури забезпечення кадрами для готельного господарства та удосконалення рівня їх підготовки [13, с. 126-127].

Вивчаючи особливості застосування маркетингового управління персоналу в готельному підприємстві, доцільно говорити про систему маркетингу персоналу, оскільки:

– впровадження маркетингового підходу в управлінні персоналом на підприємстві передбачає комплекс взаємопов'язаних заходів;

– система маркетингу персоналу є складовою частиною управління персоналом на підприємстві;

– система маркетингу персоналу складається із окремих функціональних елементів, котрі призначені для всіх етапів маркетингової діяльності.

Застосування системного підходу дасть можливість розкрити внутрішню будову системи маркетингу персоналу як цілісної системи, що являє собою сукупність взаємопов'язаних та взаємодіючих між собою підсистем, націлених на досягнення та взаємоузгодження цілей персоналу та підприємства із врахуванням впливу чинників макро-, мікроринкового та внутрішнього середовища підприємства [14].

Висновки з проведеного дослідження. З наведеного вище можна зробити висновок, що застосування маркетингу в сфері управління персоналом є необхідною умовою успішної діяльності готельних підприємств. Необхідно надалі зосередити зусилля на удосконаленні маркетингового підходу до управління персоналом, оскільки проблема впливу людського фактору для сфери готельного бізнесу набуває вирішального значення. У перспективі дослідження має проводитися у напрямку розробки системи маркетингу персоналу готельного підприємства.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Армстронг М. Практика управління людськими ресурсами / М. Армстронг. – СПб. : Питер, 2005. – 832 с.
2. Балабанова Л.В. Управління персоналом [Текст] : підручник / Л.В. Балабанова, О.В. Сардак. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
3. Біляцький Н.П. Управління персоналом : навч. посібник / Н.П. Біляцький. – Мінськ: Книга, 2009. – 352 с.
4. Управление персоналом : учебник / И.Б. Дуракова [и др.] ; под общ. ред. И.Б. Дураковой. – М. : ИНФРА-М, 2009. – 569 с.
5. Управління людськими ресурсами: філософські засади: навч. посіб. / під ред. д.ф.н., проф. В.Г. Воронкової. – К. : ВД «Професіонал», 2006. – 502 с.
6. Кибанов А.Я. Управление персоналом организации: стратегия, маркетинг, интернационализация [Текст] / А.Я. Кибанов, И.Б. Дуракова. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 416 с.
7. Колпаков В.М. Маркетинг персоналу : навч. посібник для студентів серед. і вищ. навч. закл. / В.М. Колпаков. – К. : МАУП, 2006. – 408 с.
8. Пашук Л.В. Формування системи маркетингу персоналу на підприємстві : автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності)» / Л.В. Пашук. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 2009. – 20 с.
9. Булгакова А.К. Сучасні методи управління персоналом на підприємствах готельного господарства [Електронний ресурс] / А.К. Булгакова. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua>.
10. Колективні засоби розміщення в Україні у 2011 році. Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К., 2012. – 190 с.
11. Туристична діяльність в Україні у 2012 році. Статистичний бюлетень / Державна служба статистики України. – К., 2013. – 272 с.
12. Гуляєва Н. Маркетинговий підхід до формування персоналу готелів / Н. Гуляєва, О. Полтавська // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2011. – № 1. – С. 20-30.
13. Бунтова Н.В. Розвиток системи кадрового забезпечення готельного господарства України: методолого-методичні аспекти / Н.В. Бунтова // Демографія та соціальна економіка. – 2007. – № 1. – С. 125-131.
14. Старостіна А.І. Маркетинг персоналу як чинник управління підприємницькими структурами / А.І. Старостіна, В.А. Кравченко, Л.В. Пашук // Теоретичні та прикладні питання економіки : збірник наукових праць. – Випуск 27: В 3 т. – Т. 1. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». – 2012. – С. 111-119.

УДК 338.43:338.462

Нагуляк В.О.

*старший викладач кафедри менеджменту та управління проектами
Одеської державної академії будівництва та архітектури*

ВИЗНАЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СЕРВІСНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ОСНОВІ КОМПЛЕКСНОГО ПІДХОДУ

У статті розглянуто основні чинники, що впливають на ефективність аграрного виробництва. Досліджено залежність ефективності діяльності підприємств від кількості застосованих на певному етапі виробничого процесу ресурсів. Запропоновано використання комплексного підходу до оцінювання ефективності сервісного забезпечення сільськогосподарських підприємств.

Ключові слова: сервісне забезпечення, аграрний сервіс, послуги, виробничі ресурси, економічні показники, ефективність.

Нагуляк В.А. ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕРВИСНОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ АГРАРНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ОСНОВЕ КОМПЛЕКСНОГО ПОДХОДА

В статье рассмотрены основные факторы, влияющие на эффективность аграрного производства. Исследована зависимость эффективности деятельности предприятий от количества примененных на определенном этапе производственно-го процесса ресурсов. Предложено использование комплексного подхода к оценке эффективности сервисного обеспечения сельскохозяйственных предприятий.

Ключевые слова: сервисное обеспечение, аграрный сервис, услуги, производственные ресурсы, экономические показатели, эффективность.

Nagulyak V.A. DETERMINATION OF EFFICIENCY OF THE AGRICULTURAL SERVICE WITH THE COMPREHENSIVE APPROACH

The article considered the main factors influencing the efficiency of agricultural production. The dependence of the amount resources applied at a certain stage of production on the efficiency of the enterprises is investigated. The comprehensive approach for evaluating the efficiency of the service providing agricultural enterprises is proposed.

Keywords: service-providing, agricultural service, services, production resources, economic indicators, efficiency.

Постановка проблеми. Недостатня розробка організаційно-економічної бази розвитку і функціонування системи забезпечення аграрними послугами, використання наявного потенціалу існуючих сервісних підприємств, недосконалість механізму економічних відносин учасників ринку виробничих послуг АПК негативно відображаються на результатах діяльності підприємств, стримують науково-технічний розвиток галузі. У зв'язку з цим постає проблема підвищення ефективності надання послуг аграрним підприємствам. Розробка теоретико-методологічних основ підвищення ефективності сервісного забезпечення передбачає з'ясування сутності безпосередньо категорії ефективності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшість авторів, таких як Андрійчук В.Г., Вихор Н.В., Мацибора В.І., Руснак П.П., Борщевський П.П., Чернюк Л.Г., Шмаглій О.Б. [1; 2; 3], які досліджували цю проблему, дійшли спільної думки, що економічну ефективність неможливо висвітлювати, з одного боку, в розриві з результатами, або загальним ефектом виробництва, а з іншого – у відриві від обсягу ресурсів, які залучаються у виробничий процес.

Тарасенко Г.С. наводить більш глибоке тлумачення ефективності суспільного виробництва як «здатність певної кількості та якості виробничих ресурсів і витрат забезпечити більший чи менший результат у відповідності з метою виробництва» [4, с. 75]. Тобто ефективність суспільного виробництва як економічна категорія характеризуються, з одного боку, якістю, соціально-економічною визначеністю і відображає специфіку суспільних відносин; з іншого – кількісно визначеністю, отже підлягає виміру.

Водночас такі дослідники, як Бойко В.І. та Лазня В.В., вважають, що головним критерієм ефективності виробництва є продуктивність праці [6]. У цьому визначенні викликає сумніви те, що показник продуктивності праці, хоч і важливий, але

відображає ефективність використання лише одного ресурсу виробництва. Останнє може бути більш ефективним лише при зменшенні сумарних витрат живої й уречевленої праці.

Ряд економістів розглядають ефективність як узагальнюючу економічну категорію, яка характеризує кінцевий результат певної виробничої діяльності і є виразом мети виробництва, розкриває кінцевий корисний ефект від застосування засобів виробництва, живої та уречевленої праці. Іншим поширеним визначенням є таке: «ефективність виробництва – відносний показник, що характеризує результативність виробництва у зіставленні з використаними виробничими ресурсами».

Кількісна та якісна визначеність перебувають в єдності та виявляються в критеріях і показниках ефективності виробництва.

Ефективність, за Мочерним С.В., – це здатність приносити ефект, результативність процесу, проекту тощо, які визначаються як відношення ефекту, результату до витрат, що забезпечили цей результат [7, с. 240].

Таким чином, розглянуті вище теорії надають тлумачення категорії «ефективність» у загальному значенні або по відношенню до агропромислового виробництва в цілому, не зупиняючись на підсистемі сервісного забезпечення.

Постановка завдання. Метою статті є ідентифікація категорії «ефективність сервісного забезпечення аграрних підприємств» та обґрунтування доцільності використання комплексного підходу при її оцінюванні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під економічною ефективністю господарчих заходів, як і будь-якою іншою, можна розуміти безрозмірний коефіцієнт, що визначається відношенням корисного ефекту від цих заходів до витрат на ці заходи, що забезпечили його отримання. Тобто, економічна

ефективність – це параметр економічної системи, що характеризує результативність її діяльності.

Ефективність є індикатором впливу на виробництво різноманітних факторів: соціально-економічних, технологічних, організаційних та інших. Виходячи з цього виділяють три її види:

а) технічну, коли результати залежать від вдосконалення техніки, технології, втілення різних новацій;

б) економічну, яка пов'язана безпосередньо з результатами роботи підприємств та їх окремих структурних підрозділів;

в) соціально-економічну, яка включає в себе задоволення потреб населення, умов праці, відповідність рівня розвитку виробничих відносин рівню розвитку виробничих сил.

Всі вказані види ефективності тісно пов'язані між собою і взаємно переплітаються, тому інколи їх дуже важко відокремити.

Окремо стоїть поняття «економічної оцінки використання» деякого виробничого ресурсу, технологічного процесу, тощо. Ця характеристика, як правило, передбачає комплекс економічних, технологічних, соціальних та інших показників ефективності.

Під економічним ефектом розуміють виражений у грошовій вартісній формі результат будь-яких дій, зокрема господарчих заходів.

До списку таких заходів входить: впровадження нової техніки, інвестиційний проект, укладення комерційної угоди, реалізація будь-якого господарського рішення, здійснення природоохоронних заходів, проведення соціальних заходів, поліпшення інфраструктури, формування культурних цінностей та ін.

Ефективність визначається відношенням результату (ефекту) до витрат, що забезпечили його отримання. Ефективність розкриває характер причинно-наслідкових зв'язків виробництва. Вона показує не сам результат, а те, якою ціною він був досягнутий. Тому ефективність найчастіше характеризується відносними показниками, що розраховуються на основі двох груп характеристик (параметрів) – результату і витрат. Це, втім, не виключає використання і абсолютних значень вихідних параметрів.

Ефективність – це економічна категорія, що відображає співвідношення між одержаними результатами і витраченими на їх досягнення ресурсами, причому при вимірюванні ефективності ресурси можуть бути представлені або в певному обсязі за їх первісною (переоціненою) вартістю (застосовувані ресурси), або частиною їх вартості у формі виробничих витрат (виробничо спожиті ресурси).

Економічна ефективність відображається через різні вартісні показники, які характеризують проміжні та кінцеві результати діяльності. Даний вид ефективності не відображає всієї специфіки відносин, що притаманні певній діяльності. Її критерій – мінімізація витрат або максимізація результатів.

Соціальна ефективність проявляється як результат впливу заходів економічного характеру на формування способу життя людини. Її критерій – задоволення потреб соціального характеру відповідно до ресурсів, що спрямовані на досягнення цих цілей.

На ефективність діяльності аграрних підприємств впливають агротехнологічні, організаційно-економічні, соціальні, екологічні, та інші чинники. Економічна ефективність сільськогосподарського виробництва формується під дією багатьох різноманітних факторів, які Петренко І.Я., Чужинов П.І. класифікували за: 1) ресурсами і затратами (трудомісткість, землемісткість, фондомісткість, матеріаломісткість);

2) основними напрямками формування (технологія, спеціалізація і концентрація, організація та оплата праці, науково-технічний прогрес та передовий досвід, госпрозрахунок, оренда); 3) рівнями господарювання (галузевий, внутрішньогосподарський) [8, с. 144].

У ринковому середовищі ефективність функціонування агросервісу слід вимірювати як за розміром одержаного прибутку, так і за тим, яка частка сумарних витрат аграрних підприємств припадає на одержані послуги. З одного боку, здійснення агросервісних послуг слугує підприємству додатковим джерелом грошових надходжень, а з іншого боку – чим менша частка витрат аграрних підприємств припадатиме на допоміжні та обслуговуючі роботи, тим більше в них буде можливостею вкладати кошти в основне виробництво. Тому аграрному підприємству важливо ефективно поєднувати внутрішньогосподарські ресурси щодо здійснення агросервісу та використання відповідних послуг зі сторони. Агросервісні підприємства повинні здійснювати обслуговуючу діяльність виходячи з пріоритету інтересів сільськогосподарських замовників, звільнюючи останніх від невластивих для них функцій, за умови, що їх виконання знижує економічну ефективність аграріїв.

Узагальнюючи вищевикладене, пропонуємо визначати ефективність аграрного сервісу як сукупність наступних блоків:

I. Економічний блок – визначає ефективність сервісного забезпечення опосередкованим методом, тобто через продуктивність та ефективність діяльності сільськогосподарських підприємств певного економічного району.

II. Блок показників, що характеризують ефективність функціонування зовнішніх агросервісних служб (фінансові показники – оборотність, ліквідність, фондовіддача, рентабельність і т. д.). Найбільш поширена система оцінювання сервісного забезпечення.

III. Рівень задоволення потреб населення, створення додаткових робочих місць (як на агросервісних підприємствах, так і в підрозділах аграрного підприємств в результаті глибшої спеціалізації), відповідність сервісного забезпечення соціальним стандартам.

IV. Екологічна безпечність сервісного забезпечення – надає оцінку агросервісу з позиції наслідків хімізації та меліорації. Це показники родючості ґрунту: вміст поживних речовин, ємність вбирання, сума увібраних основ, реакція ґрунтового розчину, вміст гумусу; а також солонюватість, заболоченість земель.

Функціонування агропромислового виробництва, як і будь-якого іншого, відбувається за схемою «гроші-товар-гроші». Звідси цілком очевидним становиться взаємозв'язок між матеріально-технічним забезпеченням підприємства та прибутком від реалізованої продукції. Адже для того, щоб збільшити виробництво продукції та підвищити її якість, необхідно відповідне ресурсне забезпечення сільськогосподарського підприємства на всіх стадіях виробництва. У свою чергу, ефективна реалізація виробленої продукції надає можливість використовувати частку прибутку на закупівлю матеріальних та технічних засобів та організацію виробничих послуг самостійно або за допомогою сторонніх спеціалізованих організацій. Проблему консолідації виробничих систем та ефективності кожної окремо взятої підсистеми можна досліджувати у даному контексті. Процес матеріально-технічного забезпечення сільського господарства відбувається на основі таких маркетингових категорій: обмін (купівля-продаж), виробництво (об-

робіток ґрунту, агрохімічне та меліоративне забезпечення, зберігання та транспортування товару), сервіс (фінансовий, маркетинговий). На кожному етапі відбувається додавання вартості продукції і водночас збільшення витрат на неї. Доки рівень покриття витрат від здійснення того чи іншого виду сервісного забезпечення доцільний, має сенс реалізація відповідного сервісу. Це визначається економічними та екологічними нормативами. Ефективність системи визначається двома факторами: продуктивністю та ефективністю обміну. Ефективність являє собою величину від 0 до 1 та визначає, яка частина праці, що була затрачена, перетвориться на корисну. Якщо ефективність функціонування сільськогосподарського підприємства визначається його прибутком, тоді її можна представити у вигляді дробу, чисельник якого дорівнює сумі коштів, які можна було б отримати, якщо продати всю вироблену продукцію за оптимальною ціною (пересічення кривої попиту та пропозиції), а знаменник уявляє собою суму коштів, яку було затрачено на виробництво, закупівлю ресурсів, використання ресурсів, зберігання ресурсів та напівготової продукції, а також на оплату послуг сервісних організацій. У такому вигляді можна представити ефективність економічну. Дещо іншого характеру набуває ефективність технологічного процесу, коли основним завданням підприємства є налагодження технологічного процесу таким чином, щоб всі отримані ресурси перетворилися на готову продукцію, тобто коефіцієнт кореляції між ресурсом x_1, x_2, \dots, x_n та обсягом виробленої продукції v максимально наближався до 1. В цей перелік входить також такий ресурс, як робоча сила:

1. Стадія матеріально-технічного забезпечення та обслуговування сільськогосподарських товаровиробників.

2. Стадія найбільш ефективного перетворення виробничих ресурсів у готову продукцію.

3. Стадія ефективної реалізації виробленої продукції.

Звернемося до другої стадії виробництва – перетворення ресурсів у продукцію. У контексті вищевикладеного набуває чинності ствердження, що ефективність технологічного процесу правомірно можна обчислити, виходячи з кількості внесених ресурсів, а не з їхнього грошового еквіваленту:

$$Eff_{TechnologyProcess} = \frac{Q_{production}}{Q_{resources}}$$

Зведену ефективність всього технологічного процесу можна представити як додаток ефективності кожного етапу технологічного процесу:

$$Eff = Eff_1 * Eff_2 * \dots * Eff_n$$

Результати наукових пошуків вчених-аграріїв [9, с. 36] стверджують, що існуючі залежності у даній системі не описуються за допомогою лінійної залежності $y=ax$,

де y – кінцевий натуральний продукт,

a – показники питомої окупності кінцевим натуральним результатом одиниці матеріальних ресурсів;
 x – обсяги застосованих у процесі виробництва ресурсів.

Якщо досліджувати сукупність ресурсів, що витрачаються у процесі виробництва, як дещо абстрактне, не ставлячи обмеження кінцевою множиною типів ресурсів, то ефективність можна виразити через функцію виду $y=ln(x)$,

де y – кінцевий натуральний продукт,

x – обсяги застосованих ресурсів на i -му етапі виробництва.

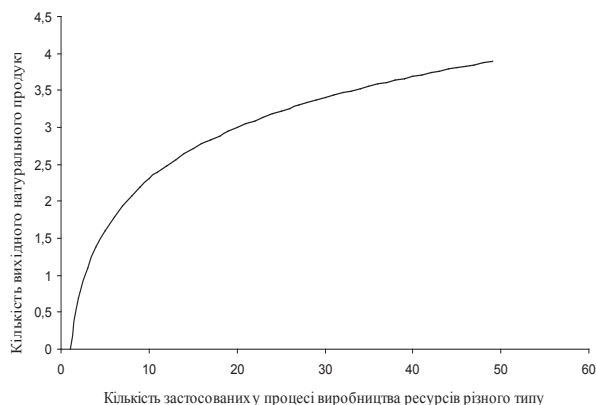


Рис. 1. Залежність ефективності виробництва від кількості застосованих на i -му етапі виробництва ресурсів різного типу (без обмеження кінцевою множиною ресурсів)

Коефіцієнт лінійності кривої (1) на кожному етапі виробництва визначає питому вагу технологічного етапу у виробництві: чим крутіше крива, тим важливіше етап. Таким чином, доданок перед ефективністю кожного технологічного процесу визначено. Тангенс куту нахилу визначає важливість етапу. Відповідно, ресурси на більш важливих етапах більш значимі, ніж інші.

Але якщо досліджувати залежність кількості виробленого продукту від кількості застосованого в аграрній сфері конкретного ресурсу деякого типу за інших рівних умов, то графік функції, що відображає залежність між результатом виробництва, буде мати такий вигляд (рис. 2).

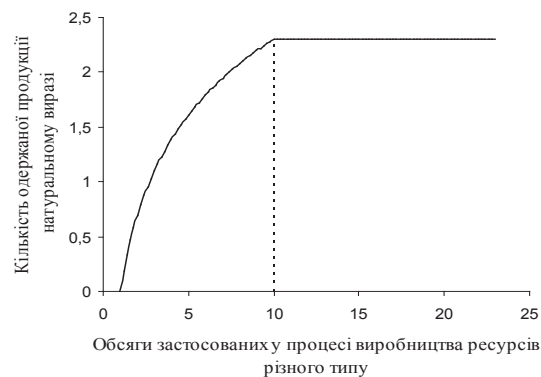


Рис. 2. Залежність кількості виробленого продукту від кількості застосованого в аграрному виробництві конкретного ресурсу деякого типу за інших рівних умов

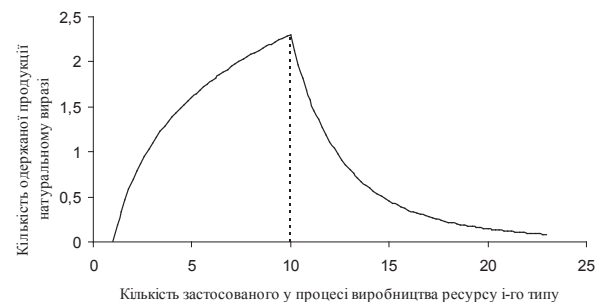


Рис. 3. Ефективність використання ресурсу i -го типу на конкретному етапі виробництва

На зображеному графіку точка $x=10$ являє собою межу, критичну точку економічної та екологічної доцільності застосування ресурсів, коли кожна додаткова одиниця згідно з законом про спадаючу граничну користь.

Ефективність використання ресурсу i -го типу на конкретному етапі виробництва визначається залежністю, графік в загальному виді якої відображено на рис. 3.

Це складна функція зі внутрішніми умовами та перегинами. Крутизна кривих залежить від типу ресурсу, крутизна зросту кривої залежить від важливості ресурсу на даному технологічному етапі. Точка перегибу визначається обмеженістю інших ресурсів (наприклад, посівна площа – земля) і типом ресурсу, що використовується. При цьому крутизна другої частини кривої визначається ступеню шкідливого впливу надлишку виробничого ресурсу.

Висновки з проведеного дослідження. Вищевказана система оцінювання сервісного забезпечення аграрних підприємств на основі комплексного підходу, що включає як систему показників прибутковості ведення сільського господарства, так і соціальні та екологічні аспекти, дозволить надати правомірну оцінку системі забезпечення послугами аграрних товаровиробників з метою розроблення організаційних та управлінських заходів, що будуть спрямовані на поліпшення ситуації в агропромисловому комплексі країни в цілому.

УДК 331.101:658.7

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Андрійчук В. Г. Економіка аграрних підприємств : підручник / В. Г. Андрійчук. – К. : ІЗМН, 1996. – 512 с.
2. Мацибора В.І. Економіка сільського господарства : підручник / В.І. Мацибора. – К. : Вища шк., 1994. – С. 25-42.
3. Руснак П.П., Андрійчук В.Г., Ільєнко А.А. Економіка підприємства / П.П. Руснак, В.Г. Андрійчук, А.А. Ільєнко та ін. ; за ред. П.П. Руснака. – Біла Церква, 2003. – С. 5-29.
4. Борщевський П.П., Чернюк Л.Г., Шмаглій О.В. Підвищення ефективності розвитку і розміщення харчової промисловості / П.П. Борщевський, Л.Г. Чернюк, О.В. Шмаглій. – К. : Наук. думка, 1994. – 160 с.
5. Тарасенко Г. С. Эффективность сельскохозяйственного производства / Г. С. Тарасенко. – К. : Изд-во УСХА, 1991. – 210 с.
6. Бойко В.І., Лазна В.В. Про необхідність розвитку регіональних агропромислових формувань ринкового типу / В.І. Бойко // Економіка України. – 1996. – № 2. – С. 64-70.
7. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія: В 3 т. Т. 1 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Вид. центр «Академія», 2002. – 950 с.
8. Петренко И. Я. Экономика сельскохозяйственного производства / И. Я. Петренко, П. И. Чужинев. – Алма-Ата : Кайнар, 1992. – 560 с.
9. Мосіюк П.О. Економіка і організація аграрного сервісу / П.О. Мосіюк, О.В. Крисальний, В.А. Сердюк, С.І. Мельник та ін. За ред. П.О. Мосіюка. – К. : ІАЕ УААН, 2001. – 345 с.

Назаров Н.К.

*кандидат економічних наук,
викладач кафедри менеджменту і бізнесу
Харківського національного економічного
університету імені Семена Кузнеця*

КОНФЛІКТИ НА ПІДПРИЄМСТВІ: ВИЗНАЧЕННЯ, ПРИЧИНИ, ТИПИ

Проведено дослідження конфліктних явищ на підприємстві, визначено соціально-психологічну та економічну природу конфліктів. Здійснено аналіз економічної категорії «конфлікт», причин та умов виникнення конфлікту, підходів до його вирішення. Удосконалено типологію конфліктів на підприємстві.

Ключові слова: конфлікт, семантика поняття, підходи до вирішення, типологія, причини виникнення конфліктів.

Назаров Н.К. КОНФЛИКТЫ НА ПРЕДПРИЯТИИ: ОПРЕДЕЛЕНИЕ, ПРИЧИНЫ, ТИПЫ

Проведены исследования конфликтных явлений на предприятии, определена социально-психологическая и экономическая природа конфликтов. Осуществлен анализ экономической категории «конфликт», причин и условий возникновения конфликта, подходов к его решению. Усовершенствована типология конфликтов на предприятии.

Ключевые слова: конфликт, семантика понятия, подходы к решению, типология, причины возникновения конфликтов.

Nazarov N.K. CONFLICTS ON AN ENTERPRISE: DETERMINATION, REASONS, TYPES

The conducted research of the conflict phenomena in the enterprise, defined socio-psychological and economic nature of conflicts. The analysis of economic category «conflict», the causes and conditions of conflict, approaches to its solution is carried out. The typology of conflicts is improved at the enterprise.

Keywords: conflict, semantics concepts and approaches to the solution, typology, the causes of conflict.

Беззаперечним фактом є те, що основою будь-якої організації є люди (колектив), і без них функціонування організації неможливо. На сучасних підприємствах люди стикаються з безліччю проблем, необхідністю задоволення потреб, рішення та задоволення яких найчастіше приводить до виникнення конфліктних ситуацій різної форми і тяжкості.

Проблема ідентифікації і вирішення конфліктів на сучасних підприємствах України є дуже актуальною, оскільки вони мають місце практично на кожному з них. Кожен керівник стикається з необхідністю вирішення виникаючих на підприємстві конфліктів,

оскільки їх наслідки можуть бути руйнівними. Негативний вплив досліджуваного явища відбивається в першу чергу на психологічному стані конфліктуючих сторін, а порушення в стані здоров'я персоналу відбивається на фінансовому результаті діяльності підприємства. Тобто конфлікт – це одна з найважливіших форм взаємодії працівників на підприємстві, вивченню якої потрібно приділяти належну увагу.

В житті не буває безконфліктних організацій: важливо, щоб конфлікт не був руйнівним, тому його потрібно підтримувати на оптимальному рівні, на якому конфлікт позитивно впливає на ефективність

діяльності організації. Тобто наслідки конфлікту залежать в його ефективному управлінні.

Дослідженню проблем сутності, генезису та врегулюванню організаційних конфліктів присвячені праці як зарубіжних (Ч. Барнард, Р. Дарендорф, К. Вейк, Дж. Гелбрейт, А. Гоулднер, М. Крозьє, П. Лоуренс, У. Мастенбрук, Г. Саймон, Ф. Селзник, Л. Козер та ін.), так і вітчизняних вчених (І. Б. Гурков, А. К. Зайцев, П. І. Бородкін, А. Г. Здравомислов, А. І. Пригожин, А. І. Кравченко, А. М. Чуміков, М. П. Гандзюк, В. Г. Грибан, Негодченко О. С., Л. М. Смеляненко, Скібіцька Л. І., Пилипенко А. А., Пилипенко С. М., Отенко І. П., Семенченко А. В., Іванова О. Ю., Л. В. Долинська, М. С. Дороніна, Л. В. Балабанова, та ін.), які сформували ряд підходів до вирішення конфліктних ситуацій. Однак необхідно зазначити, що в їх роботах недостатньо вивченим є ряд питань, пов'язаних з аналізом природи, причин прояву та вирішення конфліктів, а також їх завчасним попередженням на сучасних підприємствах.

Метою статті є дослідження конфліктних явищ на підприємстві, визначення соціально-психологічної та економічної природи конфліктів, проведення аналізу причин та умов виникнення конфлікту, підходів до його вирішення а також удосконалення типології конфліктів на підприємстві.

Конфлікт – одна з найважливіших форм взаємодії працівників на підприємстві, вивченню якої потрібно приділяти належну увагу. Для цього необхідно визначити сутність, основні типи та причини конфліктів.

До теперішнього часу поки не склалося загально-визнане розуміння конфлікту. Існує багато підходів до визначення поняття «конфлікт», які стисло проаналізуємо нижче.

Згідно з мотиваційним підходом (М. Дойч, Г. Макклінтон), конфлікт трактується як усвідомлена несумісність індивідуальних намірів та інтересів протидіючих сторін. Велика роль приділяється суб'єктивним, мотиваційним чинникам у розвитку конфліктної взаємодії. Цей підхід був започаткований під час досліджень кооперативної і конкурентної поведінки.

Другий підхід до вивчення конфлікту – когнітивний (К. Левін). Його прихильники вбачають причини конфлікту в несумісності когнітивних систем і пізнавальних стратегій протидіючих сторін, тобто в зіткненні ідей, бажань, цілей, цінностей. На їх думку, конфлікт тільки тоді стає реальністю, коли він сприймається й усвідомлюється як такий, що має місце. У рамках цього підходу розглядається і, так званий, когнітивний конфлікт, виникнення і розвиток якого зумовлений когнітивними структурами опонентів.

Провідним напрямком у дослідженні конфліктів є діяльнісний підхід, що ґрунтується на стратегічній концепції внутрішньо-групової активності (А. В. Петровський). Конфлікт є своєрідним моментом і формою виразу суперечностей, що рухають розвиток внутрішньо-групової активності. Згідно з цим підходом, рівень сформованості колективу і міра ефективності його спільної діяльності є головним чинником виникнення та динаміки конфлікту.

Організаційний підхід розглядає конфлікти, які відображають суперництво сторін за володіння дефіцитними ресурсами, що розгортаються на рівні вищої управлінської структури у вертикальному і горизонтальному зрізах. Н. В. Гришина [1] у рамках цього підходу запропонувала модель організаційного конфлікту, яка базується на взаємозв'язках, що

встановлюються між людьми у процесі діяльності.

Соціологічний підхід розглядає конфлікт як зіткнення об'єктивних і суб'єктивних суперечностей. Представники такого підходу відходять від біологізаторства та психологізму, спираючись на закони і категорії соціологічної науки, які дозволяють отримати інший спосіб узагальнення, знайти сутність соціального та позначити їх за допомогою соціологічних категорій. Класиками такого підходу є Г. Зімбель, Л. Козер [2], Р. Дарендорф [3], К. Боундінг, Г. Лебон [4] та ін.

Нині з'являються нові підходи до вивчення конфлікту. Серед них варто виділити теорію гри, яка передбачає моделювання конфлікту, де два гравці повинні приймати оптимальне рішення, керуючись інформацією стосовно один одного. Викликає інтерес і, так званий, математичний підхід до теорії конфлікту, до його ефективного конструктивного вирішення. Представники цього підходу, використовуючи різнопланові математичні структури і моделі, доводять не лише руйнівну, але й конструктивну функцію конфлікту. При цьому сторони, або опоненти конфлікту створюють нову цілісність – надсистему, якій притаманні самостійні якості, що не спостерігаються в жодній із сторін, але яка значною мірою впливає на поведінку систем. Основними представниками цього підходу є Т. Л. Саат, В. В. Дружинін, Д. С. Конторов, М. Д. Конторов.

Рефлексивний підхід полягає у тому, що опоненти імітують міркування один одного, будуючи рефлексивні моделі, що включають як власні уявлення про об'єктивну ситуацію, власні та суперечливі цілі і стратегії, так і уявлення, яке може мати супротивник. Такий підхід розглядає конфлікт як взаємодію двох індивідів, що орієнтуються один на одного.

Розглянемо безпосередньо сутність поняття конфлікту. Саме слово «conflictus» в перекладі з латинської означає зіткнення. Питання, чого саме, вирішується абсолютно по-різному у різних авторів і залежить, насамперед, від загальної методологічної орієнтації дослідника.

В табл. 1 наведені точки зору різних авторів на визначення поняття конфлікту.

Таблиця 1
Семантика поняття «конфлікт»

Автор або джерело	Визначення
В. С. Мерліні [5, с. 86]	стан більш-менш тривалої дезінтеграції особистості, що виражається в загостренні дотеперішніх чи виникненні нових протиріч між різними сторонами, властивостями, відносинами і діями особистості
Я. Щепанський [6, с. 202]	це зіткнення, викликане суперечностями установок, цілей і способів дії по відношенню до конкретного предмету або ситуації
А. А. Єршов [7, с. 33]	зіткнення особистостей через несумісність потреб, мотивів, цілей, установок, поглядів, поведінки в процесі і в результаті спілкування цих особистостей
К.А. Абульханова-Славська (цит. по: [8])	з інструментальної точки зору конфлікт виступає як один із засобів самоствердження, подолання тенденцій, які заперечуються особистістю. Конфлікт можна розуміти як процес: в цьому випадку він являє собою ситуацію незнайденого виходу, розвитку дій на шляху пошуку засобів стабілізації відносин
А. Г. Ковалев [9, с. 43]	це протиріччя, що виникає між людьми у зв'язку з вирішенням тих чи інших питань соціального й особистого життя

Це далеко неповний перелік різноманітних тлумачень терміна «конфлікт», адже існує близько сотні визначень, які подаються залежно від сфери діяльності, пізнання та ін. На думку автора конфлікт можна визначити як зіткнення протилежних інтересів людей, спрямованих на досягнення індивідуальних цілей. Наслідки конфлікту залежать в основному від того, наскільки ефективно управляє ним менеджер. У зв'язку з цим потрібно знати не тільки природу, але типи конфліктів [10, с. 117].

Існують чотири основних типи конфліктів, які розрізняються за складом їх учасників: внутрішньо-особистісний (має місце всередині індивіда); між-особистісний; між особистістю і групою (виникає у разі, якщо особистість займає позицію, відмінну від позиції групи, коли очікування групи знаходяться в суперечності з очікуваннями окремої особистості), міжгруповий [11, с. 396; 12, с. 117]. Співвідношення між цими типами конфліктів схематично зображено на рис. 1.

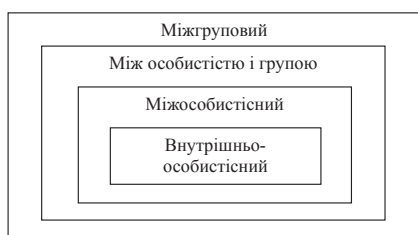


Рис. 1. Співвідношення між типами конфліктів

Різні типи конфліктів взаємопов'язані між собою. У ході розвитку конфлікти одного типу можуть переходити в конфлікти іншого типу (наприклад, внутрішньо-особистісний – в міжособистісний, міжособистісний – в груповий). Різні типи конфліктів пов'язані із різними причинами, що виникають як на стадії створення підприємства так і в процесі його функціонування. Не зважаючи на те, що є певний перетин причин, можна виділити серед них основні, що спричиняють внутрішній конфлікт працівника та його конфлікти із групою, організацією, колективом. Поєднуючись такі причини створюють ефект «резонансу», що призводить до дисбалансу психологічного клімату та руйнації організаційної культури (у найгіршому випадку). На рис. 2 відображено співвідношення між типами конфліктів і їхніми причинами.



Рис. 2. Співвідношення між типами конфліктів і їхніми причинами

Стосовно типізації конфліктів, є і інші класифікації, наприклад Козер ділить конфлікти на «реалістичні» та «нереалістичні» [2], в основі чого лежить відмінність між конфліктом як засобом досягнення певного результату і конфліктом як самоціллю. Оскільки конфлікти першого типу спрямовані на досягнення певного результату, вони можуть бути замінені альтернативними моделями взаємодії. Нереалістичні конфлікти обумовлені не взаємовключними цілями учасників, а необхідністю зняття напруги.

Одним з різновидів конфлікту є мобінг. Мобінг – це колективний психологічний терор, гноблення когось із працівників з боку його колег, підлеглих або начальства, які здійснюються з метою змусити його / її піти з місця роботи. Даний вид конфлікту є одним з найскладніших в управлінні, тому важко усунути його причини і згубні наслідки для особистості, в бік якої спрямований терор.

Удосконалена та розвинута класифікація представлена на рис. 3.

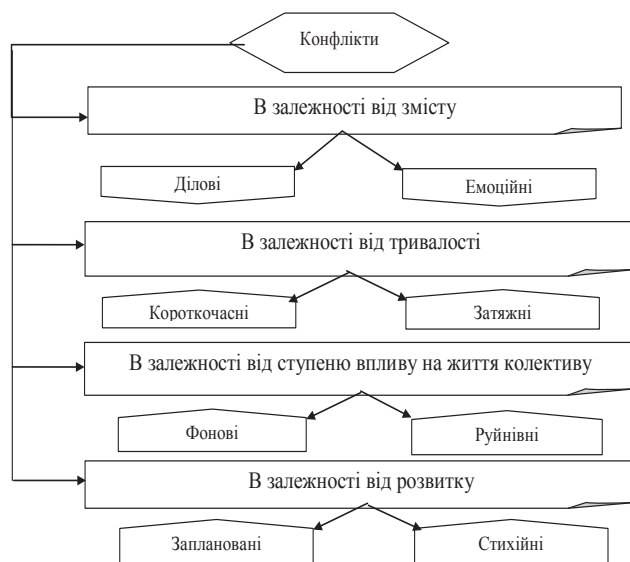


Рис. 3. Класифікація конфліктів

Вплив конфлікту на його учасників і соціальне оточення має подвійний, суперечливий характер. Складність конфліктів як суспільного явища зумовлює виконання ними подвійного роду функцій [13], одні з яких можна віднести до позитивних або конструктивних (виявлення і розв'язання за допомогою конфліктів суперечностей між учасниками суспільних відносин; активізація суспільного життя; стимулювання інновацій та соціальних змін; сприяння у формуванні соціально необхідної поведінки тощо), інші – до негативних або деструктивних.

Деструктивний конфлікт виникає у двох випадках:

1) коли одна із сторін завзято й жорстко наполягає на своїй позиції і не бажає враховувати інтереси іншої сторони;

2) коли один з опонентів вдається до морально засуджених методів боротьби, прагне психологічно придушити партнера, дискредитує і принижує його.

У висновку слід сказати, що однією з основних задач управління конфліктами є не тільки їх виявлення, а й з'ясування причин та віднесення конфліктів до певної з груп. На підставі проведення у статті дослідження сутності, причин, та основних типів конфліктів можна виділити заходи щодо запобігання конфліктних ситуацій. Це насамперед баланс

прав і відповідальності, чіткі правила делегування повноважень, використання гнучких форм заохочення з метою забезпечення справедливого розподілу прибутку. Усі ці заходи не потребують значних витрат, але наслідки безконфліктності роботи колективу підприємства будуть відчутні безпосередньо у підвищенні прибутку та доходів працівників.

У подальших дослідженнях буде приділено уваги моніторингу соціально-психологічного стану персоналу підприємства з метою превентивного аналізу умов виникнення конфліктних ситуацій, які породжуються спротивом змінам на підприємстві і обумовлюють можливі причини назріваючих або наявних конфліктів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Громова О. Н. Конфликтология. – М.: Эксмо, 2000. – 320 с.
2. Козер Л. А. Функции социального конфликта / Л. А. Козер. – М.: Идея-Пресс, Дом интеллектуал. книги. – 2000. – 205 с.
3. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт // Иностранная литература. – 1993. – № 4. – С. 23-28.
4. Лебон Г. Психология масс / Г. Лебон. – Минск: Харвест; М.: АСТ. – 2000. – 320 с.
5. Мерлин В. С. Развитие личности в психологическом конфликте / В. С. Мерлин, З. Фрейд // Личность и во. – Пермь. – 1990. – С. 157-238.
6. Лазор В. Поняття трудових спорів, конфліктів та їх позовний і несповний характер // Право України. – 2002. – № 7. – С. 90-95.
7. Ершов А. Л. Социально-психологические аспекты конфликтов / А. Л. Ершов // Социальная психология и социальное планирование. – Л.: Наука, 1973. – С. 33-39.
8. Анцупов А. Я. Конфликтология: междисциплинарный подход, обзор диссертационных исследований / А. Я. Анцупов, С. Л. Прошанов. – М.: Аспект-Пресс, 1997. – 239 с.
9. Герасіна Л. М. Конфліктологія // Л. М. Герасіна, М. І. Панов, Н. П. Осіпова та ін. – Харків: Право. – 2002. – 256 с.
10. Кошелев А. Н. Конфликты в организации. Виды, назначение, способы управления. / Кошелев А. Н., Иванникова Н. Н. – М.: «Альфа-Пресс», 2007. – 216 с.
11. Осовська Г. В. Основи менеджменту. Практикум: навчальний посібник / Г. В. Осовська, І. В. Копитова. – К.: Кондор. – 2010. – 581 с.
12. Лавриненко В. Н. Социология: учеб. для вузов / [В. Н. Лавриненко, Н. А. Нартов, О. А. Шабанова, Г. С. Лукашева]; под ред. В. Н. Лавриненко. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. – 2000. – 407 с.
13. Шульга Г. Б. Психологічні аспекти впливу міжособистісних конфліктів на розвиток особистості. / Шульга Г. Б. // Проблеми загальної та педагогічної психології: збірник наукових праць. – К.: інститут психології імені Г. С. Костюка НАПНУ. – 2002. – Т. XIV, ч. 1. – С. 386-392.

УДК 33.055:334.72

Назарчук Т.П.

студентка

Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Подвисоцька М.О.

студентка

Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

Стащук О.В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри фінансів та кредиту

Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки

АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ І ВИКОРИСТАННЯ ОБІГОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

У статті розглянуто сутність та значення ефективності формування і використання обігових коштів підприємства, проаналізовано стан забезпеченості обіговими коштами ПАТ «Гнідавський цукровий завод», запропоновано шляхи підвищення ефективності використання обігових коштів.

Ключові слова: обігові кошти, ліквідність, платоспроможність, ділова активність, рентабельність.

Назарчук Т.П., Подвисоцкая М.О., Стащук О.В. АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОБОРОТНЫХ СРЕДСТВ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены сущность и значение эффективности формирования и использования оборотных средств предприятия, проанализировано состояние обеспеченности оборотными средствами ОАО «Гнидавский сахарный завод», предложены пути повышения эффективности использования оборотных средств.

Ключевые слова: оборотные средства, ликвидность, платежеспособность, деловая активность, рентабельность.

Nazarchuk T.P., Podvisots'ka M.O., Staschuk O.V. ANALYSIS OF THE EFFICIENCY OF FORMATION AND USE OF WORKING CAPITAL

The article examines the nature and the value of formation efficiency and the efficiency of using of enterprises working capital, analyzes the availability of working capital of PJSC «Gnidava sugar factory,» the ways of improving of the working capital efficiency.)

Keywords: working capital, liquidity, solvency, business activity and profitability.

Постановка проблеми. У ринкових умовах в умовах невизначеності та ризику функціонування суб'єктів підприємницької діяльності важливим є забезпечення підприємства оборотними коштами. Безперервність процесу виробничої та комерційної ді-

яльності потребує постійного інвестування коштів у елементи оборотних активів для здійснення розширеного відтворення. Відсутність чи надлишок коштів призводить до розбалансування руху матеріальних і фінансових ресурсів, недофінансування господарської

діяльності та до фінансових ускладнень на підприємствах. Від ефективності використання оборотних коштів залежить ліквідність підприємства, його фінансова стійкість, платоспроможність та рентабельність.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Істотний внесок у дослідження економічної сутності та формування оборотних коштів зробили відомі вітчизняні та зарубіжні науковці: Ф. Кене, А. Маршал, А. Сміт, С. Фішер, Джеймс Ван Хорн, Й. Шумпетер, М. Білік, С. Брігхем, А. Золотарьов, І. Зятковський, А. Поддєрьогін, Р. Радіонов, Л. Роштейн, В. Шило, Л. Бетехтіна, Н. Рудик, М. Петик, А. Поддєрьогін, М. Білік, С. Юрій, С. Рилєєв, Р. Слав'юк, Р. Сорока, Є.О. Терещенко, В. Ковальов, І. Бланк, В.В. Бочаров, А.М. Павліковський, В.В. Сопко, А.М. Кінг, С.Б. Барнгольц, Р.Н. Холт та інші.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження ефективності формування і використання обігових коштів підприємства та пошук шляхів її підвищення на прикладі ПАТ «Гнідавський цукровий завод».

Виклад основного матеріалу дослідження. Ефективність діяльності суб'єкта господарювання значною мірою залежить від його ресурсного потенціалу – матеріальних ресурсів, виробничих потужностей, трудових ресурсів. Найважливішою складовою цього потенціалу є обігові кошти підприємства. На будь-якому підприємстві оборотні активи забезпечують його достатній рівень ліквідності, платоспроможності, прибутковості. Тому наявність оптимальної кількості оборотних коштів має величезне значення для роботи підприємства. Оборотні кошти являють собою сукупність коштів, авансованих для створення оборотних виробничих фондів і фондів обігу, що забезпечують їхній безперервний кругообіг [2].

Визначення джерел формування обігових коштів є важливим моментом в роботі підприємства. Недостатність джерел формування обігових коштів призводить до недофінансування господарської діяльності підприємства, а наявність зайвих джерел обігових коштів сприяє створенню наднормативних запасів ТМЦ, відволіканню обігових коштів з господарського обігу, зниження відповідальності за цільове та раціональне використання власних і позичених обігових коштів.

Оборотні кошти забезпечують безперервність виробництва і реалізації продукції підприємства. Оборотні виробничі фонди вступають у виробництво у своїй натуральній формі й у процесі виготовлення продукції цілком споживаються, переносячи свою вартість на створюваний продукт. Фонди обігу зв'язані із обслуговуванням процесу обігу товарів. Вони не беруть участь в утворенні вартості, а є її носіями. Після закінчення виробничого циклу, виготовлення готової продукції і її реалізації, вартість оборотних коштів відшкодовується в складі виторгу від реалізації продукції (робіт, послуг). Це створює можливість систематичного поновлення процесу виробництва, що здійснюється шляхом безперервного кругообігу засобів підприємства.

При формуванні статутного капіталу підприємство самостійно встановлює плановий розмір обігових коштів, необхідний для його виробничої діяльності, у вигляді нормативу в грошовому виразі. Потреба підприємства в обігових коштах коливається протягом року внаслідок сезонності виробництва, нерівномірності надходження грошей за відвантажену продукцію тощо. За джерелами формування обігові кошти підприємства поділяються на власні, позичені (кредити банків), залучені (через акціонування). На відміну від основних засобів, які неодноразово беруть участь у процесі виробництва, обігові кошти

функціонують тільки в одному виробничому циклі й повністю переносять свою вартість на знову виготовлений продукт, тому їх ще називають змінним капіталом [3].

Структура джерел формування обігових коштів є такою: власні джерела, позикові джерела, залучені джерела коштів.

Мінімальна потреба в обігових коштах покривається за рахунок таких власних джерел як статутний капітал, нерозподіленого прибутку підприємства, цільового фінансування та цільових надходжень, надходження від емісії цінних паперів.

Формувати обігові кошти лише за рахунок власних джерел економічно не доцільно, так як це знижує можливість підприємства щодо фінансування власних витрат і крім того позбавляє підприємство отримувати додатковий прибуток за рахунку використання позикових коштів. Джерелами позикових коштів є банківські кредити, як короткострокові та к довгострокові, які зазвичай використовуються на придбання основних та поточних активів, на сезонні потреби підприємства [1].

До залучених належать отримані кредити, пайові та інші внески, кошти мобілізовані на фінансовому ринку.

Раціональне формування обігових коштів має значний вплив на процес виробництва, на фінансові результати і фінансовий стан підприємства.

Фінансовий стан підприємства значною мірою залежить від наявності та ефективності використання оборотних коштів. Для аналізу стану і використання обігових коштів на ПАТ «Гнідавський цукровий завод» варто здійснити оцінку показників ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності.

ПАТ «Гнідавський цукровий завод» – сучасне підприємство з виробничою потужністю 5050 тонн переробки цукрових буряків за добу, яке оснащено передовим обладнанням. Основною продукцією є цукор, отриманий в результаті переробки цукрових буряків. Призначення готової продукції: продукт, який безпосередньо надходить до споживачів та сировина для інших галузей харчової промисловості. Вважається за доцільне проаналізувати стан обігових коштів цього суб'єкта господарювання з метою виявити слабкі місця та запропонувати шляхи підвищення ефективності використання їх на підприємстві [5].

Ліквідність підприємства характеризується співвідношенням величини його високоліквідних активів (грошові кошти та їх еквіваленти, ринкові цінні папери, дебіторська заборгованість) і короткострокової заборгованості. Про незадовільний стан ліквідності підприємства свідчитиме той факт, що потреба підприємства в коштах перевищує їх реальні надходження.

Таблиця 1

**Показники ліквідності
ПАТ «Гнідавський цукровий завод»**

Показники	2010	2011	2012
Коефіцієнт загальної ліквідності	1,5932	1,6678	0,4821
Коефіцієнт швидкої ліквідності	1,1736	1,3408	0,3768
Коефіцієнт абсолютної ліквідності	0,0306	0,0090	0,0037
Чистий оборотний капітал, тис. грн	24008,00	30957,00	-73141,00

Розрахувавши показники ліквідності ПАТ «Гнідавський цукровий завод» протягом 2010-2012 років, можна зробити висновок, що зниження показника загальної ліквідності у 2012 році майже в 3 рази

зумовлене різким збільшенням обсягу поточних зобов'язань та зменшенням суми оборотних коштів, тобто на підприємстві відсутня достатня кількість активів. Відповідно і показники швидкої та абсолютної ліквідності. Обсяг чистого оборотного капіталу у 2010 та 2011 роках мав додатне значення, а отже, сума обігових коштів була більшою за поточні зобов'язання ПАТ «Гнідавський цукровий завод». У 2012 році цей показник має від'ємне значення, поточні зобов'язання перевищують обсяг обігових коштів на 73141,00 грн. Чистий оборотний капітал у 2012 році має від'ємне значення, що свідчить про фінансову нестійкість підприємства та його нездатність погасити свої короткострокові зобов'язання.

Платоспроможність характеризується достатньою кількістю оборотних активів підприємства для погашення своїх зобов'язань протягом року. Фінансова стійкість підприємства характеризує здатність підприємства задовольнити вимоги кредиторів з оплати товарів, сплати платежів у бюджет, позабюджетні фонди тощо [6].

Таблица 2

**Показники фінансової стійкості
ПАТ «Гнідавський цукровий завод»**

Показники	2010	2011	2012
Коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами	0,3723	0,4004	-1,0743
Коефіцієнт фінансової незалежності	0,3908	0,3274	0,2949
Коефіцієнт фінансового лівериджу	0,5480	2,1587	0,5704

Згідно з таблицею 2, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними засобами протягом 2010-2012 років знаходиться у межах його нормативного значення. У 2012 році даний показник має від'ємне значення, оскільки обсяг поточних зобов'язань у 3,5 рази перевищує обсяг оборотних активів. Коефіцієнт фінансової незалежності протягом 2010-2012 років має тенденцію до зниження, що є негативним для діяльності підприємства. Значення коефіцієнт фінансового лівериджу у 2010 та 2012 роках приблизно однаковим. Зростання даного показника у 2011 році до 2,1587 зумовлене великим обсягом довгострокових зобов'язань ПАТ «Гнідавський цукровий завод», які більш ніж у 2 рази перевищують обсяг власного капіталу.

Ділова активність оцінюється системою показників, які характеризують найважливіші сторони діяльності підприємства.

Таблица 3

**Показники ділової активності
ПАТ «Гнідавський цукровий завод»**

Показники	2010	2011	2012
Коефіцієнт оборотності активів	0,6739	0,9784	1,1301
Коефіцієнт оборотності дебіторської заборгованості	4,5596	11,2354	24,4642
Строк погашення дебіторської заборгованості	80,0509	32,4866	14,9197
Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів	3,8330	3,4467	4,5892

Коефіцієнт оборотності активів протягом 2010-2012 років має тенденцію до зростання, що є позитивним явищем. Щодо коефіцієнту оборотності дебіторської заборгованості ПАТ «Гнідавський цукровий завод» протягом 2010-2012 років, то він також зростає. У 2012

році грошові кошти, вкладені до розрахунків, здійснили 24 обороти, а це в 2,2 рази більше, ніж у попередньому році. Відповідно, скорочується строк погашення дебіторської заборгованості, з 80 днів у 2010 році до 15 днів у 2012 році. Це пояснюється скороченням обсягів дебіторської заборгованості протягом 2010-2012 років. Коефіцієнт оборотності матеріальних запасів має тенденцію до збільшення, у 2012 році даний показник становив 4,5892, тобто у цьому звітному періоді матеріальні запаси поповнювались більше 4 разів.

Показники рентабельності підприємства визначають ступінь ефективності здійснення підприємницької діяльності, контролю витрат на виробництво і реалізацію продукції, а також чистий прибуток, який при цьому отримує підприємство.

Таблица 4

**Показники рентабельності
ПАТ «Гнідавський цукровий завод»**

Показники	2010	2011	2012
Коефіцієнт рентабельності активів	-0,0627	0,0002	0,0016
Коефіцієнт рентабельності продажів	-0,0931	0,0002	0,0014
Коефіцієнт рентабельності обігових коштів	-0,1664	0,0005	0,0045

Коефіцієнт рентабельності активів протягом 2010-2012 років зростає, що є позитивним явищем. Це пояснюється тим, що обсяг чистого прибутку зростає швидшими темпами, ніж загальний обсяг активів підприємства. Відповідно, зростає і показник рентабельності продажів. Коефіцієнт рентабельності обігових коштів має тенденцію до зростання. У 2012 році на 1 грн. обігових коштів припадало 0,0045 грн. чистого прибутку [7].

Таким чином, здійснивши аналіз наявності і використання обігових коштів ПАТ «Гнідавський цукровий завод» у 2010-2012 роках, визначено важливі заходи для покращення фінансового стану підприємства, а саме збільшення грошових коштів на розрахунковому рахунку підприємства, що збільшить коефіцієнт абсолютної ліквідності і дозволить підприємству брати довго- і короткострокові позики в банку для фінансування поточної діяльності, які видаються лише платоспроможним підприємствам, в яких коефіцієнт абсолютної ліквідності відповідає нормі.

Висновки з проведеного дослідження. З вищеведеного можна зробити наступні висновки: ефективна виробнича діяльність підприємства значною мірою залежить від його ресурсного потенціалу; основним ресурсом є оборотні кошти підприємства, які є сукупністю майнових цінностей підприємства, що обслуговують поточний господарський процес і цілком споживаних протягом одного операційного циклу; обігові кошти забезпечують безперервність виробництва і реалізації продукції підприємства.

Динаміка основних показників ліквідності, платоспроможності, ділової активності та рентабельності ПАТ «Гнідавський цукровий завод» дала змогу запропонувати низку заходів щодо підвищення ефективності використання обігових коштів, що дозволить покращити фінансовий стан підприємства, а також зміцнити фінансову стійкість ПАТ «Гнідавський цукровий завод». Для цього вважається за доцільне здійснити такі заходи:

- зниження рівня витрат при транспортуванні продукції;
- забезпечення своєчасності розрахунків зі споживачами за поставлену продукцію;

- посилення адресності у наданні пільг;
- збільшення статутного капіталу підприємства без залучення додаткових внесків власників;
- реалізація зайвих виробничих і невиробничих фондів та здача їх в оренду;
- збільшення суми грошових активів за рахунок примусового стягнення чи пені за несплату;
- забезпечення неперевищення нормативних технологічних витрат [4].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бетехтіна Л.О. Економічна сутність оборотного капіталу підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/>.
2. Петик М.І., Рудик Н.М. Ефективність управління обіговими активами суб'єктів підприємництва / М.І. Петик // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21.4 Поддєрогін А. М., Білик М. Д., Буряк Л. Д. Фінанси підприємства : [підручник] / А. М. Поддєрогін. – К. : КНЕУ. – 2005. – 546 с.
3. Рилєєв С.В., Юрій С.М. Ефективність використання оборотних активів харчової промисловості: регіональний аспект / С.В. Рилєєв // Всеукраїнський науково-виробничий журнал «Сталий розвиток економіки» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbuv.gov.ua/>.
4. Слав'юк Р.А. Фінанси підприємств : [навчальний посібник] / Р. А. Слав'юк // . – К.: ЦУЛ. – 2004. – 460 с.
5. Шило В. П. Фінанси підприємств [Текст] / В. П. Шило, С. С. Дорівська Р. та ін. – К. : КНЕУ. – 334 с.
6. SMIDA – ми зробимо інформацію доступною [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/db/emitent/year/showform/13/207192>.

УДК 658.152:658.589

Некрасова Л.А.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри «Економіка підприємств»

Одеського національного політехнічного університету

Моніч О.В.

студентка

Одеського національного політехнічного університету

ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ТА ЙОГО ПРОБЛЕМИ

Стаття присвячена інноваційно-інвестиційному процесу в системі сучасного суспільного відтворення. Проаналізовано формування інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства. Обґрунтовано ключові напрями, які повинні бути забезпечені даною стратегією. Розглянуто основні проблеми стратегічного управління інноваційно-інвестиційною діяльністю.

Ключові слова: інновації, інвестиції, інноваційно-інвестиційна стратегія, інноваційно-інвестиційний процес, проблеми стратегічного управління.

Некрасова Л.А., Моніч О.В. ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ И ЕГО ПРОБЛЕМЫ

Статья посвящена инновационно-инвестиционному процессу в системе современного общественного воспроизводства. Проанализировано формирование инновационно-инвестиционной стратегии предприятия. Обоснованы ключевые направления, которые должны быть обеспечены данной стратегией. Рассмотрены основные проблемы стратегического управления инновационно-инвестиционной деятельностью.

Ключевые слова: инновации, инвестиции, инновационно-инвестиционная стратегия, инновационно-инвестиционный процесс, проблемы стратегического управления.

Nekrasova L.A., Monich O.V. PROCESS OF FORMATION OF INNOVATIVE COMPANIES INVESTMENT STRATEGY AND ITS PROBLEMS

The article is devoted to innovative investment process in the modern system of social reproduction. Analyzed the formation of innovation and investment strategy of the enterprise. Substantiated the key areas that need to be provided by this strategy. Considered the main problems of strategic management of innovation and investment activities.

Keywords: innovation, investment, innovation and investment strategy, innovation and investment process, strategic management problems.

Постановка проблеми. В сучасних ринкових умовах основним завданням вітчизняних підприємств стає збереження та посилення своїх конкурентних позицій, цього неможливо досягти без злагодженої взаємодії всіх підсистем управління підприємства. Для цього на підприємстві здійснюється стратегічне управління та стратегічне планування, розробляються програми розвитку, які забезпечують довготривале, стійке функціонування підприємства в зовнішньому середовищі.

Під впливом зростаючої конкуренції інвестиції та інновації стають основним елементом управління на підприємстві. Нові ідеї, прогресивні технології

та організаційні рішення визначають успіх підприємницької діяльності, забезпечують виживання і фінансову стабільність підприємств. Тому важливого значення набуває система управління інноваційно-інвестиційної діяльністю підприємства, орієнтоване на довготривалу перспективу та стратегічний успіх.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичною основою дослідження послужили праці вітчизняних і зарубіжних вчених з даної теми, метод порівняння, системний підхід до виявлення та дослідження факторів, що впливають на розробку і вибір стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства. Дослідженням методичних та

методологічних аспектів інноваційно-інвестиційних стратегій присвячені праці: Н.Ю. Романенко, Р.А. Фатхутдінова, Г.В. Верещагіна, В.В. Ковалева, А.І. Пригожина, В.І. Кошкіна, В.В. Бочарова, С.Н. Ільяшенко, В.П. Савчука, В.М. Власової, В.Н. Сердюка, С.І. Абрамова, І.А. Баєва та інших науковців.

Постановка завдання. Метою статті є узагальнення теоретичних положень інвестиційно-інноваційної стратегії підприємства, визначення й аналіз основних проблем її формування та розробка рекомендацій щодо забезпечення ефективної інноваційно-інвестиційної діяльності підприємства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Інноваційно-інвестиційний процес в умовах ринкового реформування української економіки може бути проаналізований в контексті загальної економічної ситуації в Україні. Основою інноваційно-інвестиційного процесу є процес створення та освоєння нової техніки або технології. При аналізі інноваційно-інвестиційного процесу, слід мати на увазі, що інновації матеріалізуються за допомогою інвестицій, а інвестиції в сферу виробництва багато в чому втрачають сенс в умовах слабкої завантаження виробничих потужностей. Криза інноваційно-інвестиційного процесу, взаємопов'язана з погіршенням умов відтворення трудового потенціалу українського суспільства, є складовою частиною системної кризи Української економіки.

Успіх інноваційної діяльності в значній мірі визначається формами її організації та способами фінансової підтримки. Джерелами фінансування можуть бути підприємства, фінансово-промислові групи, малий інноваційний бізнес, інвестиційні та інноваційні фонди, органи місцевого управління, приватні особи і т. д. Всі вони беруть участь у господарському процесі і тим або іншим чином сприяють розвитку інноваційної діяльності. У розвинених країнах фінансування інноваційної діяльності здійснюється як з державних, так і з приватних джерел.

Аналіз джерел фінансування інновацій вказує на постійні коливання протягом останніх років загальної суми витрат на інновації (з 10850,9 млн. грн. у 2007 р. до 9562,6 млн. грн. у 2013 р.). За період 2007-2012 року відбулося збільшення загальної суми витрат на інновації на 0,85% , в тому числі власні витрати підприємств зменшилися на 1,41%, витрати державного бюджету зменшилися на 13,72% (у 2008 р. більшилися на 21,53%), витрати іноземних інвесторів збільшилися на 10,1% (у 2013 р. – 13,97%), витрати з інших джерел збільшилися на 2,79% (у 2008 р. – 9,78%) (табл. 1) [4].

Таблиця 1

Джерела фінансування технологічних інновацій (млн. грн.)

	Загальна сума витрат	У тому числі за рахунок коштів			
		власних	державного бюджету	іноземних інвесторів	інші джерела
2007	10850,9	7999,6	144,8	321,8	2384,7
2008	11994,2	7264,0	336,9	115,4	4277,9
2009	7949,9	5169,4	127,0	1512,9	1140,6
2010	8045,5	4775,2	87,0	2411,4	771,9
2011	14333,9	7585,2	149,2	56,9	6542,2
2012	11480,6	7335,9	22,43	994,8	2925,6
2013	9562,6	6973,4	24,7	1253,2	1311,3

Проаналізувавши структуру фінансування, можна виділити основні стримуючі фактори розвитку іннова-

цій промислових підприємств: низький рівень державного фінансування інноваційного розвитку та недостатність власних коштів підприємств; низька інвестиційна активність вітчизняних, зарубіжних інвесторів; недосконалість податкового законодавства; відсутність мотивації вітчизняних підприємств до впровадження науково-дослідних та дослідно-конструкторських робіт та реалізації їх результатів; послаблення взаємозв'язків науки та виробництва [1, с. 28].

Кризова ситуація в інноваційній сфері української економіки зумовлена насамперед відсутністю інноваційно-інвестиційної моделі ринкової стратегії підприємств в управлінні інноваційною діяльністю. На думку дослідників, головною метою інноваційної стратегії в Україні є запобігання розпаду науково-інноваційної сфери і створення передумов для швидкого та ефективного впровадження технічних та технологічних інновацій у всіх сферах господарської діяльності, забезпечення структурно технологічної передумови на рівні підприємства.

В даний час, в умовах глобалізації та інтенсифікації виробництва, значна увага приділяється проблемам розвитку підприємства, його здатності адекватно реагувати на зміни, що відбуваються в економіці. Стратегію розвитку підприємства можна розглянути як сукупність дій, необхідних для забезпечення розвитку підприємства на основі вибору критеріїв підвищення його інноваційного потенціалу.

Забезпечення розвитку підприємства досягається шляхом ефективного управління основними видами діяльності підприємства. Об'єктивною передумовою наявності резервів у розвитку підприємства служить закон спадної ефективності еволюційного вдосконалення систем, коли технологічні та еволюційні зміни проникають всюди і надалі рух набуває еволюційний характер. Структурними джерелами економічного розвитку служать: розвиток на основі факторів виробництва; на основі інвестицій; на основі інноваційної діяльності.

Стратегічне управління інноваційно-інвестиційною діяльністю підприємства передбачає розробку стратегії, за якою визначаються найдоцільніші способи та шляхи вкладення інвестиційних ресурсів у процес, який спрямований на впровадження науково-технічних розробок з метою освоєння випуску конкурентоспроможної інноваційної продукції та покращення її якості, постійне удосконалення технології виготовлення та зайняття оптимальної ніші підприємством як на внутрішньому так і зовнішньому ринках.

Стратегія – це цілеспрямований план дій з управління об'єктом в довгостроковій перспективі, що має узагальнений характер і заснований на певній концепції, програмах і діях для досягнення поставлених цілей і виконання місії організації [6, с. 16].

Інноваційно-інвестиційна стратегія – це не лише стратегія, що дає змогу отримувати додатковий прибуток, а й спосіб формувати, утримувати та розвивати конкурентні переваги на привабливих ринках. Проте інноваційно-інвестиційна стратегія завжди пов'язана з ризиком повної або часткової втрати вкладених коштів для досягнення поставлених цілей. Тому головне завдання, яке завжди стоїть перед менеджментом організації, – це забезпечення максимального зменшення ризику при рішенні стати на шлях інноваційно-інвестиційного розвитку [5, с. 48].

Складність формування інвестиційної стратегії підприємства полягає в розробці досить великої кількості альтернативних варіантів інвестиційної стратегії і виборі найкращих з них з економічної точки

зору. Всі вони повинні найбільш повно відповідати прийнятим цілям інноваційного розвитку підприємства. У процесі розробки стратегічних напрямів інноваційної діяльності вирішується завдання визначення економічно найбільш доцільного співвідношення різних форм інвестування, яка пов'язана з функціональною спрямованістю діяльності підприємства. Необхідність розробки інноваційно-інвестиційної стратегії обумовлюється тісним функціональним взаємозв'язком інноваційної та інвестиційної діяльності на етапі процесу капіталовкладень в нематеріальні активи.

Інноваційно-інвестиційне стратегічне управління вирішує широкий спектр питань планування та реалізації інноваційних проектів і програм, які розраховані на якісні зміни в діяльності організації на ринку, виробництві або соціальній сфері підприємства. Доцільно зазначити, що будь-які стратегічні кроки організації мають інноваційне спрямування, оскільки вони так чи інакше ґрунтуються на нововведеннях в економічній, виробничій, збутовій чи управлінських сферах. Наприклад, одна із характерних для ринкового господарювання стратегій – продуктова – спрямована на розвиток нових видів продукції та технологій, сфер і методів збуту, тобто базується винятково на інноваціях.

Проте з метою планування інноваційних процесів доцільно стратегію інновацій розглядати в комплексі з інвестиційною. Стратегія нововведень передбачає об'єднання цілей технічної політики капіталовкладень і спрямована на впровадження нових технологій і видів продукції, послуг. У цьому розумінні стратегічне управління інноваціями орієнтується на досягнення майбутніх результатів безпосередньо через інвестиційний процес.

Основою розробки інноваційно-інвестиційної стратегії мають бути стратегічні управлінські рішення, які:

- орієнтовані на майбутнє і на постійні зміни середовища;
- пов'язані із залученням значних матеріальних ресурсів, широким використанням інтелектуального потенціалу;

- характеризуються гнучкістю, здатністю адаптуватися до змін ринкових умов;
- ураховують неконтрольовані організацією зовнішні чинники.

Основними засадами ефективного реалізації зазначеної інвестиційно-інноваційної стратегії, на нашу думку, є такі:

1. Формування інвестиційного блоку цієї стратегії повинно здійснюватися з урахуванням стратегічного завдання переходу економіки країни на інноваційний шлях розвитку, який передбачає, що цикл відтворення кожної одиниці капітальних вкладень має бути носієм нововведень, поліпшувати технології виробництва з метою збільшення їх економічної та соціальної результативності.
2. Об'єктами управлінського впливу при реалізації вимог інноваційного типу відтворення повинні стати інвестиційні програми різного масштабу.
3. Відбір інвестиційних проектів щодо їх включення до інвестиційної програми повинен здійснюватися з позиції їхньої відповідності рівню і результативним можливостям перспективних науково-технологічних інновацій.
4. Слід офіційно визнати інноваційність як вимогу до інвестиційних пріоритетів господарських систем.
5. Застосування додаткових адміністративно-правових стимулів і механізмів повинні здійснюватися для фінансової та організаційної підтримки науково-технічної діяльності.

Інвестиційні та інноваційні процеси слід розглядати не окремо, а у комплексі, що дозволяє стверджувати про необхідність реалізації інвестиційно-інноваційної стратегії забезпечення сталого розвитку, яка складається з двох взаємопов'язаних та взаємовпливаючих блоків: інвестиційного та інноваційного, об'єднаних єдиною системою принципів, методів та механізмів реалізації, критеріїв прийняття управлінських рішень (рис.1) [2, с. 2].

Головні цілі при визначенні стратегії управління інноваційно-інвестиційною діяльністю – запобігти розпаду науково-інноваційної сфери, знайти шляхи забезпечення її незалежності від кризових явищ у суспільстві та впливу на технологічну реконструкцію економіки. Вони повинні забезпечуватися через вирішення таких завдань:

- створення передумов для швидкого та ефективного впровадження технічних новинок у всіх сферах діяльності, забезпечення структурно-технологічної перебудови як на рівні окремих підприємств, так і економіки в цілому;
- збереження і розвиток стратегічного науково-технічного потенціалу в пріоритетних напрямках розвитку;
- створення необхідних та достатніх матеріальних умов для збереження кадрового потенціалу науково-інноваційної сфери, недопущення еміграції висококваліфікованих наукових кадрів.

Розробка стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку передбачає прийняття стратегічних завдань, оцінку можливостей та ресурсів для їх виконання; аналіз альтернатив; підготовку конкретних програм, проектів, бюджетів; оцінку сильних та слабких сторін діяльності суб'єктів зі врахуванням обраних цілей. Аналізується

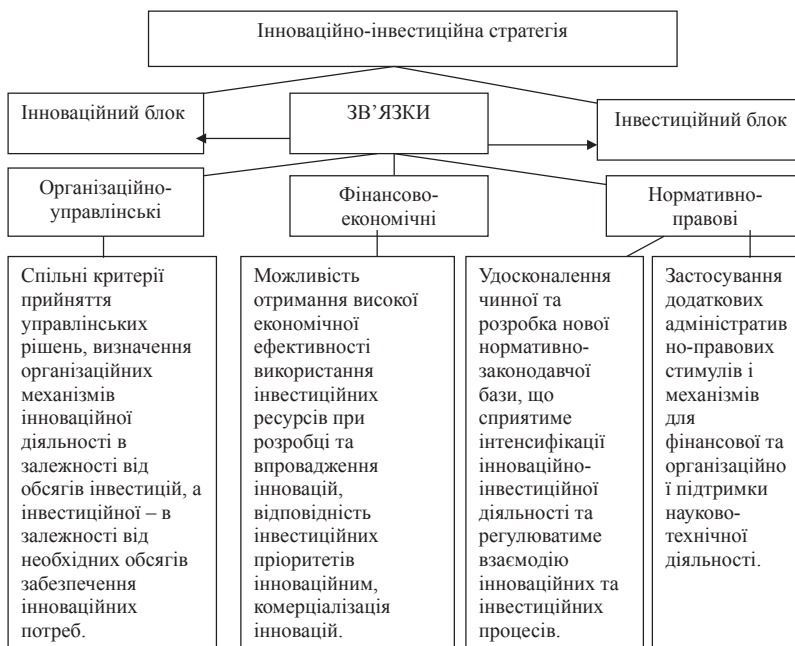


Рис. 1. Формування інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства

стан розвитку науково-інноваційної сфери, види існуючих науково-інноваційних структур, напрями їх діяльності та можливість конкуренції між ними, перспективи розвитку. Обираються фактори, що приймаються за основу для з'ясування інноваційної стратегії.

Виділяють такі стратегії інноваційно-інвестиційного розвитку, як: стратегію наступу, традиційну стратегію, стратегію за нагодою та змішану стратегію. Під час формування стратегії інноваційного розвитку слід обрати метод чи модель формування інноваційної стратегії, який для аналізованого підприємства є найбільш оптимальним. Для цього застосовують SWOT-аналіз.

Слід зазначити, що етапи формування стратегії інноваційного розвитку є взаємозалежними і в комплексі дають змогу обрати правильну стратегію. Вилучення певного етапу може призвести до одержання хибного результату.

Проблеми, які виникають при формуванні інноваційно-інвестиційної стратегії підприємства:

1) недооцінка важливості та пріоритетності інноваційно-інвестиційної стратегії на вітчизняних підприємствах. Це пояснюється тим, що в корпоративному плані стратегія інновацій не має пріоритетного значення. Цю стратегію прийнято ототожнювати з виробничо-господарським, а не корпоративним менеджментом. На більшості підприємств на освоєння інновацій виділяється недостатньо ресурсів, тому ця стратегія продовжує вважатися додатковою і не визначається як основна. З цієї причини потенціал нових технологій використовується не в повному обсязі, що спричиняє технологічне відставання підприємств.

На наш погляд, вирішити цю проблему можна шляхом зарахування до складу корпоративних стратегій інноваційного напрямку розвитку. Переміщення управління освоєнням нових технологій з виробничо-господарського і функціонального рівнів на корпоративний підвищить роль інноваційної діяльності в загальній системі управління підприємством. Це буде сприяти тому, що технологічний розвиток стане загальною стратегічною метою всього господарюючого суб'єкта і вже не буде функціональним завданням окремого виробничо-господарського підрозділу або бізнес-одиниці, що входять до складу конкретного підприємства. Відмітимо, що корпоративне зростання та розвиток може забезпечуватися також і за рахунок збільшення частки компанії на ринку, залучення кваліфікованих фахівців, оптимізація як постійних, так і змінних витрат, підвищення якості обслуговування клієнтів, підняття рівня корпоративної культури, створення згуртованої управлінської команди.

2) неефективність управління інвестиційними ризиками. Це пояснюється тим, що інвестиції в інноваційну діяльність підприємства характеризуються саме підвищеним ризиком у зв'язку з невизначеністю одержання прибутку від її здійснення. Інвестиції в інноваційний розвиток мають довготривалий період окупності, що зумовлено тривалим часом інвести-

ційних процесів, починаючи від фундаментальних і прикладних розробок і закінчуючи впровадженням інновацій на ринку. Все це вимагає від підприємств значних капіталовкладень, особливо на початкових етапах, як найбільш тривалих, так і ризикованих, що не мають ще реальної віддачі.

На наш погляд, одним з найефективніших засобів боротьби з ризиками в інноваційно-інвестиційній діяльності може бути лімітування, яке полягає в обмеженні величини вкладень капіталів в інноваційні проекти. Перевищення ліміту інвестицій в інновації приведе до втрат часу та втрат коштів на реалізацію інноваційної діяльності, що також пов'язане з ризиком. З іншого боку, треба розуміти, що ризик – це не тільки втрати, а й альтернатива одержати додатковий прибуток.

3) в процесі формування та реалізації інвестиційної стратегії не враховується принцип інвестиційного синергізму, який з'являється внаслідок спільного використання потужностей, загальних запасів сировини, переносу досліджень і розробок з одного виробу на інший, загальної технологічної бази, спільної обробки виробів, використання того самого устаткування [3, с. 590].

На наш погляд, врахування цього явища при обґрунтуванні та втіленні в життя інноваційно-інвестиційної стратегії є умовою ефективності інвестицій. При цьому спільне використання виробничих потужностей, єдиних технологій і обладнання, загальних запасів сировини ведуть до суттєвого зменшення витрат у виробничих витратах.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, сучасні проблемні аспекти формування та реалізації інноваційно-інвестиційної стратегії: недооцінка важливості та пріоритетності розглянутої стратегії серед інших стратегічних напрямків розвитку підприємства, неефективність управління інвестиційними ризиками та невраховування принципу інвестиційного синергізму. Також були запропоновані можливі заходи щодо подолання цих недоліків в управлінні інноваційно-інвестиційною діяльністю на вітчизняних підприємствах.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Амоша О. Інноваційний шлях розвитку України: проблеми та рішення / Амоша О. // Економіст. – 2005. – № 6. – С. 28-32.
2. Бондаренко А.Ф., Васильєва Т.А., Грищенко О.С. Інвестиційно-інноваційна стратегія як механізм забезпечення сталого економічного зростання в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.uabs.edu.ua>.
3. Мороз Л.І. Проблеми формування та обґрунтування інвестиційної стратегії інноваційного розвитку підприємства / Мороз Л.І. // Вісник Національного університету «Львівська політехніка»: «Проблеми економіки та управління». – 2008. – № 628. – С. 587-591.
4. Офіційний сайт Державного комітету статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Савчук А.В. Теоретические основы анализа инновационных процессов в промышленности : монография / А.В. Савчук. – Донецк, 2003. – 448 с.
6. Свиридова С.В. Процедура формирования и реализации стратегии инновационного развития предприятия / Свиридова С.В. // Экономика и предпринимательство. – 2011. – № 1. – С. 15-18.

УДК 005.2

Нусінов В.Я.

*доктор економічних наук,
завідувач кафедри обліку, аналізу, аудиту
та адміністрування підприємств гірничо-металургійного комплексу
«Криворізький національний університет»
Криворізький економічний інститут*

Ярова А.Б.

*кандидат економічних наук,
доцент кафедри обліку, аналізу, аудиту
та адміністрування підприємств гірничо-металургійного комплексу
«Криворізький національний університет»
Криворізький економічний інститут*

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК В УКРАЇНІ

Стаття присвячена дослідженню теоретичних засад корпоративної соціальної відповідальності та визначення її значення для конкурентної спроможності підприємств України. У роботі висвітлено необхідність і привабливість корпоративної соціальної відповідальності, її вплив на моральний розвиток підприємства, країни і суспільства. Особлива увага приділена становленню корпоративної соціальної відповідальності як наслідку розвитку бізнес-організацій, набуття соціальної відповідальності статусу важливого соціального інституту.

Ключові слова: корпоративна соціальна відповідальність, організація, бізнес-організація, стейкхолдери, афілійовані особи, корпоративна політика, корпоративне управління, теорії зацікавлених осіб.

Нусинов В.Я., Яровая А.Б. КОРПОРАТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ: СТАНОВЛЕНИЕ И РАЗВИТИЕ В УКРАИНЕ

Статья посвящена исследованию теоретических основ корпоративной социальной ответственности и определения ее значения для конкурентной способности предприятий Украины. В работе освещены необходимость и привлекательность корпоративной социальной ответственности, ее влияние на моральное развитие предприятия, страны и общества. Особое внимание уделено становлению корпоративной социальной ответственности как следствия развития бизнес-организаций, приобретение социальной ответственности статуса важного социального института.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, организация, бизнес-организация, стейкхолдеры, аффилированные лица, корпоративная политика, корпоративное управление, теории заинтересованных лиц.

Nusinov V.J., Yarova A.B. CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY. FORMATION AND DEVELOPMENT IN UKRAINE

The article is dedicated to the investigation of the theoretical foundations of corporate social responsibility and determination of its importance for competitive ability of enterprises in Ukraine. The research highlights the need for and attractiveness of corporate social responsibility and its impact on the moral development of the company, the country and society. Particular attention is paid to the formation of corporate social responsibility as a consequence of the development of business organizations, the acquisition of the status of social responsibility as an important social institution.

Keywords: corporate social responsibility, organization, business organization, stakeholders, affiliates, corporate policy, corporate governance, interested party theory.

Постановка проблеми. Досліджуються теоретичні засади корпоративної соціальної відповідальності у контексті формування та еволюції світової економічної думки у цій царині. Розвиток українського бізнесу, інтеграція України у світову економічну систему ставить перед українськими компаніями нові питання, одне з яких пов'язане з корпоративною соціальною відповідальністю.

Аналіз останніх досліджень. Єдиного підходу щодо визначення поняття «корпоративна соціальна відповідальність» на сьогодні нема. Це пов'язано із значно недавньою появою, поширенням і розвитком цього поняття в економіці окремих підприємств і країн в цілому. Про корпоративну соціальну відповідальність почали говорити через приховані наслідки діяльності окремих підприємств, що, в свою чергу, викликало необхідність брати на себе окремі ініціативи поза рамками своєї діяльності. Перші серйозні спроби теоретичного осмислення сутності, значущості та необхідності започаткування практики соціальної активності припадають на початок ХХ ст., їх системний науковий аналіз розпочався в 1950-х рр. Піонерну роль у науковому опрацюванні цієї проблематики,

в обґрунтованні того, що соціальна відповідальність набуває статусу важливого соціального інституту, відіграв Г. Боуен, який у 1953 р. видав монографію «Соціальна відповідальність бізнесмена».

Постановка завдання. На основі викладеного матеріалу можна сформулювати важливість формування здорової економіки, суспільства та процвітаючої країни за допомогою корпоративної соціальної відповідальності. Соціальна місія сучасного ділового співтовариства України полягає, насамперед, у досягненні сталого розвитку самостійних і відповідальних компаній, яке відповідає довгостроковим інтересам акціонерів і відповідає соціальним цілям суспільства, сприяє досягненню соціального миру, безпеки, благополуччя громадян, збереженню навколишнього середовища, дотримання прав людини.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічною наукою доведено і підтверджується практикою, що для забезпечення стійкого розвитку корпоративна соціальна відповідальність (далі – КСВ) бізнес-організацій має не менше значення, ніж розвинута економічна інфраструктура, політична стабільність або втілення в життя проектів інновацій-

ного розвитку. Не потребує спеціальних доведень твердження, що організація – це не просто економічна цілісність. Сучасна організація є органічною частиною складної, взаємозв'язаної, взаємозалежної сукупності інститутів. Останні справляють значний вплив на організацію, виступаючи в ролі споживачів, постачальників, органів влади, посередників, арбітрів тощо. У цій непростій мережі відносин переплетені економічні, соціальні, екологічні, політичні інтереси, мотиви і прагнення.

Дебати про КСВ почалися в далеких тепер 70-х і 80-х роках, коли громадськість почала дізнаватися про приховані негативні наслідки діяльності компанії. Ми тільки недавно дізналися про міста-привиди, що загинули разом з підприємствами, про катастрофи, спричинені діяльністю виробничих підприємств, річки, в яких не можна купатися, втрачене здоров'я на виробництвах без подальшого соціального захисту.

Єдиного визначення КСВ немає і, певно, не може бути, оскільки йдеться про системний підхід до комплексної проблеми. За одним із визначень, КСВ – це спосіб управління бізнес-процесами з метою забезпечення позитивного впливу на суспільство. За версією Світової Ради Компаній зі Сталого Розвитку, КСВ – це довгострокове зобов'язання компанії поводитися етично та сприяти економічному розвитку, одночасно покращуючи якість життя працівників та їх родин, громади й суспільства загалом. За визначенням Організації Економічної Співпраці та Розвитку (OECD), сталий розвиток передбачає збалансованість економічних, соціальних та екологічних цілей суспільства, інтеграцію їх у взаємовигідні приписи та підходи (policies and practices).

Корпоративна соціальна відповідальність у найбільш загальному, «приземленому», тлумаченні – це раціональний відгук організації на систему суперечливих очікувань зацікавлених сторін (стейкхолдерів), що спрямований на стійкий розвиток компанії; це відповідальність тих, хто приймає бізнес-рішення, перед тими, на кого ці рішення націлені. За своєю суттю корпоративна соціальна відповідальність – це імплементація у корпоративне управління певний тип соціальних зобов'язань (здебільшого добровільних) перед працівниками, партнерами, державою, інститутами громадянського суспільства та суспільством у цілому.

Не залишилися осторонь цього загальносвітового тренду й українські компанії. У найбільш успішних з них розвиток КСВ у цілому узгоджується зі світовою тенденцією поступової інтеграції принципів соціальної відповідальності в корпоративну політику, стратегію зростання соціальних інвестицій, що відповідає інтересам як організацій, так і суб'єктів зовнішнього середовища.

Маємо констатувати, що в останні роки сформувався чіткий, усвідомлений запит з боку бізнесу на вивчення проблематики соціальної відповідальності. Провідні світові компанії активно підтримують проведення багатопланових досліджень у царині соціальної відповідальності, ініціюють обговорення проблематики КСВ на рівні найавторитетніших ділових урядових та міжурядових форумів за участі представників бізнесу, науковців, урядовців, представників інститутів громадянського суспільства.

По мірі збільшення масштабів промислової діяльності коло питань, що належать до сфери соціальної відповідальності бізнесу, поступово розширювався. Так, індустріальний бум кінця XIX століття призвів до посилення конкуренції і зростання робітничого руху, став причиною, що спонукала цілий ряд

компаній піти на пом'якшення умов праці найманих працівників та надання додаткових гарантій діловим партнерам. Це стало предтечею розвитку таких сучасних напрямків КСВ, як відповідальні трудові та ділові практики.

Дуже часто КСВ ототожнюють з доброчинністю або з покращенням ефективності застарілого обладнання. Це – найпоширеніший міф корпоративної відповідальності. Ми говоримо не просто про благодичність, не просто про закриття неефективних «брудних» виробництв, успадкованих від СРСР. Йдеться про сутність компанії, про те, як щоденно вона працює.

Наприклад, можна просто продавати товари, а можна побудувати процес продажу таким чином, щоб навчати споживачів, як використовувати товар для отримання прибутку. Компанія, яка розробляє програмне забезпечення, може безкоштовно вчити молодь програмуванню. З одного боку – люди отримують спеціальність, з іншого, компанія може відібрати найталановитіших програмістів. Окрім прямої допомоги зі збільшення замовності покупців, це допоможе закрити «дірку» в навчальній системі, коли люди старші 40-років мають проблеми з адаптацією до ринкових умов, особливо в сфері зайнятості. Допомога дитячому будинку на Новий Рік – це чудово, але це можна організувати програму стажувань у компанії для школярів із цього дитячого будинку. Те, що ви навчите цих дітей комп'ютерній грамоті під час стажування, дасть їм в житті більше, ніж одноразова фінансова допомога. Проте, про відкидання доброчинності як підходу також не йдеться. Навпаки, доброчинність та соціальна відповідальність компанії тісно пов'язані. Компанії, які займаються доброчинною діяльністю, є більш схильними до розроблення стратегії КСВ, що охоплює бізнес-процеси, всередині компанії. З часом програми благодичності переростають у програми КСВ.

Розрізняють три підходи до розуміння проблем соціальної відповідальності бізнесу й етики управлінських рішень:

Традиційний (вузько-економічний) – сформульований лауреатом Нобелівської премії Мілтоном Фрідменом: оскільки ділові організації повинні служити інтересам своїх власників і тому що менеджери є всього лише найманими службовцями, то їхнє першорядне завдання полягає в тому, щоб вести бізнес відповідно до бажань власників. Звідси потреба, щоб роль бізнесу полягала «у використанні його енергії й ресурсів у діяльності, спрямованої на збільшення прибутку за умови, що він дотримується правил гри... і бере участь у відкритій конкурентній боротьбі, не вдаючись до шахрайства й нечесності». Таким чином, вважається, що організація несе соціальну відповідальність, дотримуючись законів і запропонованих правил ведення бізнесу.

Етичний підхід (з т. з. зацікавлених осіб) – сформульований професором соціології, Пітером Друкером. Сутність цього підходу полягає у визнанні того, що організація в цілому має зобов'язання етичного характеру перед певними групами зацікавлених осіб – стейкхолдерами. У число стейкхолдерів, як правило, включають засновників, менеджерів, акціонерів (власників), постачальників, кредиторів, клієнтів, місцеві співтовариства, профспілки, державні органи регулювання, професійні асоціації й співробітників. Це багатопланове суспільне середовище здатне істотно впливати на досягнення організацією її цілей, тому керівництву організації доводиться врівноважувати внутрішні чисто економічні цілі із соціальними,

етичними й економічними інтересами стейкхолдерів. На практиці цей підхід є найпоширенішим (на розвинених ринках).

Наповнення терміна «stakeholder», або «зацікавлені особи» змінювалося протягом часу. А, отже, змінювалося і коло суб'єктів, які підпадають під вплив економічної та соціальної діяльності компанії за даною теорією. Спочатку це були групи, без підтримки яких організація припинила б своє існування, які включали акціонерів, робітників і службовців, покупців, постачальників, кредиторів і суспільство. Сьогодні ж прийнято вважати, що до «афілійованих осіб» відносяться будь-які група або особа, які піддаються ідентифікації і які можуть вплинути на досягнення цілей організації або на які може вплинути досягнення організації своїх цілей. В цьому розумінні «афілійованими особами» є об'єднані спільними інтересами суспільні групи, урядові організації, профспілки, конкуренти, союзи, а також робітники і службовці, групи покупців, власники акцій та ін. Суть «теорії зацікавлених осіб» полягає у необхідності встановлення цілей фірми шляхом збалансування суперечливих запитів різних «зацікавлених осіб» в даній фірмі.

Соціально-етичний (стверджувальний підхід) – сформувався у 1960-1970-ті роки під впливом філолофсько-етичних поглядів ряду теоретиків: Курта Левина, Едгара Шайна, Генрі Минцберга та ін. Відповідно до цього підходу менеджери й співробітники організації відповідають за збалансування відповідності компанії спільним інтересам: економічним інтересам організації, інтересам стейкхолдерів і глобальним суспільним інтересам. Цей підхід затверджує, що організації повинні нести добровільні зобов'язання перед суспільством і направляти частину своїх ресурсів на його вдосконалювання [3].

Одним з гострих питань стосовно КСВ є питання окупності програм КСВ. Зрозуміло, що теорія КСВ сама по собі передбачає отримання прибутку відповідальними підприємствами. Компанія не може вважатися відповідальною, приносячи збитки своїм власникам. Проте, коли саме принесуть прибуток вкладені ресурси, які компанії роблять у програми, розроблені в рамках стратегії КСВ? Серед найчастіше згадуваних переваг впровадження програм КСВ є: покращення ефективності процесів – під час впровадження програм КСВ компанії виявляють приховані важелі підвищення ефективності, які інакше просто не можливо було побачити. Це особливо стосується технологічних процесів. Наприклад, якщо цілеспрямовано не шукати способів зменшення викидів, технології можуть змінюватись дуже повільно; Підвищення мотивації та продуктивності працівників – оскільки всі працівники компанії водночас є громадянами, споживачами, батьками та мешканцями певного міста, турбота про громаду, про суспільство транслюватиметься в турботу про працівників. Психологічні фактори мотивації до роботи є дуже важливими для будь-якої організації; Зростання вартості нематеріальних активів – підвищення ділової та загальносуспільної репутації компанії, зменшення ризиків від можливої втрати ринків, покращений доступ до нових ринків завдяки кращій репутації, – впровадження активної політики у сфері КСВ становить реальну вигоду для компаній.

Ці фактори додають до конкурентоспроможності компанії, хоча дехто може ставити це під сумнів.

Зрозуміло, що КСВ певним чином вивільняє поле для діяльності конкурентам, які не займають активної соціальної позиції, і прийняття деяких рішень у рамках КСВ потребує неабиякої сили волі й лідерства від керівництва компаній. Класичним прикладом можна вважати відмову багатьох великих міжнародних нафтових компаній працювати в Судані, де уряд проводив політику етнічних чисток в районах нафтовидобутку.

Висновки. Підсумовуючи, можна відмітити, що для того, щоб ефективно визначити програми КСВ, слід не лише знати про традиції доброчинності, потрібно також зважати на особливості середовища, яке існує в Україні. Деякі з таких особливостей: Розвинена система соціального захисту – радянська система економіки залишила у спадок великим підприємствам розвинену соціальну інфраструктуру (дитячі садочки, будинки відпочинку тощо). Крім того, населення звикло до безкоштовної медицини та освіти належного рівня. Також українська економіка значним чином залежить від важких галузей, таких, як металургійна промисловість. Розвиток і важливість КСВ значно залежить від позиції компаній, які працюють у цих галузях економіки. Спадщина комунізму в економіці, довіллі та суспільстві – неефективне розміщення ресурсів, неефективні технологічні та управлінські технології, успадковані від радянського часу і далі несуть шкоду. Психологічний бар'єр між минулим та теперішнім – значна відмінність між поколіннями, складнощі у людей похилого віку до адаптації до сучасних вимог. Національне самовизначення – значне зростання інтересу до національних питань. Сфера інтересів населення звужується до рівня місцевості, інтерес до місцевого національного розвитку. Вищезгадані особливості здатні помітно вплинути на стратегію КСВ.

Ідея корпоративної соціальної відповідальності набула закінченого вигляду декілька десятків років тому, коли на всесвітньому економічному форумі в Давосі Генеральний секретар ООН Кофі Анон звернувся до лідерів найбільших компаній світу із закликом приєднатися до міжнародної ініціативи – Глобального договору – в рамках якого створюються умови для співпраці бізнесу з установами ООН, профспілками, неурядовими організаціями для втілення в життя загальних принципів соціальної рівності та збереження довкілля. Спираючись на перевагу спільних дій, Глобальний договір поставив завдання розвитку принципів соціальної відповідальності бізнесу, забезпечення його участі у вирішенні найбільш гострих проблем глобалізації. Таким чином, приватний бізнес, приєднавшись до договору в співпраці з іншими соціальними партнерами, зможе сприяти реалізації ідеї формування стійкої і відкритої глобальної економіки.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Simon Zadek, John Sabapathy, Helle Dossing, Tracey Swift. Responsible Competitiveness. Corporate Responsibility Clusters in Action. – January 2003
2. Lenssen G., Vorobey V. The Role of Business in Society in Europe. – Habisch, A. (Eds): Corporate Social Responsibility Across Europe. – Springer, 2004.
3. Баранівський В.Ф., Скворцова Т.Г. Етика бізнесу : навчальний посібник. – К. : Видавець ПАЛИВОДА А.В., 2008. – 200 с.

УДК 336.66

Олійник Л.В.

здобувач кафедри міжнародних економічних відносин
Хмельницького національного університету

МЕНЕДЖМЕНТ АКТИВІВ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ В СИСТЕМІ КОНВЕРГЕНЦІЇ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У статті розглядаються проблеми менеджменту активів підприємств машинобудівної галузі та механізм їх вирішення шляхом конвергенції останніх, що, на відміну від існуючих методів, дозволяють шляхом застосування інвестиційно-фінансових, логістичних та збутових інструментів управління товарно-грошовими потоками в якості засобів мобілізації та конвергенції в інституційну систему економіки підвищити їх ефективність.

Ключові слова: менеджмент активів, інституційна система, конвергенція, машинобудівна галузь.

Олейник Л.В. МЕНЕДЖМЕНТ АКТИВОВ ПРЕДПРИЯТИЙ МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОЙ ОТРАСЛИ В СИСТЕМЕ КОНВЕРГЕНЦИИ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассматриваются проблемы менеджмента активов предприятий машиностроительной отрасли и механизм их решения путем конвергенции последних, что, в отличие от существующих методов, позволит путем применения инвестиционно-финансовых, логистических и сбытовых инструментов управления товарно-денежными потоками в качестве средств мобилизации и конвергенции в институциональную систему экономики повысить их эффективность.

Ключевые слова: менеджмент активов, институциональная система, конвергенция, машиностроительная отрасль.

Oliinyk L.V. ASSET MANAGEMENT MACHINE-BUILDING ENTERPRISES CONVERGENCE IN ECONOMIC ACTIVITY

This article discusses the management of assets and machine-building enterprises mechanism to resolve them through convergence of the latter, in contrast to existing methods allow use by investment and finance, logistics and distribution management tools inventory of cash flows as a means of mobilization and convergence in the institutional framework of the economy increase their efficiency.

Keywords: asset management, institutional system, convergence, machine building sector.

Постановка проблеми. Фінансова криза, що почалась у світовому господарстві на початку ХХІ століття, висвітлила хронічні проблеми вітчизняної машинобудівної галузі, що на тлі системної структурної кризи економіки України, призвела до збільшення кількості фінансово неспроможних підприємств. Найбільш суттєвими стали проблеми фінансового стану машинобудування через нерозвиненість інфраструктури внутрішнього ринку; недостатність обігових коштів, недосконалість механізму середньо- та довгострокового кредитування; відсутність реальних джерел фінансування унеможливило реконструкцію та технічне переоснащення підприємств, наслідком чого є незабезпечення виробництва продукції високої якості, освоєння нової конкурентоспроможної техніки; відсутність фінансових механізмів та інструментів, що створюють зацікавленість в інноваціях, а також стимулюють науково-дослідні і дослідно-конструкторські роботи, щоб дало б змогу розширити ринки збуту продукції в регіони Європи; низький рівень інноваційної активності вітчизняних підприємств; залежність вітчизняних підприємств від поставчань вузлів, деталей та комплектуючих виробів з країн СНД, де також домінують кризові тенденції; значний відтік кваліфікованих інженерних кадрів.

Аналіз останніх досліджень. Теоретико-методологічні основи менеджменту активів підприємств розроблені в дослідженнях відомих зарубіжних економістів, серед яких Є. Брігхем, Д. Бланд, А. Гроппеллі, А. Гунзбург, Е. Долан, І. Зелгавіс, А. Кінг, В. Ковальов, Б. Коллас, Т. Кох, Т. Манесс, Г. Марковіц, Д. Нотон, П. Роуз, Дж. Сінкі, Дж. Тейлор, Дж. Тобін, Ф. Лі. Ченг, Д. Хемптон, Д. Хорн, Дж. Фіннері, У. Шарп та ін.

Достатньо великий внесок у дослідження систем менеджменту активами зробили представників вітчизняних наукових шкіл, таких як В. Базилевич, І. Бланк, М. Білик, М. Внукова, О. Гаманкова, Л. Горбач, О. Заруба, С. Осадець, Т. Ротова, Л. Руденко, В. Сугорміна, О. Терещенко, Я. Шумелда,

Є. Рясних, О. Орлов, М. Алексеєнко, З. Васильченко, О. Дзюблук, І. Івасів, А. Кириченко, Т. Майорова, А. Мороз, М. Мирун, Л. Примостка, К. Раєвський, М. Савлук, Н. Шульга, А. Подерьогіна, М. Василік, М. Володькіна, К. Ізмайлова, Г. Кірейцев, М. Коробов, Л. Лігоненко, Р. Слав'юк та ін. В них обґрунтовано засади, підходи та механізми управління активами підприємств в системі конвергенції господарської діяльності. Водночас вплив ринкової кон'юнктури на управління останніми в частині їх мобілізації, залучення та управління залишається малодослідженим та дослідженим лише поверхнево та фрагментарно.

Формулювання цілей статті. Визначення принципів та критеріїв менеджменту активів підприємств на основі завдань мобілізації ресурсів економічної системи та розвитку ринкових інститутів засобами конвергенції господарської діяльності, що, на відміну від існуючих, дозволять підвищити ефективність машинобудівної галузі України.

Виклад основного матеріалу. З огляду на актуальність, проблема менеджменту підприємства як відкритої економічної системи набуває особливої актуальності в умовах динамічного розвитку ринкового середовища, зростаючою ентропією реакції цільових ринків та проблемами стагнації в умовах світової фінансової кризи. Натомість у вітчизняній науковій думці застосовують формальний підхід у визначенні засад управлінської політики, за якої до управлінських структур застосовують універсальне трактування системи як явища. Незважаючи на формалізацію існуючих підходів, проблемним на сучасному етапі залишається відсутність чіткого та повного розуміння впливу оточуючого середовища підприємства на результати його функціонування в умовах нагальних потреб залучення зовнішніх ресурсів в господарську діяльність.

В умовах динамічного економічного відтворення, аналогічно як і на етапі зниження економічної активності, промислові підприємства традиційно

відчувають обмеження ресурсів відтворення господарського потенціалу, розширення чи підтримання економічної активності. За відсутності необхідних ресурсів суб'єкти господарювання логічно спрямовують свої зусилля на ринок відповідних ресурсів, наприклад, залучення інвестицій на фондових ринках, кредитних ресурсів у банківському секторі, основних фондів у лізингових компаній тощо [1, с. 229-230]. Водночас за широкого застосування ринкових інструментів та інститутів постає питання залежності від кон'юнктури фінансових, інвестиційних чи цільових збутових ринків, що ототожнюється зі зростанням відкритості підприємства, яке розглядається як економічна система.

Проблема функціонування підприємства, як відкритої економічної системи за змістовним наповненням зводиться до пошуку оптимальної межі між необхідністю залучити ресурси середовища та ймовірними наслідками – ризиками отримання втрат

від надмірної відкритості за зміни економічної кон'юнктури. Очевидно, такого роду межею є здатність підприємства до самозбереження за умов нарощення його відкритості як системи. На цьому етапі аналізу варто звернутися до базових понятійних категорій, зокрема поняття підприємства як відкритої системи, чи безпосередньо до категорії «відкрита система». Серед найбільш поширених трактувань останньої можна зустріти – «система, яка перебуває в стані постійної взаємодії (обміну) зі своїм навколишнім середовищем» [2].

З точки зору наслідків зростання відкритості системи, з можливих форм взаємодії, серед яких обмін інформацією або матеріальний трансфер, саме останній виступає об'єктом управління. Причина обрання матеріального обміну визначається його роллю і значенням для результатів виробничо-господарської діяльності промислових підприємств та сукупністю взаємопов'язаних підсистем. Водночас за критерієм ефективності, управління матеріальними трансферами може досягнути поставленої мети, як і мати зворотні результати. Досягнення поставленої мети можливе виключно за умов адекватного сприйняття середовища підприємства, через що обмін інформацією виступає інструментом забезпечення ефектів матеріальних трансферів.

Альтернативою відкритій системі виступає замкнута, для якої відсутня взаємодія (обмін). В сучасних умовах неможливо уявити наявність підприємств, що характеризуються як замкнута система. Водночас ступінь відкритості/замкнутості, як критерій перетворюється в безпосередній об'єкт аналізу та оціночний показник наслідків взаємодії з ринковими інститутами.

В межах напрацьованих до цього часу положень слід виділити відмінні риси підприємств як відкритих економічних систем, зокрема (рис. 1):

- адаптивність – спроможність пристосовуватись до динамічних змін оточуючого середовища;
- формування цілей в межах системи;
- здатність протистояти ентропії;
- здатність до варіативної поведінки;
- унікальність поведінки в силу залежності від головного активу поведінки людей;
- змінність та стохастичність параметрів поведінки;
- здатність зберігати результативність та виконувати свою місію;
- інформаційна відкритість;
- обмеження граничних можливостей;
- поліструктурність – взаємне переплетіння, де кожний елемент включений в різні підсистеми з відповідним функціональним навантаженням;
- керованість – допустимість зміни функціонування в межах управлінських дій.



Рис. 1. Місце функціональних підсистем у відкритій економічній системі – машинобудівному підприємстві [3, с. 147-149]

На цьому етапі можна достовірно стверджувати, що організації залежні від навколишнього середовища, зокрема ресурсів і споживачів [4, с. 65]. Адекватна реакція досягається за рахунок інформаційного охоплення змін середовища. Кількість чинників зовнішнього середовища, що доводиться враховувати підприємству постійно зростає [5, с. 116].

Незважаючи на надмірну деталізацію елементів системи, що взаємодіють між собою та виступають областю прояву наслідків її відкритості перед середовищем. Виробнича функція охоплює дії, пов'язані з виготовленням товарів чи наданням послуг, і відіграє роль ядра промислового підприємства. Виробничі цілі досягаються виключно за взаємодії з функціями маркетингу, фінансів та іншими допоміжними функціями. Фінансова підсистема виступає інструментом ресурсного забезпечення реалізації виробничої функції. Зокрема здійснює [6, с. 126-127]:

- підготовку кошторисів, бюджетів, наступного їх коригування;
 - економічний аналіз та оцінку інвестицій в устаткування, виробничі технології;
 - забезпечення необхідними фондами для своєчасного фінансування виробничого процесу.
- Маркетингова функція вступає інструментом досягнення господарських цілей шляхом:
- просуванні промислових продуктів;
 - реклами та ціноутворення;
 - оцінки пріоритетів споживачів;
 - формулювання комерційних завдань дизайнерам та проектувальникам.

Варто зазначити, що система підприємства неоднорідна за структурою, функціональним навантаженням, видами та формами взаємодії між елементами та з зовнішнім середовищем. Найважливіша диференціація формально описується класифікацією економічної системи підприємства (рис. 2). Властивості внутрішніх елементів системи, її взаємодія з зовнішнім середовищем оцінюються за допомогою аналізу типів зв'язків. Серед останніх існуюча практика виділяє функціональні, які, в свою чергу, поділяються на:

- матеріальні (трансфер матеріалів, енергії, результатів виробництва);
- інформаційні (формальні та неформальні потоки обміну інформацією).

В ході управління відкритою економічною системою підприємства завдяки системоутворюючим зв'язкам відбувається виділення об'єкта дослідження з оточуючого середовища.

В умовах цілісної системи вплив на підприємство визначається передусім взаємодією внутрішніх чинників та меншою мірою визначається дією зовнішнього середовища. В свою чергу цілісність виступає ознакою інтегративності, здатності об'єднати елементи системи. На додаток до вищенаведених підходів до менеджменту підприємства як відкритої економічної системи слід згадати про обов'язкову впорядкованість в межах формування організаційних структур. Остання розглядається як сукупність яasnих і кількісних складових елементів системи та спосо-

бів їх взаємодії з метою забезпечення сталого функціонування. Дотримання мети досягається шляхом моніторингу змін між вхідними та вихідними параметрами з цільовою орієнтацією забезпечення рівноваги.

З іншого боку, підприємство як відкрита економічна система функціонує в чітко визначених межах, що виступають межею між чинниками ендогенного та екзогенного впливу, і розвивається виключно за умов їх взаємодії. Зовнішнє середовище включає сукупність зовнішніх для системи об'єктів, які впливають на неї, або на які впливає підприємство. Як наслідок, в ході функціонування реалізується процес адаптації до вхідних та вихідних чинників зовнішнього середовища, що відбувається шляхом узгодження параметрів відкритої економічної систем підприємства з кон'юнктурою економічного розвитку.

Менеджмент підприємства як відкритої економічної системи в умовах конвергенції у ринкові інститути перетворюється на сучасному етапі у пошук оптимальної, економічно обґрунтованої межі залучення ресурсів оточуючого середовища у господарський механізми суб'єкта господарювання. Необхідність застосування ринкових інститутів та інструментів в якості джерела формування господарських ресурсів визначається їх обмеженими обсягами в умовах динамічного економічного зростання, проблемою ви-



Рис. 2. Класифікація економічної системи підприємства (складено на основі: [2; 7, с. 33-35])

мивання активів в період економічної кризи та економічної стагнації.

Результативність управління відкритою економічною системою підприємства визначається його спроможністю дотриматись критерії ефективності такого роду структур, і в першу чергу адаптивності – спроможності адекватно реагувати на зміни ринкової кон'юнктури. Зв'язок господарської системи підприємства з економічним механізмом країни опосередковується традиційними зв'язками через операції купівлі-продажу, кредитування, інвестування, закупівлі сировини та матеріалів, рекрутинг персоналу, так і через досить нові для національної економічної системи інструменти роботи на кредитно-фінансових, збутових та сировинних ринках, про широко представлені в економічних системах передових країн, як лізинг, контокорентний кредит, факторинг та франчайзинг.

Об'єктивно, перераховані інструменти управління активами здатні потенційно розширити доступ до господарських ресурсів, підвищити ефективність їх використання, забезпечити прискорення обігових коштів, диверсифікувати джерела отримання фінансово-інвестиційних ресурсів та реалізувати виробничі

програми в умовах зростання конкуренції та ресурсних потреб. Так, франчайзинг з одного боку виступає засобом досягнення збутових стратегій підприємства шляхом виходу на нові цільові ринки за відсутності необхідних для цього інвестиційних ресурсів. З іншого – отримання доступу до нових технологій, управлінських та збутових рішень за відсутності ресурсів для їх отримання. В першому випадку підприємство виступає в ролі франчайзера, в другому – франчайзі. Очевидно, що статус суб'єкта господарювання визначається його ресурсним забезпеченням, а останній виступає критерієм спроможності та місця у господарській діяльності даного інструменту інтеграції у ринкову інфраструктуру (рис. 3).

В межах існуючої нормативно-правової бази [8, с. 167], франчайзинг слід визначити як систему угод, за якими власник торгової марки, торгового імені чи авторських прав дозволяє іншій фірмі використовувати їх на певних умовах.

Франчайзинг в умовах системної економічної кризи перетворився на чи не єдиний спосіб забезпечення зростання для машинобудівних підприємств. Відсутність фінансових та інвестиційних ресурсів штовхає машинобудівні підприємства до пошуку джерел, що забезпечать вихід з кризи.

В силу складності отримання такого роду джерел у формі банківського кредитування та корпоративних інвестицій підприємства заміщають традиційні джерела шляхом здійснення спільної діяльності з іншими суб'єктами господарювання галузі, що доповнюють окремі функції та закріплюють вертикальну інтеграцію у виробничі та збутові підсистеми.

Інтерпретація традиційних підходів до сучасних проблем машинобудівних підприємств України свідчить, що побудова франчайзингових схем доступу до інвестиційних, фінансових, управлінських та збутових ресурсів забезпечує:

1. Доступ до капіталу для збільшення масштабів діяльності. Капітал надходить до машинобудівного підприємства через внесок, який виплачується за отримання права на франшизу та витрати, пов'язані з відкриттям.

2. Франчайзинг забезпечує економію за рахунок масштабів при виробництві сировини і матеріалів, якими підприємство забезпечує дочірні фірми. Суб'єкт господарювання також може отримати знижки від постачальників здійснюючи великі оптові закупівлі.

Поряд з вказаними перевагами машинобудівним підприємствам за включення у франчайзингові угоди слід врахувати зростання системних ризиків, викликаних відкритістю до тенденцій розвитку ринкового середовища та ефективності господарської діяльності контрагентів.

Інший напрямок підвищення ефективності менеджменту активів підприємств визначається необхідністю прискорити рух обігових коштів. Дієвим ринковим інструментом при-

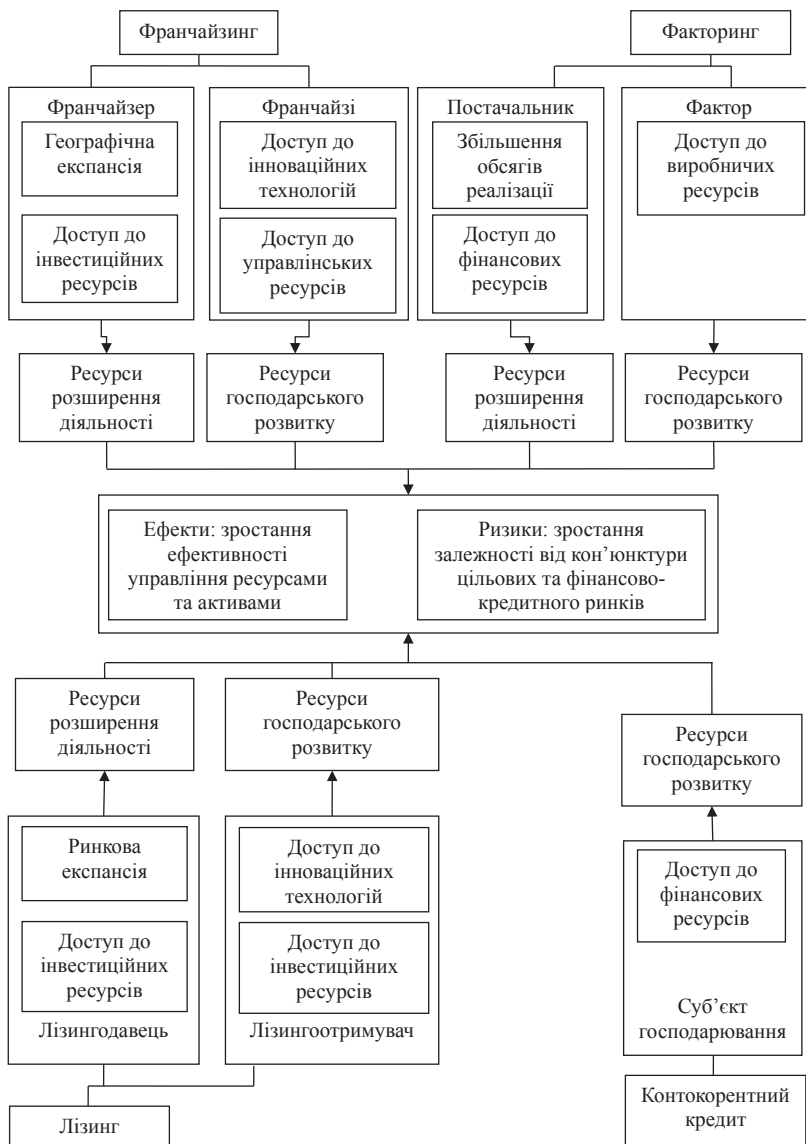


Рис. 3. Інституційні інструменти залучення ресурсів та активів підприємств (формалізовано автором)

скорення обігу грошових коштів виступає факторинг, що являє собою операцію, яка поєднує низку посередницько-комісійних послуг з кредитуванням оборотного капіталу суб'єкта господарювання. Основою факторингу є переуступка першим кредитором прав вимоги боргу третьої особи другому кредитору з попередньою або наступною компенсацією вартості такого боргу першому кредитору [9]. Факторингова компанія купує рахунки-фактури постачальника за відвантаженої продукцію, виконані роботи чи надані послуги.

Аналогічно до франчайзингу факторингові операції вигідні обом учасникам угоди – як постачальнику, так і платнику (фактору). Включення факторингу в систему ресурсного забезпечення постачальником дає йому змогу розширити число потенційних клієнтів, нездатних за звичайних умов оплатити поставку матеріалів, устаткування, комплектуючих, з одночасним уникненням проблем і вимивання обігових коштів, зокрема:

- прискорити надходження грошових коштів за поставленими товарами, роботи, послуги;
- уникнути зростання ризиків сумнівних боргів;
- оптимізувати процес інкасування боргів;
- оперативно отримати від фактора кредит.

В практичній площині факторингові операції забезпечують поліпшення обслуговування та залучення нових клієнтів, збільшення та диверсифікацію джерел доходів. Водночас, попри визначальні для господарської діяльності, менеджменту активів ефекти, включення у даний інституційний механізм господарської діяльності супроводжується прийняттям суб'єктом господарювання високих інституційних ризиків. Останні сприймаються як негативний наслідок включення в даний інструмент менеджменту активів підприємства.

Очевидно, що відкритість підприємства інституційній системі в обох проаналізованих випадках негативною стороною має високу залежність від кон'юнктурних тенденцій фінансово-кредитного ринку в ході здійснення факторингових операцій, цільових збутових ринків в ході здійснення франчайзингових операцій, кредитного та збутових ринків в ході здійснення лізингових операцій та фінансово-кредитного ринку в ході отримання контокорентного кредиту.

По суті, негативне значення для підприємства принципово схоже до функціонування фінансової піраміди, яка забезпечує ефект за не перетинання критичної межі. З цієї точки зору, менеджменту активів підприємства вимагає побудови додаткової підсистеми функціонування в межах недосягнення критичної точки конвергенції в інституційну систему ринку.

Окремий напрямок конвергенції у ринкову інфраструктуру становлять лізингові операції. Промисловий лізинг набуває поширення в усьому світі. Практика розвинених країн свідчить, що лізингові операції переважають при забезпеченні виробничого потенціалу та матеріально-технічної бази підприємства.

Згідно з існуючою нормативною базою, лізинг – це підприємницька діяльність, яка спрямована на інвестування власних і залучених коштів і полягає у наданні лізингодавцем у виключне користування на визначений термін лізингодержувачу майна, що є власністю лізингодавця або набувається ним у власність за дорученням і погодженням із лізингодержувачем періодичних лізингових платежів [10, с. 24].

Об'єктом лізингу виступає нерухоме чи рухоме майно, що належить до основних фондів, зокрема машини, устаткування, транспортні засоби, обчислювальна техніка тощо.

Ресурсна функція лізингу для лізингодержувача полягає в оперативному і гнучкому досягненні виробничих цілей за тимчасового використання, як альтернативи придбання машин та обладнання. Фінансова функція виражається у звільненні від одноразового платежу повної вартості виробничих засобів. Поряд з ресурсним інструментом на основі вказаних функцій, коли підприємство виступає лізингодержувачем, лізинг з точки зору аналізованої проблеми корисний і для постачальника, оскільки розширює коло споживачів на неспроможних до цього, в силу відсутності інвестиційних ресурсів, закупити матеріально-технічні ресурси. Тобто функція збуту забезпечує розширення кола споживачів, завоювання нових ринків, збільшення фінансового потоку.

Лізинг слід розглядати як особливу форму перспективного фінансування, на який прямим та опосередкованим чином здійснює вплив низка зовнішніх та внутрішніх чинників. Серед зовнішніх слід звернути увагу на тенденції у банківському секторі, оскільки саме з його еволюцією у розвинених країнах формується стійкий розвиток лізингу.

З точки зору ефективного менеджменту активів підприємства лізинг забезпечує:

- можливість швидко оновити основні фонди без значних одноразових виплат і на цій основі підвищити конкурентоздатність на ринку;
- усунути неминучі втрати пов'язані з утриманням морально застарілого устаткування;
- уникнути проблеми кредитних гарантій та пошуку застави для отримання банківського кредиту;
- апробацію нового обладнання з метою уникнення ризику придбання устаткування не придатного для технологічного процесу підприємства;
- включення лізингових платежів до поточних витрат і собівартості продукції, товарів, робіт, послуг.

Окремо ефекти від лізингу слід розглядати для підприємства з сезонним виробництвом чи непостійними разовими замовленнями.

Перелічені причини обумовлюють поширення лізингу, який для одних виступає засобом фінансування капіталовкладень в устаткування, транспортні засоби, прилади, для інших каналом збуту. З удосконаленням інституційних систем та фінансових операцій лізинг перетворився на нову форму інвестування, що є альтернативою банківського кредитування. Використання лізингу дає змогу мінімізувати стартовий капітал започаткування господарської діяльності.

Як форму підвищення ефективності менеджменту активів слід розглядати також контокорентний кредит, тобто кредит банку, що надається відповідно до потреб клієнтів. Для отримання кредиту використовується контокорентний рахунок, через який здійснюються платежі та надходження коштів. Оскільки платежі та надходження, як правило, не збігаються у сумі, на рахунку виникає дебетове, або кредитове сальдо. Дебетове сальдо свідчить про нестачу коштів для поточних платежів, які покриваються в межах встановлених контокорентним кредитом лімітів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. Наявність інституційних умов забезпечує можливість підприємству охопити потреби у всіх сферах ефективного менеджменту активів погоджуючись на конвергенцію господарської діяльності у ринкову інфраструктуру, зокрема:

- прискорити надходження обігових засобів з допомогою факторингу;
- розширити охоплення цільових ринків та збільшити масштаби діяльності за рахунок франчайзингу;

- застосувати альтернативу використання інвестиційних ресурсів за рахунок лізингу;
 - покрити нестачу поточних платіжних засобів за рахунок контокорентного кредиту.

Поглиблення залежності від ринкової інфраструктури поряд з позитивами ефективного менеджменту активів несе для підприємства низку системних ризиків, які за погіршення кон'юнктури фінансово-кредитного та збутових цільових ринків обертаються суб'єкту господарювання втратами ресурсів та активів, паралічем господарського механізму та потенційним банкрутством. З іншої сторони сучасний розвиток ринкових інститутів України об'єктивно не сприяє реалізації описаної вище політики залучення ресурсів та активів через що для описаних інструментів необхідна реалізація додаткових підприємницьких зусиль.

На основі результатів дослідження необхідно зробити ряд принципових висновків, що підсумують вищевикладене та дозволять подовжити наукові дослідження методів підвищення ефективності машинобудівної галузі України: по-перше, обмежені можливості залучення активів господарської діяльності підприємств об'єктивно вимагають від них використання світового досвіду в області ефективного управління, зокрема застосування логістично-збутових інструментів та операцій, що прискорюють швидкість обертання обігових засобів, забезпечують залучення ресурсів на правах спільного використання та спільного підприємництва; по-друге, традиційно використовувані в практиці господарської діяльності підприємств України франчайзинг, лізинг, факторинг та контокорентний кредит в силу недостатнього інституційного розвитку ринкового середовища набувають спрощених, примітивних форм, що не дозволяє в повній мірі використати їх потенціал, як інструменту ефективного менеджменту активів; по-третє, застосування проаналізованих операцій в якості засобів менеджменту активів підприємства перетворює їх у відкриту для впливу ринкових чинників управлінську систему, що в умовах структурної кризи економіки, постійних перманентних криз цільових ринків та періодичного повторення фінансово-економічних криз тожожне збільшенню ризиків господарської діяльності.

Виражені застосування інструментів управління активами, на додаток до встановлених переваг порівняно зі звичайною практикою, вимагають формалізації методичного апарату аналізу ефективності застосування,

оцінки потреби в ресурсах, ризиків функціонування машинобудівних підприємств в умовах волатильних ринків та фінансово-економічних криз.

Відхід від традиційних, витратних, методологічних положень спонукав до розробки стратегій управління активами на основі як власних ресурсів, так і ресурсів ринку, що потенційно придатні до використання суб'єктами господарювання, і водночас в межах базових правових понять власності, розпорядження та користування не належать йому. На основі сукупності традиційних та новосформованих підходів суб'єкти господарювання взаємно фінансують один одного через комерційне кредитування, емісію боргових зобов'язань, фінансовий лізинг, застосовують факторинг, франчайзинг тощо.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Олійник Л. В. Управління ресурсами та активами підприємства в системі конвергенції господарської діяльності у ринкову інфраструктуру / Л. В. Олійник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – Хмельницький. – 2010. – № 6. – Т. 3. – С. 228-231.
2. Відкрита система (теорія систем) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://uk.wikipedia.org/wiki/Відкрита_система_\(теорія_систем\)](http://uk.wikipedia.org/wiki/Відкрита_система_(теорія_систем)) (Дата звернення 15.04.2011). Заголовок з екрану.
3. Зачосова, Н. В. Управління системою економічної безпеки фінансових посередників: компанії з управління активами [Текст] : монографія / Н.В. Зачосова. – Черкаси : Вертикаль : Кандич С. Г. [вид.], 2011. – 240 с.
4. Махова Г.В., Мельник О.В. Проблеми управління нематеріальними активами в стратегічних альянсах підприємств [Текст] // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 4, Т. 4. – С. 64-66.
5. Зачосова Н.В. Оцінювання рівня економічної безпеки компаній з управління активами [Текст] // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 7. – С. 111-119.
6. Бланк І.А. Управление активами. – Киев : «Ника-Центр», 2000. – 720 с.
7. Деркач М. М. Влияние институциональных факторов на переходные процессы в Украине / М. М. Деркач // Вісник Харківського державного політехнічного університету. Технічний прогрес і ефективність виробництва. – Вип. 86. – Харків : ХДПУ, 1999. – С. 32-36.
8. Олійник Л.В. Управління ресурсами та активами підприємств на етапі домінування світової фінансової кризи // Вісник Дніпропетровського університету. – 2011. – № 1. – С. 55-60.
9. Балабанов І.Т. Основы финансового менеджмента (как управлять капиталом?). – М. : «Финансы и статистика», 1996. – 384 с.
10. Загородній А. Г. Планування та організація оновлення основних засобів на засадах лізингу : монографія / А. Г. Загородній, Н. Є. Селюченко. – Львів : ЛБІНБУ, 2002. – 143 с.

УДК 658.14.17:005.52:640.43

Омелянчук Т.М.

*аспірант кафедри фінансового аналізу і контролю
Київського національного торговельно-економічного університету*

ПІДХОДИ ДО НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ СУТНОСТІ ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

На основі досліджень сучасних підходів до трактування економічної категорії фінансового стану підприємств виявлено відсутність у сучасній економічній думці чіткого визначення поняття фінансового стану закладу ресторанного господарства. Запропоновано авторську дефініцію фінансового стану підприємств ресторанного господарства.

Ключові слова: систематизація підходів, фінансовий стан, заклади ресторанного господарства, зовнішні і внутрішні джерела інформації підприємства ресторанного господарства.

Омелянчук Т.М. ПОДХОДЫ К НАУЧНОМУ ПОЗНАНИЮ СУЩНОСТИ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ РЕСТОРАННОГО ХОЗЯЙСТВА

На основе исследований современных подходов к трактовке экономической категории финансового состояния предприятий выявлено отсутствие в современной экономической мысли четкого определения понятия финансового состояния заведения ресторанного хозяйства. Предложена авторская дефиниция финансового состояния предприятий ресторанного хозяйства.

Ключевые слова: систематизация подходов, финансовое состояние, заведения ресторанного хозяйства, внешние и внутренние источники информации предприятия ресторанного хозяйства.

Omelianchuk T.M. APPROACHES TO THE SCIENTIFIC KNOWLEDGE OF THE ESSENCE OF A RESTAURANT ENTERPRISE'S FINANCIAL CONDITION

Based on studies of modern approaches to the interpretation of an economic category of a financial situation of enterprises, a lack of clear definition of a financial condition of a restaurant institution in modern economic theory was identified. An author's definition of a financial situation of restaurant enterprises was suggested.

Keywords: systematization of approaches, financial condition, restaurant institutions, external and internal sources of information of restaurant enterprises.

Постановка проблеми. Ресторанне господарство в Україні нині активно розвивається та еволюціонує. Сучасними особливостями функціонування закладів ресторанного господарства в Україні є високий рівень конкуренції, поступове зменшення клієнтури (не лише через відсутність знаменних спортивних або культурних подій, але у більшій мірі через зниження рівня доходів населення, ріст цін на продукти і послуги, якими користуються у процесі своєї виробничо-господарської діяльності ресторанні підприємства, тощо); ускладнення доступу до інвестиційних та кредитних ресурсів, необхідність у впровадженні інновацій та їх висока вартість, плинність кадрів і т. д. Більшість із перерахованих проблем можна вирішити шляхом перманентного моніторингу фінансового стану підприємств ресторанного господарства, що дозволить вчасно ідентифікувати негативні тенденції у роботі закладу та мінімізувати їх можливі негативні наслідки. Першим кроком на шляху до цього повинно стати визначення на науково-теоретичному рівні методологічного інструментарію для оцінки та аудиту фінансового стану суб'єктів сфери ресторанного господарства, і лише на її основі на прикладному рівні фахівцями-практиками може бути розроблено перелік заходів щодо досягнення та підтримки високих значень показників результатів фінансово-господарської діяльності ресторану. В основу методики оцінки фінансового стану закладів ресторанного господарства має бути покладено поняття «фінансовий стан закладу ресторанного господарства» як наукову категорію, здатну надати зацікавленим особам розуміння того, яким саме має бути об'єкт їх дослідницької роботи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження наукових робіт вітчизняних і зарубіжних вчених, що присвячені проблемам функціонування закладів ресторанного господарства, дозволили прийти до висновку, що питання трактування економічної категорії «фінансовий стан»

у ресторанній сфері нині лишається поза увагою наукової спільноти. Так, Ф. Даніалі та О. П. Бутенко визначають загальні тенденції ринку ресторанного господарства України та перспективи його розвитку [1; 2]. Серед них, зокрема, Ф. Даніалі визначає активне входження на ринок ресторанного бізнесу України міжнародних корпоративних мереж, великі перспективи розвитку для національних ресторанних мереж за рахунок неповної насиченості ринку, а також поглинання індивідуальних закладів ресторанного бізнесу [1, с. 33]. Натомість О. П. Бутенко більш песимістично оцінює перспективи ресторанного бізнесу, наголошуючи, що хоча економічна криза в країні розпочалася ще 5 років тому, її вплив на розвиток ресторанного господарства досі відчутний, а високі орендні ставки та фінансові ризики для підприємств ресторанного господарства впливають на їх цінову політику та форму господарювання [2, с. 79]. Отже, підкреслюючи можливості розвитку ресторанного господарства та проблеми, які можуть стати на заваді цьому процесу, автори обходять тему фінансового забезпечення еволюції ресторанних закладів, хоча без фінансових інвестицій вона не видається можливою у сучасному середовищі в Україні.

Інший вектор досліджень обрали для себе Момот В. М. та Науменко М. О. [3-4]. В основі їх наукових пошуків – способи управління якістю на підприємствах ресторанного типу та механізми підвищення її рівня. Автори не встановлюють чіткого зв'язку між якістю послуг ресторану та його фінансовим станом. Проте, на нашу думку, увесь комплекс заходів, який пропонується для підвищення якості послуг підприємства ресторанного господарства в системі ринкових відносин, з одного боку, потребує фінансування для розробки і впровадження, а з іншого – чинитиме вплив на фінансовий стан закладу ресторанного господарства, тому вважаємо, що такий зв'язок існує, і він є досить таки тісним.

Впритул наблизилися до розгляду питання фінансового стану підприємств ресторанного господарства у своїх працях Зеленюк Н.А., Ільченко М. О., П'ятницька Г. [5-8]. Об'єктом їх досліджень виступають доходи і витрати ресторанних підприємств, які розглядаються через призму механізмів обліку, а не як фінансові результати діяльності ресторану. Г. П'ятницька доводить, що інноваційний потенціал розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні безпосередньо залежить від обсягів фінансових коштів, які має підприємство, рівня його фінансової стійкості, його збитковості або прибутковості, тобто його фінансового стану та результатів діяльності. Водночас дослідниця не дає визначення поняття фінансового стану ресторанного господарства, оскільки ця категорія не є пріоритетним об'єктом її досліджень.

У контексті обраної тематики вважаємо за доцільне згадати роботи Яковлева Г. А. Російський вчений у своїй праці «Економіка гостиничного господарства» розглядає різні аспекти та сторони фінансового стану підприємств готельного господарства, зокрема досліджує фінанси ресторанних підприємств, їх основні та оборотні активи, режими оподаткування, собівартість послуг, що надаються, тощо. Тим не менше і у цьому комплексному дослідженні проблем фінансово-господарської діяльності ресторанних підприємств також не знаходимо конкретизації поняття фінансового стану закладу ресторанного господарства [9].

Отже, на разі відсутніми є наукові дослідження, присвячені питанню дефініції фінансового стану підприємств ресторанного бізнесу, і цю прогалину у вітчизняній науковій думці належить негайно заповнити.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Загальною проблемою у сфері наукових досліджень, що стосуються питань становлення, розвитку та функціонування підприємств ресторанного господарства в Україні, наразі є незначна кількість публікацій, що стосуються фінансових аспектів діяльності підприємств досліджуваного виду економічної діяльності. Зокрема, невирішеним та навіть таким питанням, вирішення якого наразі навіть не розпочато, залишається ідентифікація фінансового стану ресторанних підприємств та встановлення інформаційної бази і переліку показників для його оцінки та прогнозування. Наукову новизну дослідження становить авторська дефініція «фінансовий стан закладу ресторанного господарства», введення якої до категоріального апарату фахівців із фінансів, що працюють у сфері ресторанного бізнесу або займаються вирішенням проблем ресторанних господарств на науково-методологічному рівні, дозволить їм глибше усвідомлювати специфіку фінансової діяльності ресторанних закладів.

Постановка мети та завдання. Метою написання статті є розширення методологічного інструментарію дослідження функціонування вітчизняних підприємств ресторанної сфери шляхом введення до наукового лексикону поняття фінансового стану підприємств ресторанного господарства. Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити ряд завдань, зокрема проаналізувати визначення поняття фінансового стану підприємства, які пропонуються вітчизняними та зарубіжними вченими, що займаються дослідженнями фінансових проблем функціонування різних видів суб'єктів господарювання, провести на їх основі систематизацію сучасних підходів до трактування даної економічної категорії, визначити якісні ознаки, які можна вважати у розглянутих дефініціях універсаль-

ними та використати для формулювання визначення фінансового стану закладу ресторанного господарства, а також встановити особливості та характеристики, які повинно мати визначення фінансового стану саме структури ресторанного господарства.

Виклад основного матеріалу дослідження. Існують численні підходи до трактування економічної категорії фінансового стану суб'єктів господарювання різних сфер економічної діяльності. Фінансовий стан будь-якого підприємства характеризує рівень його економічної безпеки, здатність до безперервної ефективної господарської діяльності, визначає здатність до самофінансування або залучення кредитних чи інвестиційних ресурсів, забезпечує конкурентоздатність та подальші перспективи функціонування. Різні вчені дають різні трактування цій складній науковій категорії. Наприклад, О. В. Кіндрат пропонує фінансовим станом підприємства вважати важливу характеристику потенціалу економічної діяльності підприємства при ринковому середовищі, репрезентацію можливостей його економічних ресурсів на ринках капіталу та інвестицій [10]. Головка В. І., Мінченко В. А., Шарманська В. М. вважають, що фінансовий стан підприємства – це одна з найважливіших характеристик результатів діяльності кожного підприємства, що визначається взаємодією всіх складових фінансових відносин підприємства, сукупністю усіх виробничо-господарських факторів [11, с. 74]. О. П. Кавптиш та О. В. Деркач під фінансовим станом розуміють одну з найважливіших характеристик діяльності підприємства, яка у своїй основі містить динамічні, повторювані, часто нерівномірні процеси руху фінансових ресурсів та зазначають, що у найбільш загальному вигляді під фінансовим станом варто розуміти результат взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, який визначається сукупністю виробничо-господарських чинників, а також характеризується системою показників, що відображають наявність, формування, розміщення і використання фінансових ресурсів [12].

Фінансовий стан підприємства – це складна, інтегрована за багатьма показниками характеристика якості його діяльності. У найбільш «концентрованих» формі фінансовий стан підприємства можна визначити як міру забезпеченості підприємства необхідними фінансовими ресурсами і ступінь раціональності їх розміщення для здійснення ефективної господарської діяльності та своєчасного проведення грошових розрахунків за своїми зобов'язаннями [13, с. 12]. Ряд дослідників фінансовий стан підприємства асоціюють з його платоспроможністю або ліквідністю чи фінансовою стійкістю, розуміють під цим поняттям забезпеченість або незабезпеченість підприємства грошовими коштами, характеристику його інвестиційної привабливості, сукупність показників фінансової звітності тощо.

Таким чином, фінансовий стан суб'єкта господарювання – це комплексна економічна категорія, що на конкретний момент часу дає характеристику наявності у суб'єкта господарювання різних видів активів, дає оцінку розмірам його зобов'язань, діагностує рівень здатності суб'єкта господарювання функціонувати та розвиватись у мінливих умовах зовнішнього середовища, виявляє можливість організації задовольняти вимоги кредиторів та контрагентів у поточному та майбутньому періодах, а також міру його інвестиційної привабливості і економічної безпеки.

Для того щоб сформулювати визначення поняття фінансового стану у сфері ресторанного господарства, звернемось до нормативно-правових актів, у яких на-

водиться визначення суб'єктів, що належать до сфери ресторанного бізнесу і мають назву закладів ресторанного господарства.

Для ідентифікації поняття фінансового стану підприємства ресторанного господарства вважаємо за можливе використовувати будь-яке із визначень фінансового стану суб'єкта господарювання, які систематизовані нами за трьома підходами та наведені на рис. 1.

Водночас, визначаючи поняття фінансового стану суб'єктів господарювання, що провадять свою діяльність у сфері ресторанного господарства на науково-прикладному рівні, доцільно буде використовувати термін «фінансовий стан закладу ресторанного господарства» або, на наш погляд, більш широке поняття «фінансовий стан суб'єкта ресторанного господарства».

Для того щоб визначити специфічні характеристики, які має включати досліджуване поняття, необхідно виявити особливості фінансово-господарської діяльності закладів ресторанного господарства. Перш за все розглянемо інформаційні ресурси, на основі яких зацікавлені особи отримують дані про фінансовий стан підприємств ресторанного господарства. Адже у ресторанному господарстві, як і в сфері підприємницької діяльності, використовуються зовнішні і внутрішні джерела інформації, на підставі яких формуються показники інформаційно-забезпечення оцінки фінансового стану.

Зовнішня інформація в ресторанній галузі включає в себе дані про стан та перспективи розвитку галузі, в якій функціонує заклад, умови конкуренції в галузі, ринки збуту, попит на надані ресторани послуги, тощо. Джерелами даної інформації можуть бути: матеріали інформаційних агентств, періодична економічна література, законодавчі акти України, дані із бізнес-планів підприємств, матеріали відділу маркетингу, особисті контакти ресторанів, відомості із мережі Інтернет.

Внутрішня інформація характеризує фінансово-господарську діяльність закладу ресторанного господарства. Даний інформаційний блок включає: ретроспективні дані про історію розвитку суб'єкта господарювання, опис маркетингової та інших стратегій розвитку закладу, відомості про управлінський і обслуговуючий персонал, внутрішню фінансову звітність та іншу інформацію. Джерелами такої інформації є: статутні документи суб'єкта, бізнес-плани, дані відділу маркетингу, фінансова звітність, ліцензії, договори та інші джерела даних.

Таким чином, немає принципової різниці між інформаційними джерелами, що використовуються для діагностики фінансового стану більшості суб'єктів господарювання, та тими, які застосовують у своїй діяльності заклади ресторанного господарства. Що ж до інструментарію, що використовується для оцінки фінансового стану таких закладів, то дослідження

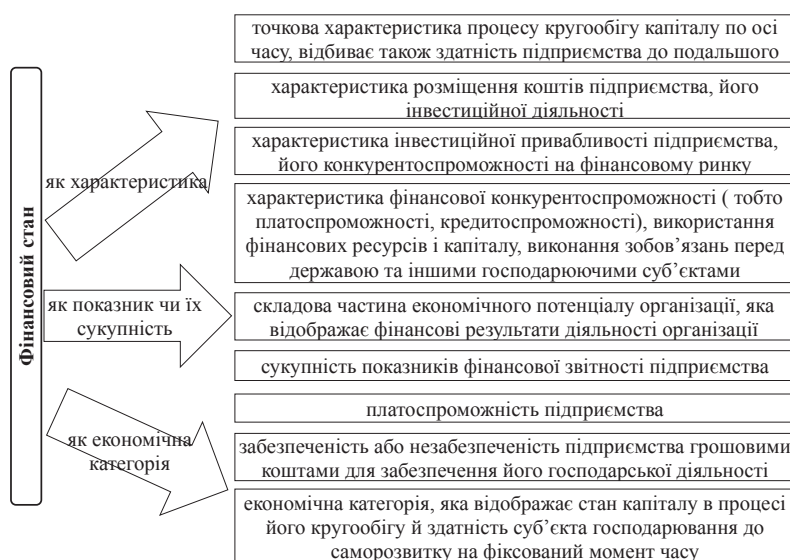


Рис. 1. Систематизація підходів до визначення поняття фінансового стану суб'єктів господарювання

Розроблено автором за даними [3-4, 14]

фінансової звітності численних суб'єктів господарювання ресторанного бізнесу засвідчує, що традиційні методи та прийоми фінансового аналізу у повній мірі використовуються для цієї категорії господарюючих суб'єктів. Таким чином, показниками фінансового стану закладів ресторанного господарства є коефіцієнти ліквідності, рентабельності, фінансової стійкості, інвестиційної привабливості, оборотності, ділової активності. А це означає, що, обравши науковий підхід до визначення фінансового стану суб'єкта як сукупності показників його діяльності, можемо запропонувати таку дефініцію: фінансовий стан закладу ресторанного господарства – це комплекс показників, що характеризують різні аспекти його фінансово-господарської діяльності та надають підсумкову оцінку рівня його конкурентоспроможності, економічної безпеки та перспектив подальшого розвитку.

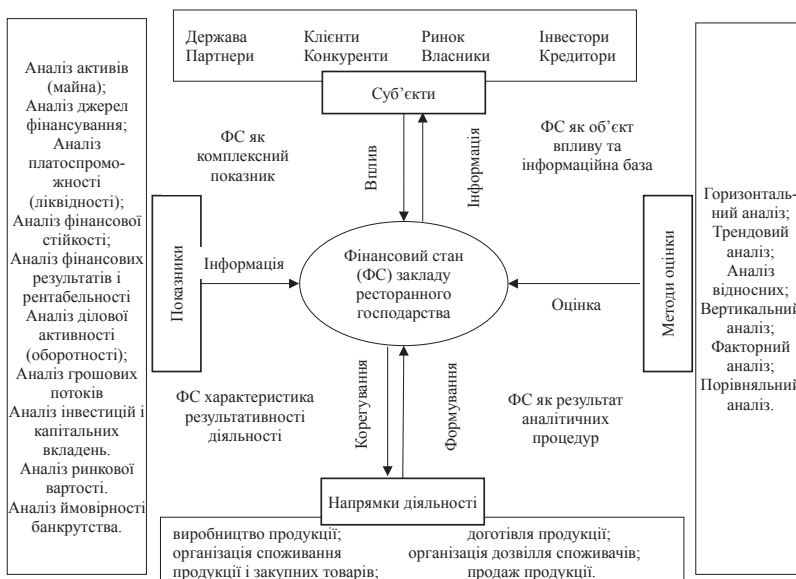


Рис. 2. Характерні риси, притаманні поняттю фінансового стану закладу ресторанного господарства

[Розроблено автором]

Пропоноване визначення має універсальний характер, а тому може використовуватись як для підприємств ресторанного господарства, так і для інших видів економічної діяльності. Проте, його недоліком є те, що воно не відображає специфіку функціонування закладів ресторанного господарства, а отже, не може вважатися кінцевим позитивним результатом ініційованого нами наукового пошуку та досягнення поставленої на його початку мети.

Зважаючи на умови та особливості здійснення господарської діяльності ресторанних закладів в Україні, визначимо місце фінансового стану у системі функціонування підприємств ресторанного господарства, та якісні етичні ознаки, які характеризують це поняття у контексті дослідження ресторанних підприємств (рис. 2).

Спираючись на місце фінансового стану у системі функціонування суб'єктів господарювання ресторанного господарства, враховуючи особливості їх діяльності у сучасних умовах та зважаючи на доробки вітчизняних та зарубіжних вчених у царині розробки категоріального апарату для характеристики фінансових аспектів роботи сучасних підприємств, пропонуємо під поняттям фінансового стану закладу ресторанного господарства вважати комплексний показник оцінки різних напрямків його діяльності, зокрема таких як виробництво або доготівля та продаж продукції; організація споживання продукції власного виробництва і закупних товарів, організація дозвілля клієнтів тощо, що отримується на основі фінансових показників підприємства за допомогою здійснення аналітичних процедур і, у свою чергу, є інформаційною базою для прийняття рішень власників, управлінського персоналу, клієнтів, контрагентів, інвесторів та кредиторів закладу та об'єктом, на який ці рішення у кінцевому підсумку і впливають.

Запропоноване визначення дозволяє визначити фінансовий стан ресторанного закладу як загальну фінансову категорію, що може застосовуватися для всіх без винятку суб'єктів господарювання, але водночас відображає специфічні риси фінансового стану саме закладів ресторанної сфери, а тому має ознаки наукової новизни для дослідників-теоретиків та практичну цінність для фахівців, що працюють у ресторанному господарстві.

Висновки з проведеного дослідження. У сучасній вітчизняній економічній літературі фінансовий стан суб'єкта господарювання трактується з різних позицій, при цьому відсутній єдиний методологічний підхід до його визначення. Незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених проблемі дефініції фінансового стану суб'єктів господарювання в Україні, їх аналіз не виявив жодної дослідницької роботи, яка була б присвячена визначенню поняття фінансового стану закладу, господарська діяльність якого проходить у сфері ресторанного бізнесу. З огляду на це, на основі існуючих термінів та наукових категорій було запропоновано авторське визна-

чення фінансового стану закладу ресторанного господарства. Перспективи подальших розробок у даному напрямку криються у необхідності розширення та уточнення термінологічного апарату, що використовується для характеристики фінансових аспектів роботи сучасних ресторанних підприємств, а також для формування основ методики оцінки фінансового стану закладів ресторанного господарства, що наразі є важливою науково-методологічною та практичною проблемою.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Даніалі Ф. Дослідження загальних тенденцій ринку ресторанного господарства України / Ф. Даніалі // Економіка промисловості. – 2012. – № 3-4. – С. 29-34.
2. Бутенко О. П. Аналіз ринку ресторанного господарства України та перспективи його розвитку / О. П. Бутенко, І. В. Дядюшкіна // Економічний простір. – 2013. – № 74. – С. 73-81.
3. Момот В. М. Способи управління якістю на підприємствах ресторанного типу / В. М. Момот, В. В. Нежурко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2011. – № 3. – С. 71-79.
4. Науменко М. О. Підвищення якості послуг підприємства ресторанного господарства в системі ринкових відносин / М. О. Науменко, Т. В. Гура, В. С. Ковширко // Вісник ЕТП. – 2013. – Вип. 42. – С. 319-322.
5. Зеленюк Н. А. Обліково-аналітичне забезпечення управління доходами на підприємствах у сфері ресторанно-готельного бізнесу / Н. А. Зеленюк // Управління розвитком складних систем. – 2011. – № 5. – С. 103-110.
6. Ільченко М. О. Облікова політика як інструмент організації обліку витрат на підприємствах ресторанного господарства / М. О. Ільченко // Економічні науки. Сер. : Облік і фінанси. – 2013. – Вип. 10(3). – С. 262-268.
7. Ильченко М. А. Калькулирование расходов на предприятиях ресторанного бизнеса: учетный аспект / М. А. Ильченко // Вісник Одеського національного університету. Економіка. – 2013. – Т. 18, Вип. 3(1). – С. 162-165.
8. П'ятницька Г. Інноваційний потенціал розвитку підприємств ресторанного господарства в Україні / Г. П'ятницька, О. Григоренко, В. Найдюк // Товари і ринки. – 2013. – № 2. – С. 29-43.
9. Яковлев Г. А. Экономика гостиничного хозяйства : учебное пособие / Г.Я. Яковлев. – М. : Издательство РДЛ, 2006. – 224 с.
10. Кіндрат О.В. Сутність та зміст поняття «фінансовий стан підприємства» / О.В. Кіндрат // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – Вип. 21.7. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/chem_biol/nvnlut/21_7/207_Kin.pdf.
11. Головка В. І. Фінансово-економічна діяльність підприємства: контроль, аналіз та безпека / В. І. Головка, В. А. Мінченко, В. М. Шарманська – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 446 с.
12. Деркач О. В. Проблеми аналізу фінансового стану підприємств [Електронний ресурс] / О. В. Деркач, О. П. Кавптиш // Ефективна економіка. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1982>.
13. Богацька Н. М. Фінансовий стан підприємства та шляхи його покращення / Н. М. Богацька, О. В. Галюк // «Молодий вчений». – 2013. – № 2(02). – С. 12-16.
14. Про затвердження Правил роботи закладів (підприємств) ресторанного господарства : Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції України від 24.07.2002 № 219 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0680-02>.

УДК 338.512:65.012.7

Остапенко Т.М.*кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри бухгалтерського обліку
Полтавської державної аграрної академії*

АУТСОРСИНГ ЯК ОДНА ІЗ ФОРМ ОРГАНІЗАЦІЇ КОНТРОЛІНГУ ВИТРАТ

Розглянуто аутсорсинг як одну із форм організації контролінгу витрат через: вивчення категорії «аутсорсинг», його учасників, основоположні принципи. Вивчено особливості законодавчого регулювання аутсорсингу в Україні. Наведено головні переваги та недоліків аутсорсингу. На цій основі запропоновано кілька авторських визначень аутсорсингу. Узагальнено ознаки аутсорсингу.

Ключові слова: аутсорсинг, аутсорсер, особа-замовник, особа-виконавець, функції, бізнес-процеси.

Остапенко Т.Н. АУТСОРСИНГ КАК ОДНА ИЗ ФОРМ ОРГАНИЗАЦИИ КОНТРОЛЛИНГА РАСХОДОВ

Рассмотрен аутсорсинг как одна из форм организации контроллинга затрат через: изучение категории «аутсорсинг», его участников, основополагающие принципы. Изучены особенности законодательного регулирования аутсорсинга в Украине. Приведены основные преимущества и недостатки аутсорсинга. На этой основе предложено несколько авторских определений аутсорсинга. Обобщены признаки аутсорсинга.

Ключевые слова: аутсорсинг, аутсорсер, лицо-заказчик, лицо-исполнитель, функции, бизнес-процессы.

Ostapenko T.M. OUTSOURCING AS A FORM OF ORGANIZATION OF COST CONTROLLING

The author considered the outsourcing as a form of organization of cost controlling by examining the concept «outsourcing», determining its participators, concluding its basic principles. The article studied peculiarities of legislative regulation of the outsourcing in Ukraine. The author displayed the main advantages and disadvantages of the outsourcing. Using these researches, the author proposed several self-developed definitions of the outsourcing. The article concludes characteristics of the outsourcing.

Keywords: outsourcing, outsourcer, customer, executor, functions, business-processes.

Постановка проблеми. Зменшення витрат чи їх оптимізація за величиною, складом та структурою спонукають підприємства здійснювати пошук джерел такого налагодження. Серед варіантів – контролінг витрат, який можна організувати за будь-якою його формою: шляхом аутсорсингу, аутстафінгу, зовнішнього контролінгу, самоконтролінгу. Зосередимось на першому з них – аутсорсингу, який за даними маркетингологів використовується в 25 % українських підприємств. Про потребу організації контролінгу витрат у формі аутсорсингу свідчить ще й той історичний факт, що його залучення набуло суттєвого поширення під час економічного спаду, коли використання стратегії «зниження витрат» стало життєво необхідним.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідження науковців з питань провадження системи аутсорсингу бізнес-процесів господарської діяльності підприємств, її розвитку та поширення, узагальнення недоліків та переваг відображені у працях багатьох вітчизняних та російських вчених: О. І. Микало, М. Бортнік, А. О. Сاینчук, О. В. Дідух, Г. О. Партин, О. В. Крупа, А. В. Широкова, Н. М. Проскуріна, К. Ю. Штепа, Л. В. Посохова, Д. М. Рославцев, А. Ю. Бархаєва, І. В. Неуров, Л. С. Скакун, О. Н. Руденко, Е. А. Кудінова, І. Д. Котляров та ін.

Так, О. І. Микало систематизовано підходи до визначення аутсорсингу в сучасній науковій літературі та бізнес-практиці [1]. Г. В. Васильченко [2] також здійснено спробу узагальнення підходів щодо визначення та розкриття сутності поняття «аутсорсинг». Науковцем М. Бортнік [3] запропоновані рекомендації щодо підвищення ефективності діяльності підприємства в контексті застосування аутсорсингу в управлінні. А. О. Сاینчук [4] досліджено основні види, класифікаційні ознаки та форми аутсорсингу, класифіковано проекти, в яких можна використовувати аутсорсинг. О. Н. Руденко та Е. А. Кудінова у роботі «Актуальные вопросы определения аутсорсинга» запропонували новий спосіб класифікації аутсорсингу по функціям менеджменту. Г. О. Партин та О. В. Дідух [5] розглянуто основні види аутсорсингу

та їх застосування в управлінні діяльністю підприємства. О. В. Дідух в окремій праці [6] визначено систему показників оцінки результативності аутсорсингу залежно від видів і етапів його впровадження. О. В. Крупа [7] обґрунтовано механізм організації аутсорсингу допоміжних бізнес-процесів на прикладі підприємств машинобудування. І. Д. Котляров у роботі «Перспективы использования аутсорсинга в сельском хозяйстве» здійснив аналіз практики застосування аутсорсингу в сільському господарстві Росії, показано можливість функціонування агропідприємств в якості аутсорсі.

Відаючи належне значному науковому доробку названих вище вчених, слід підкреслити, що в аналізованих наукових працях відсутній єдинопідлий виклад основних компонентів аутсорсингу: термінології, учасників аутсорсингу, принципів здійснення, різновидів аутсорсингу та ключових їх ознак, законодавства України щодо аутсорсингових послуг, переваг та недоліків здійснення аутсорсингу.

Постановка завдання. Дослідження полягає в розгляді аутсорсингу як однієї з можливих форм організації контролінгу витрат в межах діяльності сільськогосподарських підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. В сільському господарстві важливим є розвиток таких бізнес-процесів, які забезпечують прибутковість. Тобто першочерговим завданням в сільському господарстві є зосередження господарської діяльності підприємств на виробництві затребуваних видів продукції, які забезпечують завоювання конкурентних переваг. Вигідні бізнес-процеси повинні передбачати планування майбутнього врожаю та іншого виходу продукції, бюджетування, розробку технологічних карт, розробку оптимальної структури посівів, дотримання сівозміни (балансування культур та використання добрив), облікове відображення збору врожаю, узагальнення в звітності, проведення аналізу беззбиткового обсягу діяльності тощо.

Для сільськогосподарських підприємств неправильний підхід до цих та інших процесів призводить

до необґрунтованих витрат та невикористаних витрат ресурсного потенціалу. У зв'язку із зазначеним перед аграрними формуваннями різного типу, на нашу думку, назріли передумови для розвитку аутсорсингу. Звісно, виділяють різні передумови використання аутсорсингу, це не лише створення й утримання підприємством конкурентних переваг, а і необхідність підвищення якості обслуговування певних функцій підприємства, а також потреба зменшення витрат, недопущення перевитрат – потреба економії витрати.

Головним джерелом економії витрат за допомогою аутсорсингу є підвищення ефективності підприємства в цілому і поява можливості звільнити відповідні організаційні, фінансові та людські ресурси, щоб розвивати нові напрямки, або сконцентрувати зусилля на існуючих, що вимагають підвищеної уваги [8].

Вікісловник пропонує аутсорсинг ідентифікувати як передачу організацією, на підставі договору, певних бізнес-процесів або виробничих функцій на обслуговування іншої компанії, що спеціалізується у відповідній області. На аутсорсинг передаються зазвичай функції по професійній підтримці безперебійної працездатності окремих систем і інфраструктури на основі тривалого договору (не менше одного року). З чого слідує, що серед ознак аутсорсингу перебуває, в першу чергу, договір на його основа, на підставі якої, відбувається делегування спеціалізованих функцій (обов'язків) щодо реалізації нею управлінських, операційних (постачання, виробництво, реалізація і т. і.), підтримуючих (облік, кадрове забезпечення, маркетингові дослідження, програмне забезпечення і т. і.) бізнес-процесів. Також, серед ознак аутсорсингу перебуває довготривале виконання таких функцій (рік і більше).

Взагалі, термін «аутсорсинг» походить від англійського вислову *outer-source-using*, що означає використання зовнішнього джерела, ресурсу. З чого слідує, що *аутсорсинг* – це спосіб використання ресурсного потенціалу та можливостей сторонньої спеціалізованої компанії для досягнення певних цілей.

Глосарій Методичних вказівок з інспектування банків «Система оцінки ризиків» (схвалених Постановою Правління НБУ від 15.03.2004 р. № 104) термін «аутсорсинг» вживає в такому значенні: *аутсорсинг – виконання певних функцій і робіт, які традиційно вважаються «внутрішніми» і виконуються штатними працівниками, шляхом залучення зовнішніх незалежних сторін на договірній основі* [9]. Аутсорсинг банками використовується для оптимізації витрат і процесів.

Наукова література містить різні визначення аутсорсингу, що підтверджено наведеною таблицею (табл. 1).

Фактично наведені різними авторами трактування аутсорсингу говорять про те, що відбувається обслуговування зовнішнім підприємством (аутсорсером) діяльності особи-замовника, яке гарантує якість й ефективності такого виконання на основі кваліфікованого та досвідченого в певній галузі персоналу. Для більш точного відображення сутності процесу аутсорсингу пропонуємо у визначенні «аутсорсинг» виділити головних учасників даного обслуговування («людський фактор»), що більшою мірою розкриє сутність аутсорсингу: *аутсорсинг – це спосіб постачання тимчасового персоналу, який на відповідній основі шляхом посередництва аутсорсера з кваліфікованим мобільним персоналом здійснює надання послуг іншим особам – забезпечує функціонування бізнес-процесів окремого підприємства*. Тож,

Таблиця 1

Трактування аутсорсингу в науковій літературі

Трактування категорії «аутсорсинг»	Автор
Передача частини функцій з обслуговування діяльності підприємства сторонньому підряднику чи постачальнику за умови гарантування ними відповідного рівня якості та ефективності їх виконання на основі трансформації чи оновлення бізнес-процесів і технологій та з можливістю переходу частини персоналу підприємства до аутсорсера	А. Г. Загородній, Г. О. Партина [10, с. 95]
Передача на договірній основі непрофільних функцій іншим організаціям, які спеціалізуються в конкретній галузі та володіють відповідним досвідом, знаннями, технічними засобами. Це стратегія управління, яка дозволяє оптимізувати функціонування організації за рахунок зосередження діяльності на головному напрямку	О. Єрмошина [11]
Послуги зовнішнього виконавця-спеціалізованої фірми для здійснення нею певної діяльності на користь організації-замовника, тобто виконання функцій, непрофільних для компанії-замовника	Ю.Н. Болдирев [12]
Передача на сторону бізнес-процесу, який представляє собою комплекс різних взаємопов'язаних дій людей та обладнання на підприємстві, що перетворюють різні види ресурсів на вихідні результати (товари, послуги, інформація і т.д.) для іншої людини, процесу або підприємства	Є. П. Морозова, О. М. Качан [13, с. 217]
Аутсорсинг – це інструмент досягнення конкурентних переваг, пов'язаних не лише зі зниженням собівартості продукції, а, в першу чергу, з необхідністю сконцентрувати увагу на основній діяльності – ядрі бізнесу	О. І. Микало [1, с. 114]
Аутсорсинг – це обумовлене договором використання матеріальних засобів, майна та знань третьої особи з гарантованим рівнем якості, гнучкості надання послуг, які раніше виконувалися за рахунок внутрішніх сил компанії з можливим переходом наявного персоналу до постачальника послуг та оновленням процесів або технологій, що підтримують бізнес.	О. В. Дідух [6, с. 82; 14, с. 173]
Аутсорсинг – це інструмент управління підприємством, спрямований на підвищення ефективності та конкурентоспроможності діяльності, який передбачає укладання контракту між замовником і постачальником (аутсорсером) з метою виконання останнім як основних, так і другорядних бізнес-функцій замовника за певну плату, що зумовлює реорганізацію і оптимізацію підприємницької діяльності, а в окремих випадках тимчасове залучення персоналу	
Аутсорсинг – досить ефективний спосіб скорочення витрат компанії з будь-якої сфери бізнесу, перерозподілу ресурсів, підвищення якості товарів (робіт, послуг) вироблених нею, підвищення ефективності систем управління якістю на підприємстві	З. З. Петрачкова [15, с. 406]
Аутсорсинг – це процес виведення традиційних для підприємства функцій (найчастіше допоміжних) за межі підприємства. Аутсорсинг – це спосіб оптимізації діяльності підприємства за рахунок концентрації зусиль на основному предметі діяльності й передачі непрофільних функцій і корпоративних ролей зовнішнім спеціалізованим підприємствам	Л. О. Лігоненко, Ю. Ю. Фролова [16, с. 117]

аутсорсингу властиве вивільнення окремих функцій діяльності особи-замовника та підвищення якості переданого на аутсорсинг бізнес-процесу при одночасному зниженні витрат. Остання ознака аутсорсингу (зниження витрат) нині повністю підтверджується в умовах України.

Викликає сумнів правильність трактування аутсорсингу як «виконання функцій, непрофільних для компанії-замовника», оскільки більшість із делегованих функцій приносять прибуток компанії-замовнику (реалізація, маркетингове обслуговування), або у інший спосіб забезпечують вигоди (виробництво, кадрове забезпечення, інформаційне обслуговування, облікове обслуговування), беруть пряму чи опосередковану участь у досягненні стратегічної мети діяльності підприємства, тобто, в цілому, є життєво необхідними для замовника таких послуг. Цілком очевидно, що аутсорсеру можуть бути передані будь-які функції компанії-замовника (профільні, непрофільні), які нею власними силами не виконуються, передусім, з метою скорочення витрат або з метою зосередження на інших функціях. Це підтверджується численною предметною областю аутсорсингу, яка включає: клірингові послуги (прибирання офісних, складських, виробничих приміщень та прилеглих територій), складські послуги, дезінфекція на шкідливих виробництвах, вивезення побутових та промислових відходів, технічне обслуговування та ремонт вантажного, легкового автотранспорту, МТП, обслуговування комп'ютерів (ремонт ноутбуків, ПК, серверів, навчання та консультація персоналу підприємства, встановлення, налаштування та внесення змін в «1С: Бухгалтерія», розробка, встановлення, налаштування програмного забезпечення, налаштування локальних мереж, Wi-Fi, Internet, e-mail, заправка картриджів), організацію харчування працівників, кадрове діловодство, охорона праці та охорона приміщень, податковий, бухгалтерський та управлінський облік, аудит, управління персоналом, юридичний супровід бізнесу, піар-послуги та реклама, транспортні послуги, перекладацькі послуги, придбання обладнання, матеріалів, виробництво продукції або ряду її складових, та інше обслуговування процесів.

Термінологія даної сфери обслуговування в Україні не має достатнього законодавчого закріплення, що породжує ідентифікацію учасників аутсорсингу як провайдерів, зовнішніх спеціалізованих компаній, виконавців, постачальників, контрагентів, аутсорсерів, підрядників, субпідрядників, операторів (з позиції виконавця), а з позиції замовника – як аутсорсі, клієнтів, замовників. Аутсорсі та аутсорсер є англійською термінологією, що активно вживається вітчизняними науковцями та в практиці аутсорсингу. Тобто фактично, сторонами аутсорсингу, які при цьому вступають у взаємовідносини за фактом надання/споживання аутсорсингових послуг є:

1) замовник (фізична чи юридична особа, яка делегує частину своїх функцій контрагенту – зовнішній незалежній стороні);

2) виконавець (аутсорсер – зовнішня незалежна сторона – фізична чи юридична особа, яка на платній основі бере на себе зобов'язання щодо виконання покладених на неї функцій, що передаються замовником).

Здійснення аутсорсингу відбувається з дотриманням принципів, до яких відносять такі: інтегрованості, гнучкості, контрольованості, інформаційності, ефективності, інноваційності, послідовності, своєчасності, відкритості, плановості [7, с. 33-34], якості, компетентності, модернізації, відповідальності, платності, достовірності тощо.

Механізм реалізації аутсорсингу нині виділяє різні його форми та види, які різняться за формою взаємовідносин, за регулюванням праці, за кількістю виконавців, за країною базування компанії-постачальника послуг, за постачальниками послуг (за формою організації), за напрямками вирішуваних завдань, за формами, за місцем в бізнес-системі, за об'ємом виконуваних функцій (повноважень), за ознакою основного ресурсу аутсорсера, залежно від сфери діяльності тощо [17, с. 409-410; 3, с. 44-45; 6, с. 85-86; 5, с. 637-638; 4, с. 52, 54; 18, с. 23]. Існуючий перелік класифікаційних ознак аутсорсингу пропонуємо доповнити ще однією: за статусом замовників аутсорсингових послуг (аутсорсинг фізичних осіб, аутсорсинг юридичних осіб).

Розповсюдження аутсорсингових послуг в Україні змушує дотримання законодавчих норм. Законодавче регулювання аутсорсингу відбувається у такий спосіб:

1. По відношенню до особи-замовника діють обмеження (встановлені Законом України «Про зайнятість населення» від 05.07.2012 р. № 5067-VI (набрав чинності з 1 січня 2013 р.).

2. По відношенню до особи-виконавця (аутсорсингової компанії) встановлено вимоги «запізнюючого» законодавства (згідно з Порядком видачі дозволу на наймання працівників для подальшого виконання ними роботи в Україні в іншого роботодавця, який 20 травня 2013 р. був затверджений Кабінетом Міністрів України, не є чинним).

Законодавчі обмеження щодо аутсорсингових послуг поширюються на споживачів аутсорсингових послуг (роботодавців) – осіб-замовників, та полягають у наступному:

- коли у роботодавця протягом року здійснено скорочення чисельності (штату) працюючих;
- коли роботодавцем не дотримано нормативу чисельності працівників основних професій, задіяних у технологічних процесах основного виробництва;
- коли роботодавцем передбачається виконання робіт у шкідливих, небезпечних та важких умовах праці, а також робіт за основними професіями технологічного процесу основного виробництва (визначено п. 3. ч. 5 ст. 50 Закону України № 5067-VI).

Вимоги щодо надання аутсорсингових послуг поширюються на осіб-виконавців послуг (аутсорсингової компанії – особи, які наймають працівників для подальшого виконання ними роботи в іншого роботодавця), та полягають у наступному:

1. Отримання дозволу (він здійснюється безоплатно). Процедура видачі дозволу полягає у:

- поданні особою чи надсиланні рекомендованим листом з описом вкладення до центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері зайнятості населення та трудової міграції заяви за формою, затвердженою постановою Кабінету Міністрів України від 7 грудня 2005 р. № 1176 «Про затвердження форми заяви на одержання суб'єктом господарювання або уповноваженою ним особою документів дозвільного характеру», до якої додаються наступні документи (п. 6 Порядку):

1) для юридичної особи – засвідчена в установленому порядку копія установчого документу; для фізичної особи – підприємця – довідка про реєстраційний номер облікової картки платника податків;

2) проект трудового договору з положеннями щодо можливостей виконання працівником роботи у (або) на користь замовника персоналу, та розміром заробітної плати (не нижчим мінімальною заробітної плати, встановленої Законом України «Про держбюджет на поточний рік») (табл. 2);

Таблиця 2

**Розмір мінімальної заробітної плати
(згідно Закону України № 719-VII
«Про держбюджет на 2014 рік»)**

Розмір мінімальної заробітної плати	Термін дії
1218 грн	Січень – червень
1250 грн	Вересень – вересень
1301 грн	Жовтень – грудень

3) копії документів, що підтверджують повноваження особи, що підписала заяву;

- реєстрація заяви і документів, що додаються до неї, в журналі, встановленої форми Державною службою зайнятості України;

- видача дозволу протягом періоду не більше ніж 10 робочих днів з дати реєстрації заяви (оформлюється наказом).

За здійснення діяльності без дозволу передбачено накладання штрафу у 20-кратному розмірі мінімальної заробітної плати, встановленої на момент виявлення порушення (табл. 3). Сплата штрафу зараховується до держбюджету.

Загальна модель законодавчого регулювання аутсорсингових послуг в Україні представлена на рис. 1.

Основними перевагами аутсорсингу для особи-замовника є: вирішення проблемних питань бізнесу; використання професійної майстерності штатних працівників на більш важливих ділянках діяльності підприємства; значно вища якість послуг, які надаються аутсорсинговими компаніями; оплата проводиться за обсяг виконаної роботи (надані послуги) – реалізується неформальна зайнятість; зменшення витрат, пов'язаних із сплатою зарплати, із здійсненням соціальних та податкових виплат, утримання офісу, із транспортуванням та зберіганням активів, обслуговуванням ІТ-системи, утримання транспорту, управління тощо; підвищення якості та ефективності виконання окремих бізнес-процесів.

Основними недоліками (ризиками застосування) аутсорсингу для особи-замовника є: втрата контролю над якістю виконання делегованих завдань (функцій); передача конфіденційної інформації про підприємство, яка міститься в договорах, та інших документах, що складені в діяльності юридичної особи; банкрутство аутсорсера.

Звісно, цих недоліків можна позбутися, уклавши детально опрацьований договір.

Висновки з проведеного дослідження. Аутсорсинг – це форма організації діяльності підприємства; інструмент управління витратами; один із варіантів вирішення бізнес-завдань. З одного боку, це спосіб використання ресурсного потенціалу аутсорсингової компанії, а з іншого – це спосіб постачання тимчасового персоналу на відплатній основі, що, в цілому, забезпечує задоволення інтересів споживачів та виконавців аутсорсингових послуг. Основною вигодою для особи-замовника аутсорсингових послуг являється вивільнення ресурсів, звільнення від виконання окремих функцій чи процесів та скорочення витрат. Серед ознак аутсорсингу: договірна основа, довготривале виконання делегованих функцій чи бізнес-про-

Таблиця 3

**Розмір фінансової санкції за здійснення особою –
виконавцем діяльності з наймання працівників без
дозволу (в 2014 р.)**

Дата виявлення порушення	Розмір мінімальної заробітної плати, діючий в 2014 р.	Розрахунок розміру штрафу	Розмір штрафу (двадцятикратний), грн
Січень – червень	1218 грн	1218 грн x 20	24360
Вересень – вересень	1250 грн	1250 грн x 20	25000
Жовтень – грудень	1301 грн	1301 грн x 20	26020

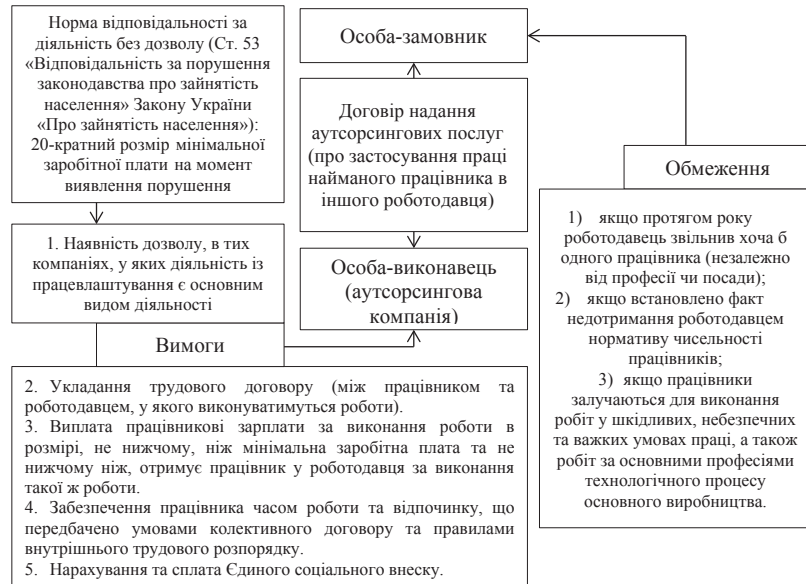


Рис. 1. Основні моменти регулювання аутсорсингових послуг в Україні

цесів, вивільнення окремих функцій чи бізнес-процесів діяльності особи-замовника та підвищення їх якості, забезпечення зниження витрат.

Розуміння механізму аутсорсингу та його переваг, на нашу думку, може бути провокуючим фактором його широкого розповсюдження в господарській діяльності підприємств сільськогосподарства.

У ході подальших досліджень необхідно визначити сутність та особливості такої можливої форми організації контролінгу витрат, як аутстафінг.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Микало О. І. Підходи до визначення терміна «аутсорсинг» / О. І. Микало // Економічний вісник Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут». – 2010. – № 22. – С. 111-115.
2. Васильченко Г. В. Аутсорсинг як елемент взаємозв'язку між суб'єктами господарювання реального та фінансового секторів економіки / Г. В. Васильченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.fkd.org.ua/pdf/2011_2/19.pdf.
3. Бортнік А. М. Сучасні підходи підвищення ефективності діяльності підприємств / А. М. Бортнік // Вісник Криворізького економічного інституту КНЕУ. – 2010. – № 4. – С. 43-46.
4. Саїнчук А. О. Аутсорсинг: види, класифікаційні ознаки та форми. Класифікація аутсорсингових проектів [Електронний ресурс] / А. О. Саїнчук. – Режим доступу : http://www.urss.knuba.edu.ua/files/zbirnyk-13/50-57_red.pdf.
5. Партин Г. О. Основні види аутсорсингу та їх застосування в управлінні діяльністю підприємства / Г. О. Партин, О. В. Дідух // Сучасні проблеми економіки і менеджменту : тези до-

- повідей міжнародної науково-практичної конференції, Львів, 10-12 лист. 2011 р., присвяченої 45-річчю Інституту економіки і менеджменту та 20-річчю Інституту післядипломної освіти Національного університету «Львівська політехніка» / Національний університет «Львівська політехніка». – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2011. – С. 637-638.
6. Дідух О. В. Аналіз ефективності використання аутсорсингу у господарській діяльності підприємств / О. В. Дідух // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку: спец. випуск Інституту підприємництва та перспективних технологій. – 2012. – № 739. – С. 82-87.
 7. Крупа О. В. Обґрунтування механізму організації аутсорсингу допоміжних бізнес-процесів підприємств машинобудування / О. В. Крупа // Вісник ДонНУЕТ. – 2013. – № 3(59). – С. 30-37.
 8. Вікісловник «Вікіпедія» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Аутсорсинг>.
 9. Методичні вказівки з інспектування банків «Система оцінки ризиків», схвалені Постановою Правління Національного банку України від 15 бер. 2004 р. № 104 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/v0104500-04>.
 10. Загородній А. Г. Аутсорсинг та його вплив на витрати підприємства / А. Г. Загородній, Г. О. Партин // Фінанси України. – 2009. – № 9(166). – С. 87-97.
 11. Ермошина Е. А. Аутсорсинг [Електронний ресурс] / Е. А. Ермошина. – Режим доступу : <http://audit-it.ru/account5/audar29.php>.
 12. Болдырев Ю. Н. Аутсорсинг и аутстаффинг в предпринимательской деятельности [Электронный ресурс] / Ю. Н. Болдырев // Торговая газета. – 2007. – № 79-80(422-423). – Режим доступа : http://www.businesspress.ru/newspaper/article_mld_21962_aid_432945.html.
 13. Морозова Е. П. Особенности использования аутсорсинга с целью повышения экономической безопасности предприятия / Е. П. Морозова, О. М. Качан // Научно-технический сборник «Коммунальное хозяйство городов». – 2012. – № 104. – С. 216-220.
 14. Дідух О. В. Сутність аутсорсингу та перспективи його застосування в Україні / О. В. Дідух // Економічний простір. – 2011. – № 54. – С. 173-182.
 15. Петрачкова З. З. Некоторые проблемы применения аутсорсинга туристскими организациями / З. З. Петрачкова // Материалы XIII Международной научно-практической конференции «Туризм и сервис: подготовка кадров, проблемы и перспективы развития», г. Москва, 28.10.2011 г. – С. 405-409.
 16. Лігоненко Л. О. Аутсорсинг як інструмент оптимізації та підвищення ефективності бізнесу / Л. О. Лігоненко, Ю. Ю. Фролова // Менеджмент. – 2005. – № 6(48). – С. 115-125.
 17. Александрова С. А. Аутсорсинг: перспективы застосування на підприємствах туристської індустрії / С. А. Александрова // Научно-технический сборник «Коммунальное хозяйство городов». – 2011. – № 98. – С. 408-413.
 18. Микало О. І. Аналіз та класифікація форм аутсорсингу / О. І. Микало // Економічний простір. – 2010. – № 37. – С. 216-222.

УДК 330.341.1: 338.47

Парубець О.М.
кандидат економічних наук,
доцент, докторант кафедри економіки
Національного авіаційного університету

РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВ ТРАНСПОРТУ ЯК ФАКТОР ПРИСКОРЕННЯ ЇХ МЕРЕЖЕВОЇ ВЗАЄМОДІЇ

У статті досліджено стан ресурсного потенціалу транспортних підприємств, основні проблеми його формування і використання. Виявлено ресурсні можливості прискорення мережової взаємодії суб'єктів транспортної діяльності. Конкретизовано теоретичний інструментарій стосовно сумісного використання мережових ресурсів підприємствами різних видів транспорту.

Ключові слова: підприємства транспорту, ресурсний потенціал, мережова взаємодія, доходи, витрати, прибуток.

Parubets O.M. РЕСУРСНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПРІДПРИЯТИЙ ТРАНСПОРТА КАК ФАКТОР УСКОРЕНИЯ ИХ СЕТЕВОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

В статье исследовано состояние ресурсного потенциала транспортных предприятий, основные проблемы его формирования и использования. Выявлены ресурсные возможности ускорения сетевого взаимодействия субъектов транспортной деятельности. Конкретизирован теоретический инструментарий относительно совместного использования сетевых ресурсов.

Ключевые слова: предприятия транспорта, ресурсный потенциал, сетевое взаимодействие, доходы, расходы, прибыль.

Parubets O.M. RESOURCE POTENTIAL OF TRANSPORT COMPANIES AS A FACTOR OF ACCELERATION OF NETWORKING

The state of the resource potential of the transport industry, the main problems of its formation and use in the article investigated. Resource capabilities accelerate networking subjects transport activity were identified. Theoretical instruments regarding sharing of network resources been concretized.

Keywords: transport enterprises, resource potential, networking, income, expenses, profit.

Постановка проблеми. Підписана угода про політичну асоціацію України й ЄС розширила можливості виходу національних товаровиробників на європейський ринок. Не скористатися цим шансом в умовах структурної фінансово-економічної кризи, викликаної політичними та форс-мажорними подіями, означає втрату інвестиційних, конкурентних позицій на європейському ринку. Замикання кінцевої продукції на потребах тільки внутрішнього ринку буде в подальшому поглиблювати процеси спаду виробництва, структурного безробіття, дефіцитності бюджету, зростання інфляційних та валютних коливань.

Входження на ринок країн-членів ЄС є складним процесом по причині відмінностей національних і європейських норм законодавства, системи побудови ділових стосунків, орієнтації на вимоги і потреби споживачів, відповідальності за порушення підписаних угод, зокрема в сфері якості продукції та послуг. Головною відмінністю європейської моделі побудови стосунків між окремими бізнес-одинацями від національної є їх розвиток на основі принципів кооперації, корпоратизації, інтеграції, в результаті чого досягається їх ефективне сумісне функціонування в складі різноманітних інтеграційних об'єднань.

При цьому важливо зазначити, що жодне підприємство, не дивлячись на свою галузеву приналежність і форму власності, не може обійтися без участі транспорту в забезпеченні процесу перевезень сировини, готової продукції, персоналу тощо. Однак забезпечити високу якість транспортного обслуговування в умовах постійного зростання вартості ресурсів, значного ступеня зносу основних засобів, недостатнього обсягу бюджетного фінансування та інвестицій, спрямованих на розвиток окремих видів транспорту та об'єктів транспортної інфраструктури, досить складно.

У зв'язку з цим на перший план постає необхідність розвитку мережевої взаємодії транспортних підприємств для більш повного врахування інтеграційних намірів держави, якісного задоволення потреб споживачів транспортних послуг, оптимізації і координації діяльності різних видів транспорту з метою підвищення їх конкурентоспроможності на внутрішньому і міжнародному ринках транспортних послуг.

Передумовою і прискорюючим фактором розвитку мереж транспорту є достатність ресурсного потенціалу взаємодіючих суб'єктів транспортної діяльності та наявність можливостей ефективного сумісного використання його окремих складових.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Суттєвий науковий доробок в дослідженні сутності, структури, класифікації, оцінки потенціалу транспорту в цілому, окремих його видів та транспортних підприємств відображено в наукових працях багатьох національних вчених, зокрема В. Г. Алькеми [1] – досліджено генезис структури та складові транспортного потенціалу України, місце та роль трудового потенціалу у складі транспортного потенціалу; В. В. Віннікова [2] – запропоновано логістичні концепції і мультимодальні транспортні технології для підвищення морського транспортного потенціалу в системі інтеграційних процесів; В. М. Загорюлька [3] – розроблено теоретичні основи і економічні методи управління оновленням виробничого потенціалу цивільної авіації України; Д. К. Прейгера, О. В. Собкевича, О. Ю. Смелянкової [4] – запропоновано шляхи реалізації потенціалу транспортної інфраструктури в розрізі окремих видів транспорту; П. В. Пузирьової [5] – визначено структуру потенціалу автотранспортного підприємства та розглянуто його об'єктивну та суб'єктивну складові та три види – базовий, прихований, збитковий; Є. М. Сича, Н. В. Іванової [6] – визначено сутність та специфічні особливості формування економічного потенціалу транспортних підприємств.

Постановка завдання. Недостатній рівень розробленості питань стосовно ресурсного забезпечення мережевої взаємодії підприємств різних видів транспорту обумовлює актуальність обраної теми дослідження та визначає його мету та завдання. Останні полягають в проведенні аналізу існуючого ресурсного потенціалу транспортних підприємств та поглибленні теоретичного забезпечення його використання в умовах розвитку мережевих взаємовідносин на транспорті.

Виклад основного матеріалу. Система мережевих взаємовідносин суб'єктів транспортної діяльності передбачає розвиток обмінних процесів різними видами ресурсів для досягнення балансу інтересів всіх взаємодіючих сторін, які мають за мету отримання певної вигоди від їх сумісного використання.

У зв'язку з цим в основі створення різного роду мережевих структур на транспорті повинна бути закладена парадигма обміну, яка передбачає можливість доступу до використання нових ресурсів

підприємств-партнерів, а саме високоефективних інноваційних технологій, розробок, обмін ідеями, інформацією, досвідом роботи на тих чи інших сегментах ринку транспортних послуг з метою виявлення і мобілізації резервів часу процесу перевезень, планування, координації і взаємодії різних видів транспорту, підвищення конкурентоспроможності та ефективності сумісної діяльності.

В даному дослідженні під ресурсним потенціалом транспортних підприємств будемо розуміти сукупність всіх видів ресурсів, задіяних в процесі надання транспортних послуг (робіт) споживачам, використання яких узгоджено між партнерами по мережевій взаємодії і спрямовано на досягнення сумісних інтересів, можливостей та цілей, що передбачають отримання синергетичного, мультиплікативного, бюджетного та соціального ефектів від їх використання. Наявність такого потенціалу є початковим імпульсом розвитку мережевих взаємозв'язків між підприємствами-партнерами, в результаті економічно-ресурсного симбіозу яких досягається рівновага між ресурсною залежністю і фінансовою автономією при зростанні їх конкурентного потенціалу в майбутньому (див. рис. 1).

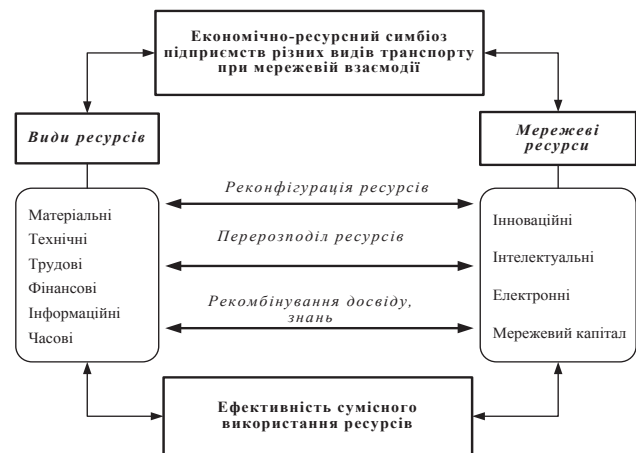


Рис. 1. Процес використання ресурсів в умовах мережевої взаємодії транспортних підприємств

Децентралізація мережевих відносин передбачає обґрунтування сукупної потреби в ресурсах та її покриття за рахунок пошуку нових джерел формування та напрямків раціонального витрачання шляхом залучення в процес надання транспортних послуг (робіт) споживачам нових підприємств-партнерів.

Перш ніж розглянути ресурсні можливості для розвитку мережевої взаємодії підприємств різних видів транспорту, виявимо тенденції зміни в їх кількісному складі та наведених на рисунку 1 ресурсів за період 2011-2012 рр.

За підсумками 2012 р. кількість суб'єктів господарювання, що здійснювали свою діяльність в сфері наземного транспорту (без трубопровідного), складала 7533 од., що на 303 од. або 4,2 % більше в порівнянні з попереднім 2011 р., найбільша їх кількість зосереджена на вантажному автомобільному транспорті – 5282 од. та іншому пасажирському наземному транспорті – 2138 од., найменша припадала на вантажний залізничний транспорт – 110 од., а також пасажирський залізничний транспорт міжміського сполучення – 3 од.

Кількість підприємств водного транспорту в 2012 р. зросла на 34 од. або 27,2 % і дорівнювала 159 од., з них були зосереджені на пасажирському

морському – 35 од., річковому – 24 од., на вантажно-морському – 72 од., річковому транспорті – 28 од.

На авіаційному транспорті за звітний період кількість підприємств зросла з 116 од. до 118 од. відповідно на кінець 2011 та 2012 рр. При цьому кількість підприємств пасажирського авіаційного транспорту зменшилась з 86 до 80 од., вантажного транспорту та космічного транспорту збільшилась з 30 до 38 од.

Число підприємств, що здійснювали допоміжну діяльність у сфері транспорту, на кінець 2012 р. дорівнювала 6448 од., що на 325 од. або на 5,3 % більше ніж в 2011 р. [7, с. 509-510].

Проведемо аналіз стану матеріально-технічних ресурсів транспортних підприємств за період 2011-2012 рр. (див. табл. 1).

Ресурсний потенціал підприємств транспорту характеризується наявністю товарно-матеріальних запасів та станом основних засобів, особливо транспортних. Рівень зношення останніх безпосередньо впливає на процес надання якісних і безпечних послуг з перевезення вантажів та пасажирів і, як видно з наведених в таблиці 1 даних, має тенденцію до зростання. Особливо це відчувається на залізничному транспорті, де рівень розподілу пасажирських вагонів за роками випуску до 8 років складає 5,2%, більше 28 років – 50,2 %, вантажні вагони до 8 років – 6,3 %, 26-40 років – 53 %. Придатний до експлуатації річковий транспорт терміном введення до 5 років складає 8,5 %, більше 20 років – 81,9%, морський транспорт до 5 років – 3,3 %, більше 20 років – 84,8% [8, с. 139]. Наведені показники свідчать про необхідність оновлення рухомого складу транспорту і пошуку всіх можливих фінансових джерел як власних, залучених, так і запозичених, зокрема по лінії європейських фондів і програм, а також шляхом розвитку концесії, лізингу, державно-приватного партнерства, корпоратизації підприємств [9, с. 65]. Технічна невідповідність транспортних засо-

бів та об'єктів транспортної інфраструктури міжнародним стандартам обумовлює низький рівень обслуговування вантажовласників, вантажоотримувачів і пасажирів та гальмує процеси мережевої взаємодії транспортних підприємств.

Одним з головних ресурсів, від яких залежать такі показники діяльності підприємств транспорту, як продуктивність праці, безпека перевезень, якість обслуговування, розвиток міжособистісних та міжфірмових відносин, тощо, є трудові. Кількість зайнятих працівників за період 2011-2012 рр. в розрізі наземного транспорту складала 299,3 та 264,3 тис. осіб, водного – 9,1 та 8,8 тис. осіб, авіаційного – 24,5 та 25,1 тис. осіб відповідно. Як видно, суттєве зменшення чисельності працівників спостерігалось на наземному транспорті на 35 тис. осіб (11,6%) та незначне на водному – 0,3 тис. осіб (3,2%). На авіаційному транспорті відбулося зростання чисельності працюючих на 0,6 тис. осіб або 2,4%.

Кількість зайнятих працівників підприємств, що здійснюють допоміжну діяльність в сфері транспорту, в 2012 році складала 460,7 тис. осіб, що на 44,8 тис. осіб або 10,7% більше в порівнянні з попереднім роком [7, с. 511].

Підприємства транспорту, об'єднанні в мережі, мають ознаки мобільності, колективної відповідальності за якість послуг і робіт, що надаються та отримані фінансово-економічні результати. Джерела формування фінансових ресурсів підприємств різних видів транспорту наведені в табл. 2. Відомо, що основними джерелами формування фінансових ресурсів підприємств є дохід від реалізації продукції, робіт, послуг, чистий прибуток, дебіторська заборгованість, кошти засновників, дотації з бюджету, інвестиції, кошти від емісії цінних паперів тощо. Основними напрямками використання є сплата всіх зобов'язань перед постачальниками, персоналом, бюджетом, інвесторами, фінансово-кредитними установами.

Таблиця 1

Матеріально-технічні ресурси суб'єктів транспортної діяльності

Види транспорту та транспортної діяльності	Роки	Показники, млн. грн.		
		Запаси товарно-матеріальних цінностей	Залишкова вартість основних засобів, нематеріальних активів, інвестиційної нерухомості	Знос основних засобів
Авіаційний, в тому числі	2011	2476,1	4916,2	3760,8
	2012	2568,1	4443,0	4990,7
пасажирський	2011	247,9	1637,1	1097,6
	2012	233,5	1488,1	2006,9
вантажний (авіаційний, космічний)	2011	2228,2	3279,1	2663,2
	2012	2334,6	2954,9	2983,8
Наземний (без врахування трубопровідного), в тому числі	2011	2633,9	40927,7	986179,6
	2012	3154,5	48289,5	1163161,9
пасажирський	2011	398,4	20934,8	30817,3
	2012	415,4	26252,3	35161,3
вантажний	2011	2235,5	19992,9	955362,3
	2012	2739,1	22037,2	1128000,6
Водний, в тому числі	2011	204,4	1260,9	2559,3
	2012	291,1	1286,8	2580,9
пасажирський	2011	38,8	150,0	10,6
	2012	44,9	166,7	11,1
вантажний	2011	165,6	1110,9	2548,7
	2012	246,2	1120,1	2569,8
Допоміжна діяльність у сфері транспорту	2011	6020,8	100796,9	3364604,2
	2012	6780,9	110445,8	4134946,3

Складено автором за [7, с. 520-522]

Як видно з даних, наведених в таблиці 2, розмір власних фінансових ресурсів є недостатнім для впровадження інноваційних змін в діяльності підприємств транспорту. Зазвичай на інноваційний розвиток спрямовується частина чистого прибутку підприємств, однак в умовах збитковості діяльності більшості транспортних підприємств це є неможливим. Також на фоні зростання кредиторської заборгованості за товари, роботи, послуги, розрахунки з бюджетом, зі страхування, з оплати праці тощо, збільшується розмір дебіторської заборгованості, що призводить до несвоєчасного виконання фінансових зобов'язань та погіршення показників платоспроможності транспортних підприємств.

На основі показників рентабельності оцінюються ефективність діяльності кожного з мережевих партнерів окремо та їх значимість в складі мережевих транспортних структур. Рентабельність операційної діяльності підприємств наземного і трубопровідного транспорту в 2012 р. знизилася на 1,3 % в порівнянні з 2011 р. і склала 2,7%.

Діяльність підприємств водного і авіаційного транспорту на протязі 2011-2012 рр. залишається збитковою. Рівень рентабельності операційної діяльності за звітний рік має від'ємне значення (-1,1%) та (-6,0%) відповідно на водному та авіаційному транспорті. Найбільш рентабельною в 2012 р. була діяльність суб'єктів господарювання, що здійснюють допоміжну діяльність в сфері транспорту, а саме 9,9%, не дивлячись на зменшення даного показника на 1,4 % в порівнянні з 2011 р.

Показники рентабельності усієї діяльності вищезазначених підприємств транспорту є від'ємними, окрім суб'єктів, що здійснюють допоміжну діяль-

ність у сфері транспорту де даний показник за підсумками 2012 р. складає 4,4 %. При цьому найбільш збитковою була діяльність підприємств, що займаються перевезенням пасажирів [7, с. 542].

Суб'єкти мереж транспорту функціонують за рахунок створення спільної ресурсної бази, де ключовим ресурсом є інформаційні. Особливого значення під впливом розвитку сучасних інформаційних технологій як в суспільному житті, так і в діяльності суміжних з транспортною іншими галузями економіки, набувають саме електронні ресурси, які дають змогу швидкого реагування на зміну потреб споживачів транспортних послуг (робіт) і їх якісного задоволення.

Обмеження ресурсів часу на здійснення процесу перевезення вантажів і пасажирів, надання допоміжних послуг і робіт обумовлює необхідність мінімізації часових витрат, що в поєднанні з інформаційними електронними ресурсами дасть змогу визначати час реакції суб'єктів транспортних мереж на пристосування до роботи в нових умовах.

Таким чином, на основі реконфігурації, перерозподілу та рекомбінування ресурсів відбувається формування масиву мережевих ресурсів підприємств-партнерів, на основі якого можна провести кількісну та якісну оцінку ефективності їх сумісного використання.

Висновки з проведеного дослідження. Проведений аналіз стану ресурсного потенціалу підприємств транспорту свідчить про недостатній рівень їх забезпеченості всіма видами ресурсів, без яких неможливо надавати якісні, конкурентоспроможні транспортні послуги і роботи споживачам. Об'єднання в складі мереж транспорту різних суб'єктів транспортної діяльності, які мають нехай обмежені, але якісні

Таблиця 2

Основні джерела формування фінансових ресурсів транспортних підприємств

Види транспорту та транспортної діяльності	Роки	Показники, млн. грн.								
		Доходи від реалізації продукції (робіт, послуг)	Чистий прибуток (збиток)	Дебіторська заборгованість	Кредиторська заборгованість	Власний капітал	Незавершені капітальні інвестиції	Довгострокові фінансові інвестиції	Поточні фінансові інвестиції	Доходи майбутніх періодів
Авіаційний, в тому числі	2011	15364,9	-2236,9	2659,2	5599,5	119,3	274,2	194,9	1,4	477,8
	2012	16425,9	-1479,5	2601,9	7128,8	-1784,3	260,4	369,0	1,4	383,5
пасажирський	2011	15234,6	-2226,2	1806,4	4167,3	-4249,0	153,8	189,9	1,4	438,0
	2012	14795,0	-1523,0	1620,2	5933,9	-5786,8	156,3	364,0	1,4	332,6
вантажний (авіаційний, космічний)	2011	130,3	-10,7	852,8	1432,2	4368,3	120,4	5,0	0,0	39,8
	2012	1630,9	43,5	981,7	1194,9	4002,5	104,1	5,0	0,0	50,9
Наземний (без врахування трубопровідного), в тому числі	2011	40686,8	-1059,4	11940,4	14823,2	35229,1	4805,6	989,6	388,6	1232,0
	2012	56428,8	-851,2	13575,8	17632,8	41958,0	2666,9	1799,0	989,0	1424,0
пасажирський	2011	10183,8	-1275,8	1653,3	2698,4	18597,2	3943,2	175,4	152,1	1171,1
	2012	13670,8	-1227,7	1906,8	3306,2	23282,5	1706,2	187,1	185,3	1349,2
вантажний	2011	30503,0	216,4	10284,2	12124,8	16631,9	862,4	814,2	236,5	60,9
	2012	42758,0	376,5	11669,0	14326,6	18675,5	960,7	1611,9	803,7	74,8
Водний в тому числі	2011	1549,9	-100,5	532,6	604,0	1983,2	173,9	794,9	3,5	0,0
	2012	1594,3	-126,9	591,4	690,7	1824,3	173,6	636,3	4,2	0,0
пасажирський	2011	155,9	-36,8	56,4	49,4	85,0	31,5	42,9	3,5	0,0
	2012	198,4	-52,4	61,6	104,4	39,5	34,5	27,0	3,2	0,0
вантажний	2011	1394,0	-63,7	476,2	554,6	1898,2	142,4	752,0	0,0	0,0
	2012	1395,9	-74,5	529,8	586,3	17848,0	139,1	609,3	1,0	0,0
Допоміжна діяльність у сфері транспорту	2011	91064,5	5646,2	28454,5	34463,4	94953,4	16232,0	3665,2	1791,4	1292,2
	2012	94086,1	5369,1	31676,8	37322,7	100066,3	13285,5	3271,4	4274,3	1702,0

Складено автором за [7, с. 521-534]

ресурси, що доповнюють один одного, дасть змогу прискорити розвиток інтеграційних процесів підприємств різних видів транспорту не тільки між собою, але й розширити межі їх співпраці з іншими економічними агентами.

При побудові ефективної моделі мережевої взаємодії доцільним є створення підприємствами транспорту, що взаємодіють в складі різноманітних мереж і мережевих структур ресурсно-інформаційних центрів, для прискорення координації діяльності партнерів по мережевій взаємодії та відслідковування виникаючих потреб в ресурсах, пошуку можливостей їх швидкого, якісного і повного задоволення, а також надання інформації підприємствам партнерам про новостворені мережеві структури в різних сферах діяльності, пов'язаних з транспортом, для розширення меж транспортно-економічної співпраці.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Алькема В.Г. Генезис структури транспортного потенціалу України в умовах сталого розвитку [Електронний ресурс] / В.Г. Алькема // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2012. – № 2. – С. 172-180. – Режим доступу : <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/27564>.
2. Винников В. В. Формирование морского транспортного потенциала в системе интеграционных процессов : монография / В. В. Винников. – Одесса : Изд-во Феникс, 2004. – 222 с.
3. Загоруйко В.М. Проблемы обновления производственного потенциала гражданской авиации Украины [Текст] : дис. ... д-ра экон. наук : 08.07.04 / Загоруйко Валентин Миронович ; Киевский международный ун-т гражданской авиации. – К., 1994. – 519 с.
4. Прейгер Д. К. Реалізація потенціалу транспортної інфраструктури України в стратегії посткризового економічного розвитку [Аналітична доповідь] / Прейгер Д. К., Собкевич О. В., Смельянова О. Ю. – К. : НІСД, 2011. – 37 с.
5. Пузирьова П. В. Особливості формування потенціалу автотранспортних підприємств, що здійснюють вантажні перевезення [Електронний ресурс] / П. В. Пузирьова. Ефективна економіка. – 2013. – № 2. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua>
6. Сич Є.М. Особливості формування економічного потенціалу транспортних підприємств / Є.М. Сич, Н.В. Іванова // Економіко-математичне моделювання соціально-економічних систем. Збірник наукових праць МННЦ ІТІС. – Вип. 6. – К., 2003. – С. 96-104.
7. Діяльність суб'єктів господарювання : статистичний збірник / [відп. за випуск І.В. Калачова]. – К. : ТОВ «Август Трейд», 2013. – 839 с.
8. Транспорт і зв'язок України: статистичний збірник / [відп. за випуск І.В. Калачова]. – К. : ТОВ «Август Трейд», 2013. – 269 с.
9. Парубець О. М. Інвестиційна складова взаємодії підприємств транспорту в мережевих структурах / О. М. Парубець. – Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. Збірник наукових праць: Випуск 36. – Київ : НАУ, 2013. – С. 60-65.

УДК 336.645.2

Пестовська З.С.

здобувач,

*старший викладач кафедри міжнародних фінансів та банківської справи
Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля*

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ ПОТОЧНИМИ ФІНАНСОВИМИ ПОТРЕБАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Стаття присвячена формулюванню етапів управління поточними фінансовими потребами підприємства. Визначені етапи інтегровано до відповідної концепції управління, яка надає їм теоретичне та методичне забезпечення. Запропоновано відповідні фінансові інструменти та засоби практичної реалізації процесу управління поточними фінансовими потребами підприємства.

Ключові слова: поточні фінансові потреби підприємства, управління, емерджентна система, фінансові інструменти, фінансовий цикл.

Пестовская З.С. КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К УПРАВЛЕНИЮ ТЕКУЩИМИ ФИНАНСОВЫМИ ПОТРЕБНОСТЯМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Статья посвящена формулировке этапов управления текущими финансовыми потребностями предприятия. Эти этапы интегрированы в соответствующую концепцию управления, которая даёт им теоретическое и методическое обеспечение. Предложены соответствующие финансовые инструменты и средства практической реализации процесса управления текущими финансовыми потребностями предприятия.

Ключевые слова: финансовый цикл, текущие финансовые потребности предприятия, управление, эмерджентная система, финансовые инструменты.

Pestovskaya Z.S. CONCEPTUAL APPROACHES TO MANAGEMENT OF CURRENT FINANCIAL NEEDS OF THE ENTERPRISE

Article is devoted to the formulation of stages of the management of current financial needs of the enterprise. These stages are integrated into the appropriate management concept, which gives them a theoretical and methodological support. There are suggested appropriate financial tools and practical realization of the management of current financial needs of the enterprise.

Keywords: current financial needs of the enterprise, management, emergent system, financial instruments, financial cycle (cash-to-cash cycle).

Постановка проблеми. Визначення структури та джерел фінансування оборотних активів підприємств напряму пов'язане з розміром та структурою їх поточних фінансових потреб. Аналіз звітності вітчизняних машинобудівних підприємств свідчить про те, що найбільш чутливими до кризових явищ в економіці та

численних внутрішніх та зовнішніх чинників, виявились поточні оборотні активи та поточні зобов'язання як джерела їхнього фінансування. Змінити негативні тенденції, що склалися, можливо тільки завдяки вдосконаленню управління поточними фінансовими потребами машинобудівних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існуючі на теперішній час підходи до визначення поточних фінансових потреб підприємств та управління ними, які можна знайти у наукових дослідженнях вітчизняних і зарубіжних вчених, не дають уявлення про зв'язок системи управління поточними фінансовими потребами з ефективністю діяльності підприємства. Теорії управління економічними процесами присвятили свої роботи вітчизняні та зарубіжні вчені: Л. Гурвіц, Р. Майерсон, Е. Маскін, Л. Абалкін, А. Бірман, В. Самаруха, В. Ткаченко, але існує необхідність адаптувати ці розробки до управління поточними фінансовими потребами машинобудівних підприємств.

Постановка завдання. Існуючі напрацювання потребують подальшого розвитку у напрямі формування механізму управління поточними фінансовими потребами підприємства, вдосконалення методичних підходів до визначення лімітів елементів поточних фінансових потреб підприємства: запасів, дебіторської та кредиторської заборгованості, що є необхідною умовою підвищення ефективності діяльності підприємств машинобудування України.

Виклад основного матеріалу дослідження. У сучасній економічній науці відбувається активний пошук нових підходів до управління, які б дозволили знизити вплив нестабільності та невизначеності на діяльність підприємств. Більшість вчених висловлюють думку про те, що управління є функцією організованих систем, що виникли природним (еволюційним) або штучним (креаційним) шляхом [1]. Але є вчені, які дійшли висновку, що розроблені методики загальної теорії систем та кібернетики придатні лише для описування систем, що не змінюються в часі, тобто лінійні та детерміновані [2]. Управління неможливо відокремити від систематичного обміну інформацією між компонентами системи, а також даної системи з оточуючим її середовищем. Інформація дозволяє суб'єкту управління мати уявлення про стан системи у кожен конкретний момент часу, про досягнення (чи недосагнення) поставленої мети з тим, щоб вплинути на систему й забезпечити виконання управлінського рішення [3]. Управління – це функція системи, що спрямована на виживання цієї системи шляхом координації, організації, впорядкування елементів даної системи, як між собою (всередині себе), так і з зовнішнім середовищем [4]. Управління – це вплив на процес, об'єкт чи систему для збереження їхньої стійкості або переведення з одного стану в інший відповідно до визначених цілей. Підсистеми управління: керуюча (суб'єкт), керована (об'єкт). Зв'язок – через обмін інформацією [5]. Крім того, управління можна розглядати як процес, або серію взаємопов'язаних неперервних дій – функцій – етапів. Ці етапи поєднуються процесами комунікації та прийняття рішень.

Стосовно ПФП пропонуємо такі етапи управління:

1) планування починається з визначення сутності управління, постановки мети – забезпечення підприємства мінімальною сумою фінансових ресурсів для безперервності його поточної діяльності, постановку завдань приведення ПФП до негативної величини, узгодження їх з показниками ліквідності та рентабельності, визначення об'єкта та предмета управління, планування передбачає перелік дій, спрямованих на досягнення поставленої мети з урахуванням невизначеності майбутнього через зміни у зовнішньому середовищі, що обумовлює необхідність перегляду планів для їх узгодження з реальністю;

2) організація виконання планів полягає у створенні структури для досягнення поставленої мети – окремого підрозділу, менеджера з управління ПФП, або поєднання зусиль працівників фінансового відділу, відділу маркетингу, відділу логістики, юридичного відділу та ін., тобто визначення тих, хто має виконувати поставлені завдання та брати на себе відповідальність за результати виконання цих завдань; організація має керувачий (змінюючий) вплив на об'єкт управління – це побудова процесів виконання завдань та забезпечення їх ресурсами (інформаційними, регулюючими та нормативними: договори з постачальниками (кредиторами) та покупцями (дебіторами), дослідження ринку, дослідження поведінки конкурентів, вивчення стану економіки, ліміти залишків запасів, ліміти дебіторської та кредиторської заборгованості, дані про завезення матеріалів на склад, про передавання матеріалів у цех зі складу, передавання продукції на склад готової продукції, зменшення незавершеного виробництва, виплату кредиторської заборгованості, повернення боргів покупцями, збільшення дебіторської та кредиторської заборгованості; програмно-технічними: засоби Microsoft EXCEL, економіко-математичне моделювання, імітаційне моделювання; методичними: нормування, лімітування, контроль, аналіз) та фінансовими інструментами (короткострокові кредити, вексельний обіг, відстрочка платежів, знижки дебіторам, пільгові кредити, гарантовані державою);

3) мотивація спрямована на формування у відповідальних працівників внутрішнього спонукання для ефективного виконання поставлених завдань відповідно до плану; мотивація включає в себе не тільки матеріальне заохочення, а й елементи корпоративної культури, спрямовані на підтримання й покращення репутації та іміджу підприємства на ринку в цілому та у відносинах з банками, покупцями та постачальниками;

4) реалізація – вибір політики управління кожною з підсистем ПФП, побудова матриці поєднання цих політик для формування політики управління ПФП; зменшення дебіторської заборгованості, оптимізація запасів, збільшення кредиторської заборгованості у певних межах, які не порушують договірної дисципліни;

5) контроль – це постійна перевірка якості виконання дій, спрямованих на досягнення підприємством своєї мети; контроль виконання завдань (підтримка оптимальної швидкості досягнення цілей). Можливі різні підходи до контролю: 1) ретроспективний контроль, заснований на минулій діяльності та зосереджений на відхиленнях від колишніх еталонів та виправленні минулих помилок; 2) перспективний, що відповідає управлінню методом екстраполяції, який переносить минуле у майбутнє, де рішення приймаються на основі економіко-математичних моделей: відповідно плани необхідно виконувати та контролювати згідно того, що потрібно зробити у майбутньому; такий контроль зосереджений на вимірюванні розриву (GAP) між сьогодишніми результатами та цілями, яких потрібно досягти до закінчення планового періоду, він спрямований на заходи з досягнення майбутніх цілей;

6) аналіз отриманих результатів, порівняння результатів з аналогічними підприємствами, прискорення оборотності вивільнених ресурсів, підвищення рентабельності, збільшення обсягів виробництва, розширення частини ринку, аналіз змін внутрішнього та зовнішнього середовища, врахування непередбачених обставин, які змусили або змусять підприємство

відхилитися від плану, GAP-аналіз – вимірювання реальних досягнень за певний період та їх порівняння з очікуваними результатами;

7) коригування – це дії, спрямовані на виправлення значних відхилень від первісного плану, або перегляд цілей, щоб вони стали більш реалістичними, це коригування планів відповідно до результатів аналізу.

Наведені функції управління потребують прийняття рішень та обміну інформацією, тобто сполучаючих процесів, або комунікацій, наприклад, плани неможливо виконати, якщо не передати їх працівникам, які повинні їх виконувати, працівники, у свою чергу, не будуть достатньо мотивовані доки не зрозуміють, яка винагорода їх очікує, контроль та аналіз не дадуть результатів без достатньої інформації. З огляду на вищесказане, управління поточними фінансовими потребами можна визначити як систему методів, засобів, форм планування, організації, мотивації, реалізації, контролю, аналізу та коригування управлінських рішень з метою забезпечення мінімальної суми фінансових ресурсів, необхідних підприємству у певний момент часу для безперервності його поточної діяльності. На рис. 1.1 схематично представлено місце управління ПФП у фінансовому менеджменті підприємства.

З позиції управління поточні фінансові потреби можна розглядати як систему, яка містить взаємозалежні частини (підсистеми), кожна з яких дає свій внесок до характеристики цілого. Це підсистема управління запасами, підсистема управління дебіторської заборгованістю, підсистема управління кредиторської заборгованістю. Кожна з цих підсистем має свої властивості, що не співпадають з властивостями системи поточних фінансових потреб, та потребує вибору конкретної політики управління нею (консервативної, помірної, агресивної), яка матиме вплив на загальну політику управління ПФП.

Таке неспівпадіння мети системи з цілями її частин дозволяє стверджувати, що поточні фінансові потреби є емерджентною системою і потребують відповідного управління, мистецтво якого й полягає у здатності згладжувати такі протиріччя та знаходити компроміси. Емерджентність протилежна редукціонізму, згідно якого ціле можна вивчати, розділивши його на частини, а потім, визначив їхні властивості, визначити якості цілого.

Емерджентність є більш розвиненою формою закону діалектики про перехід кількості в якість: для переходу в нову якість не обов'язкове збільшення кількості, а достатньо об'єднати в ціле хоч би два елементи. Динамічний аспект емерджентності – це синергетичність. Латфуллін Г.Р. та Райченко А.В. [6, с. 196] вважають емерджентність оперативною мобілізацією принципово нових якостей, а Лапигін Ю.Н. [7, с. 86] визначає її як особливість систем, яка полягає в тому, що властивість системи не зводиться до сукупності властивостей частин, з яких вона складається, та не виводиться з них.

Крім виявлення властивості емерджентності, можна стверджувати, що поточні фінансові потреби – це відкрита система, оскільки вона взаємодіє із зовнішнім середовищем через відносини з покупцями та постачальниками, через законодавчі та нормативні акти, через короткострокове

банківське кредитування. Також поточні фінансові потреби – це складна система, оскільки має багато цілей: крім основної, яка полягає у забезпеченні поточної діяльності підприємства мінімальною сумою фінансових ресурсів, вона повинна сприяти збалансуванню ліквідності та рентабельності підприємства. Поточні фінансові потреби не належать до самозабезпечуваних систем, оскільки залежить від інформації та інших ресурсів, що надходять ззовні, вона має пристосовуватися до змін зовнішнього середовища, щоб продовжити своє функціонування (інфляційні процеси, зміни попиту на продукцію, неплатоспроможність дебіторів, підвищення кредитних ставок).

Отже, управління спрямоване на об'єкти управління: систему поточних фінансових потреб підприємства та її підсистеми. За рівнем керованості з боку самого підприємства на першому місці стоїть кредиторська заборгованість, на другому – запаси, на третьому – дебіторська заборгованість. Система поточних фінансових потреб підприємства містить такі підсистеми: 1) підсистему управління запасами; 2) підсистему управління дебіторською заборгованістю; 3) підсистему управління кредиторською заборгованістю.

Головне завдання фінансового менеджера стосовно управління ПФП полягає в узгодженні величини кожного з елементів таким чином, щоб ПФП прагнули до мінімуму, а в ідеалі були негативною величиною.

Фінансові менеджери підприємства повинні аналізувати зовнішні та внутрішні фактори, що впливають на розмір ПФП: зовнішні фактори вони змінити не можуть, але можуть їх врахувати при побудові політики управління ПФП, проте внутрішні фактори за результатами ретроспективного аналізу можна скоригувати та спрямувати на оптимізацію ПФП.

Визначені нами етапи управління ПФП необхідно інтегрувати до відповідної концепції управління, яка б надала їм теоретичне та методичне забезпечення (рис. 1.3).

Якщо більш детально зупинитися на інформаційному забезпеченні, то до нього можна віднести законодавчі акти у сфері фінансів, оподаткування, кредитування, страхування, фінансового аналізу, обліку та звітності, розкриття інформації, організації готівкового та безготівкового обігу, банківського обслуговування, складу собівартості продукції підприємств відповідного виду діяльності, платіжної та договірної дисципліни, інструкції відповідних міністерств та відомств (усе належить до зовнішнього середовища); статут підприємства, положення про діяльність спеціального підрозділу з управління поточними фінансовими потребами підприємства, посадову інструк-



Рис. 1.1. Місце управління ПФП у фінансовому менеджменті підприємства

цію фахівця з управління поточними фінансовими потребами підприємства, або відповідні положення у посадових інструкціях фахівців фінансового відділу, відділу маркетингу, відділу логістики, юридичного відділу, договори, контракти з дебіторами та кредиторами, систему аналізу та лімітування залишків запасів, систему аналізу та лімітування величини дебіторської заборгованості, систему оптимізації знижок постачальникам, система аналізу та лімітування величини кредиторської заборгованості, систему аналізу ефективності джерел фінансування (кредитування) (внутрішнє середовище), а також фінансову інформацію: рівень рентабельності та ліквідності підприємств-конкурентів, рівень знижок, умови короткострокового кредитування підприємств-конкурентів, моделі управління запасами підприємств-конкурентів, стан ринкової кон'юнктури на внутрішньому та зовнішньому ринках збуту продукції підприємства, стан та тенденції розвитку податкової, бюджетної, грошової, кредитної та банківської сис-

теми країни та країн, де працюють підприємства-контрагенти (зовнішнє середовище); дані про завершення матеріалів на склад, збільшення (зменшення) дебіторської та кредиторської заборгованості та передавання матеріалів у цех зі складу, передавання продукції на склад готової продукції та її збут, зменшення (збільшення) незавершеного виробництва, повернення боргів покупцями, виплату кредиторської заборгованості (внутрішнє середовище).

Організаційна структура може існувати у вигляді спеціального підрозділу, що координує строки погашення дебіторської й кредиторської заборгованості, рівень та доцільність знижок постачальникам, визначення оптимальних джерел фінансування (короткострокового кредитування), аналізує рівень запасів та обирає й застосовує ефективну систему планування залишків запасів та ланцюгу постачання, або як організація співпраці окремих фахівців (фінансового відділу, відділів маркетингу, логістики, збуту, бухгалтерії, юридичного відділу), якщо керівництво під-



Рис. 1.3. Концептуальні підходи до управління поточними фінансовими потребами підприємства

приємства вважає недоцільним створення спеціального підрозділу. Надалі в тексті роботи відповідалних за управління поточними фінансовими потребами будемо називати фінансовими менеджерами.

Фінансові інструменти різноманітні, але їхнє визначення узагальнене у міжнародному стандарті бухгалтерського обліку МСФЗ (IAS) 32 (п. 11) [8]: «Фінансовий інструмент – це договір, в результаті якого виникає фінансовий актив в одного підприємства та фінансове зобов'язання або пайовий інструмент в іншого». Згідно МСФЗ 32 до фінансових активів належать: грошові кошти, пайовий інструмент іншого підприємства, право, обумовлене договором: отримати грошові кошти або інший фінансовий актив від іншого підприємства, або обмінятися фінансовими активами чи фінансовими зобов'язаннями з іншим підприємством на умовах потенційно вигідних для підприємства. Згідно IAS 32 до фінансових зобов'язань належать обумовлені договором зобов'язання: надати грошові кошти або інший фінансовий актив іншому підприємству; обмінятися фінансовими інструментами або фінансовими активами з іншим підприємством на потенційно не вигідних для підприємства умовах (зокрема, при вимушеному продажі дебіторської заборгованості).

Отже, якщо застосувати наведені визначення до управління ПФП, отримаємо такі фінансові інструменти: короткострокові кредити банків (овердрафт, факторинг, кредитна лінія), договори й контракти з постачальниками та покупцями (зокрема, з умовами надання знижок дебіторам або надання відстрочки платежів кредиторами, що надалі в тексті роботи будемо називати умовами комерційного кредитування), векселі.

Отже, крім головних об'єктів управління ПФП – запасів, дебіторської та кредиторської заборгованості – ми можемо виділити пов'язані з ними дії: аналіз зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на величину ПФП, оптимізація ПФП (зведення їх до негативної величини), скорочення фінансового циклу підприємства, узгодження коефіцієнтів ліквідності підприємства з діями, спрямованими на мінімізацію ПФП, а також врахування необхідності підвищення рентабельності підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Для ефективного управління поточними фінансовими потребами машинобудівних підприємств необхідно:

1. Доповнити організаційну структуру підприємства підрозділом з управління ПФП, оскільки досліджувані підприємства не мають відповідного підрозділу або фахівця, що ускладнює планування та контроль ПФП.

2. Удосконалити практику застосування фінансових інструментів із застосуванням знижок покупцям

та відстрочок платежів постачальникам, активізувати взаємодію з банками щодо залучення різних форм короткострокового кредитування.

3. Удосконалити фінансові методи, зокрема планування, аналіз та контроль ПФП, лімітування розміру їхніх складових (зокрема запасів), впровадити можливість отримання пільгових кредитів, гарантованих державою, впровадити планування ліквідності підприємства.

4. Прискорити рух фінансової інформації (інформаційних потоків) від окремих підрозділів (фінансовий відділ, відділ маркетингу, відділ логістики, юридичний відділ, бухгалтерія) до фінансового менеджера з управління ПФП з метою підвищення ефективності управління ПФП та ввести систему мотивації для відповідних фахівців.

5. Розширити застосування технічних та програмних засобів управління ПФП (економіко-математичне моделювання, засоби Microsoft EXCEL (кореляційний та регресійний аналіз), імітаційне моделювання).

На основі отриманих результатів дослідження удосконалено концептуальні підходи до управління поточними фінансовими потребами, що дозволить впорядкувати дії керівництва машинобудівних підприємств України щодо управління ПФП за рахунок чітко визначеної сутності управління, його мети, відповідних меті завдань, можливості вибору методичного забезпечення, врахування інформаційного та програмно-технічного забезпечення, використання фінансових інструментів для реалізації управлінських рішень, можливості вибору методу контролю виконання завдань, аналізу отриманих результатів та проведення коригувальних дій.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Философия: Энциклопедический словарь. – М. : Гардарики. Под редакцией А.А. Ивина. – 2004. – 1072 с. <http://ariom.ru/wiki/Upravlenie>.
2. Новик И.Б. Абдуллаев А.Ш. Введение в информационный мир. – М. : Наука, 1991. – 228 с.
3. Афанасьев В. Г. Философский энциклопедический словарь. – М. : Советская энциклопедия. Гл. редакция: Л. Ф. Ильичёв, П. Н. Федосеев, С. М. Ковалёв, В. Г. Панов. 1983. – 840 с.
4. Халиков М.И. Система государственного и муниципального управления : учебное пособие. – М. : Флинта, 2008. – 448 с.
5. Економічна енциклопедія. Т. 3. Колектив авторів. – К. : ВЦ «Академія», Тернопіль, Академія народного господарства, 2002. – 952 с., с. 731.
6. Теория организации : учебник для вузов / Латфуллин Г.Р., Райченко А.В. – СПб. : Питер, 2003. – 400 с., с. 196.
7. Лапыгин Ю.А. Теория организаций : учебное пособие. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2007. – 311 с., с. 86.
8. IAS 32 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://allmsfo.ru/msfo-ias-32.html>.

УДК 330.101.8

Петренко В.П.*доктор економічних наук,
професор кафедри менеджменту і адміністрування
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу***Мацькевич О.Ю.***аспірант кафедри менеджменту і адміністрування
Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу*

КЛАСИФІКАЦІЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ПЕРЕДУМОВА ЙОГО ПРОДУКТИВНОГО ВИКОРИСТАННЯ

У статті систематизовано та досліджено теоретичні підходи провідних вітчизняних та зарубіжних дослідників до питання класифікації людського капіталу. Запропоновано класифікацію складових людського капіталу на рівні підприємства з метою активізації продуктивного використання останнього у виробничо-господарських процесах.

Ключові слова: людський капітал підприємства, класифікація людського капіталу, знання, здібності, якості, кваліфікація, компетенції.

Петренко В.П., Мацькевич О.Ю. КЛАССИФИКАЦИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ПРЕДПОСЫЛКА ЕГО ПРОДУКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

В статье систематизированы и исследованы теоретические подходы ведущих отечественных и зарубежных исследователей к вопросу классификации человеческого капитала. Предложена классификация составляющих человеческого капитала на уровне предприятия с целью активизации продуктивного использования последнего в производственно-хозяйственных процессах.

Ключевые слова: человеческий капитал предприятия, классификация человеческого капитала, знания, способности, качества, квалификация, компетенции.

Petrenko V.P., Matskevych O.Y. CLASSIFICATION OF HUMAN CAPITAL ENTERPRISE AS A PREREQUISITE FOR ITS PRODUCTIVE USE

This paper systematically investigates the theoretical approaches and leading national and international researchers to the classification of human capital. The classification of the components of human capital at the enterprise level to enhance the productive use of the latest in industrial and commercial processes.

Keywords: human capital enterprise, the classification of human capital, knowledge, abilities, qualities, qualification and competence.

Постановка проблеми. Для розбудови економіки, яка здатна продукувати конкурентні переваги, необхідно задіяти потенціал тих ресурсів, активів, рушійних сил, що здатні забезпечити стійкий розвиток в умовах швидких змін зовнішнього оточення. Підхід до персоналу як до ресурсу якісно змінює систему управління. Людський капітал суспільно-господарської системи є ресурсом, який акумулює знання, уміння, навички, творчі та інтелектуальні здібності, досвід, мотиваційні настанови, потенціал мобільності, командної роботи, орієнтації на високі кінцеві результати. Відсутність чіткої класифікації людського капіталу та визначення взаємодії суб'єктів його формування на сучасному етапі економічного розвитку вимагає більш детального розгляду цього питання на рівні підприємства, що дозволить в подальшому розробити методологічні підходи зорієнтовані на активізацію його продуктивного використання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивчення літературних джерел, узагальнення досвіду управління людським капіталом вітчизняними підприємствами в сучасних умовах свідчить про постійний інтерес дослідників до проблем людського капіталу.

В економічній літературі проблемами формування, використання та відтворення людського капіталу займалася велика кількість вітчизняних і зарубіжних вчених. Витоки вивчення генези формування і розвитку людського капіталу сягають початку 60-х років минулого століття і знайшли своє віддзеркалення у фундаментальних працях таких вчених: Г. Беккер, Т. Шульц, Я. Мінсер, М. Блауг, Л. Туроу, І. Фішер, А. Сміт та ін.

Вітчизняний доробок у сфері формування, ефективного використання і подальшого розвитку сукупних творчих здібностей людини до праці внесли такі

науковці, як: О. Грішнова, А. Колот, В. Близнюк, В. Данюк, В. Куценко, Г. Євтушенко, Л. Шевчук, В. Антонюк, І. Каленюк, Д. Богиня, С. Вовканич, М. Ніколайчук та ін.

Проте варто відмітити, що у цих працях недостатня увага надавалась класифікації людського капіталу в рамках конкретного підприємства, а тому дана проблема потребує подальших досліджень.

Постановка завдання. Складність та неоднозначне трактування категорії «людський капітал», суперечливість класифікації компонентів людського капіталу, їх взаємозв'язків зумовлює розбіжності в підходах та у визначенні його сутності та змісту.

В результаті дослідження необхідно проаналізувати існуючі підходи до класифікації і видів людського капіталу, класифікувати та виокремити основні види людського капіталу на рівні підприємства з метою продуктивного використання останнього у виробничо-господарських процесах.

Виклад основного матеріалу дослідження. Обґрунтована класифікація людського капіталу підприємства має виключне значення для ефективного його формування, відтворення та використання. Зважаючи саме на цю обставину, вважаємо за доцільне проведення комплексного дослідження щодо класифікації і видів людського капіталу суспільно-господарської системи.

В економічній енциклопедії «класифікація» трактується як «...розподіл об'єктів, понять, назв за класами, групами, розрядами, за якого в одну групу потрапляють об'єкти, що мають певні загальні ознаки» [1].

У науковій літературі існує багато підходів до питання класифікації людського капіталу. У зв'язку з цим ми пропонуємо комплексне узагальнення накопичених результатів дослідження щодо класифікації і видів людського капіталу (рис. 1).

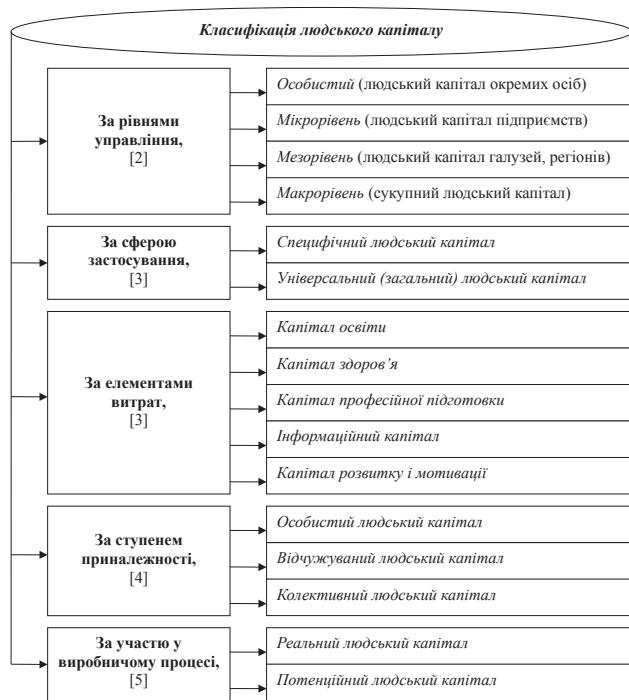


Рис. 1. Узагальнена класифікація людського капіталу

Джерело: складено автором на основі [2, 3, 4, 5]

Грішнова О.А. [2] пропонує в теоретичному аспекті розрізняти поняття «людський капітал» за такими рівнями: на особистісному рівні – як знання та навички, які людина здобула шляхом освіти, професійної підготовки, практичного досвіду і завдяки яким вона може надавати цінні виробничі послуги іншим людям; на мікроекономічному рівні – як сукупну кваліфікацію та професійні здібності всіх працівників підприємства, а також здобутки підприємства у справі ефективної організації праці та розвитку персоналу; на мезорівні – як сукупність набутих кваліфікаційних характеристик, реалізація яких визначає можливість формування конкурентних переваг регіонів і галузей або групи підприємств; на макроекономічному рівні – як накопичені вкладення в такі галузі діяльності, як освіта, професійна підготовка, вся сума людського капіталу всіх підприємств та всіх громадян держави.

Введений Г. Беккером різновид людського капіталу – специфічний – містить складові, що корисні одному працедавцю. Цей капітал сплачується тим підприємством, з яким він пов'язаний. Автор підходить до розкриття міркувань з цього приводу двобічно. З одного боку, працівник, який володіє великим запасом нагромадженого спеціального капіталу внаслідок багаторічної роботи на одному підприємстві, навряд чи зможе розраховувати на ідентичний рівень оплати праці в іншому підприємстві. З іншого боку, для підприємця такий працівник має вищу цінність, ніж новий. Це дає змогу усвідомити причину нижчої плинності кадрів у працівників з більшим стажем роботи і вищу частку заповнюваності вакансій фірми на основі внутрішніх просувань, ніж відносно набору із зовнішніх джерел. Навички і знання з широким спектром сфер можливого застосування автор відносить до загального людського капіталу, який корисний усім працедавцям [3].

Саме Г. Беккер пропонує в людському капіталі виділяти капітал освіти, капітал здоров'я, капітал професійної підготовки, капітал міграції, а також

володіння економічно значущою інформацією і мотивацією до економічної діяльності.

Кавецький В.В. [4, с. 50] поділяє людський капітал підприємства на три основні групи: *особистий, відчужуваний, колективний*. Автор зазначає, що високий рівень розвитку особистого людського капіталу підприємства, який доцільно використовується для одержання корисного результату, сприяє соціально-економічному зростанню організації. Інвестуючи кошти в відчужуваний людський капітал, підприємство сприяє розвитку інтелектуального потенціалу працівників та його трансформації в розробку і просування різноманітних інновацій, які можуть бути втілені як в матеріальній, так і в нематеріальних формах. Належний рівень колективного людського капіталу підприємства дозволяє сформувати якісну систему соціально-трудових відносин, яка сприяє конструктивній взаємодії співробітників та працівників робочих груп в процесі виконання своїх функцій та отриманню економічно значимих результатів.

Звертаючи увагу на участь в виробничому процесі, Л. Шевчук [5] поділяє людський капітал на *потенційний та реальний*. Під потенційним людським капіталом вчена розуміє абсолютно незадіяні здібності та кваліфікації непрацюючих носіїв робочої сили, або їхні здібності та кваліфікації задіяні у некваліфікованих роботах. На основі цього підходу Л. Шевчук говорить про проблему вимірювання фактичного (реального) та потенційного людського капіталу. На думку Л. Шевчук потенційний людський капітал у вартісному еквіваленті є більшим ніж реальний, оскільки перший включає вартість професійної освіти, здобутої усіма особами, що проживають в межах певної досліджуваної територіальної суспільної системи, а останній включає вартість здобутої освіти лише особами, що беруть участь у виробничому процесі.

Можна зробити висновок, що в літературних джерелах недостатньо приділена увага саме класифікації людського капіталу на рівні підприємства, що зумовлює необхідність наукового вирішення описаних проблем та доводить актуальність цього дослідження. Тому важливим є визначення даних видів людського капіталу та можливих напрямків здійснення управлінських впливів на ефективну взаємодію суб'єктів формування людського капіталу підприємства та його продуктивного використання у виробничо-господарських процесах.

Польський економіст, Т. Літван, визначає людський капітал на рівні підприємства як комбінацію інтелектуальної, особистої, мотиваційної складових, складової здоров'я, так само як і компетенцій, які допомагають працівникам розвивати себе, а також розвивати організацію і сприяти її функціонуванню [6].

Автор [7, с. 324] зазначає двохаспектну характеристику підприємств як суб'єктів економічних відносин стосовно формування, використання та розвитку людського капіталу. По-перше, вони є споживачами людського капіталу, оскільки залучають до трудової діяльності найманих працівників з метою використання їх компетенцій у процесі виробництва продукції, робіт, послуг. По-друге, вони формують та розвивають людський капітал шляхом збільшення нових ключових компетенцій, тобто тих професійних та особистісних якостей, які необхідні працівнику для займання конкретної посади. Формами розвитку персоналу є підвищення рівня володіння у працівників компетенцій, якими вони вже володіють, на основі підготовки та перепідготовки кадрів, підвищення кваліфікації та професійного досвіду.

Щодо підприємства, то активізація творчого потенціалу людини, розвиток висококваліфікованої робочої сили є найефективнішим способом досягнення економічного зростання. Теоретичний аналіз і оцінка різних класифікацій людського капіталу, дозволили запропонувати наступну класифікацію людського капіталу підприємства, представлену на рис. 2.

З огляду на те, що людський капітал у сфері економіки – це «оцінка втілених у людині здібностей приносить дохід шляхом використання інтелектуальних, трудових та інших здібностей і якостей людини та інших ресурсів, якими розпоряджається природа і суспільство» [8, с. 106], пропонується класифікувати людський капітал підприємства *за рівнем ефективного використання знань, умінь, досвіду, інтелектуальних та творчих здібностей його працівників:*

- *елітний людський капітал* – це кваліфіковані людські ресурси підприємства із сукупністю продуктивних якостей (висока професійна майстерність, здатність приймати адекватні рішення в умовах інтенсивних науково-технічних перетворень, толерантні навички колективної взаємодії, відповідальність, творчий підхід до виконання завдання та ін.), які вимагають не тільки спеціальних знань і досвіду, а і значних інтелектуальних зусиль та сприяють отриманню корисного (ефективного) результату суспільно-господарської системи з високим потенціалом розвитку в майбутньому.

- *неординарний людський капітал* – це кваліфіковані людські ресурси підприємства із сукупністю сформованих знань, здібностей, досвіду, навичок, мотивацій, які доцільно використовуються в суспільно-господарському процесі та орієнтовані також на вирішення проблем і задоволення потреб, які вимагають спеціальних знань, кваліфікацій, нового досвіду та значних інтелектуальних зусиль для ефективного його функціонування;

- *ординарний людський капітал* – це кваліфіковані людські ресурси підприємства, які беруть участь у виробничо-господарському процесі головним чином для вирішення проблем і задоволення потреб на основі засвоєних знань та досвіду, які не вимагають спеціальних знань і значних інтелектуальних зусиль.

На сучасному етапі розвитку економіки відбуваються зрушення у професійній структурі персоналу (збільшення частки працівників, що мають нові, знанне-інтелектуалізовані професії). На думку Р. Кроуфорда, однією з ознак економіки знань є саме формування еліти – «золотих комірців» (*gold-collar workers*). «Юристи, лікарі, аналітики, консультанти, бухгалтери, інженери, комп'ютерні програмісти, професори коледжів – усе це приклади «золотих комірців». Ці працівники завжди були надто нечисленні, щоб розглядати їх як окрему категорію у складі робочої сили, але зараз вони утворюють домінуючий вид зайнятих, замінюючи фермера, «синіх комірців» і «білих комірців», про що свідчить їх найбільша частка у складі персоналу фірми [9, с. 28].

Директор економічного центру Каліфорнійського університету Джордж Кімбелл відзначив, що головним ресурсом швидкого конкурентного розвитку сучасної економіки є нові технологічні ідеї, насамперед, висока кваліфікація і творча активність людей, здатних ці ідеї втілювати в життя. А керівник європейського підрозділу General Electric, віце-президент корпорації К. Сантьяго вважає, що люди – це єдина конкурентна перевага, яка є сьогодні у компаній [10].

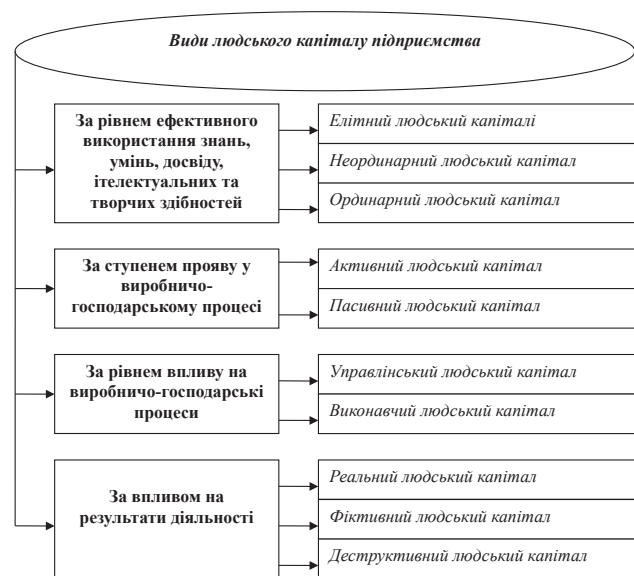


Рис. 2. Класифікація людського капіталу підприємства

Джерело: [розробка автора]

В результаті ефективного використання продуктивних здібностей суб'єктів формування людського капіталу відбувається максимальний розвиток останнього. З урахуванням зазначеного можемо стверджувати, що людина здатна у відповідних межах керувати своїм розвитком, застосовуючи саме ті здібності, які в даному випадку найбільш необхідні. Важливим є не тільки обсяг знань та здібностей, але й вміння ними користуватися.

Говорячи про підприємство, можна описати людський капітал як комбінацію наступних факторів [8, с. 109]:

- якості, які людина застосовує у своїй праці: розум, енергія, позитивність, надійність, відданість;
- здатність людини вчитися: обдарованість, уява, творчий характер;
- мотиви людини ділитися інформацією і знаннями: командний дух та орієнтація на цілі.

Однією з найважливіших властивостей людського капіталу є його здатність продуктивно проявлятися. Згідно цього, *за ступенем прояву у виробничо-господарському процесі*, людський капітал підприємства слід поділяти на активний та пасивний:

- *активний людський капітал* – це сукупність знань, навичок, здібностей, кваліфікацій та мотивації людських ресурсів, сформованих і розвинутих унаслідок інвестицій, які в результаті вірної мотиваційної політики керівництва проявляють себе активно в процесі досягнення визначених цілей та сприяють отриманню економічно значимих результатів;

- *пасивний людський капітал* – це сукупність знань, навичок, здібностей, кваліфікацій та мотивації людських ресурсів, сформованих і розвинутих унаслідок інвестицій, які в результаті системи управління слабо або частково проявляються у виробничо-господарському процесі та впливають на якість економічного зростання.

Під час дослідження людського капіталу підприємства, як і будь-якої іншої системи, необхідно розглядати не лише сукупність його складових, а також і множину системних взаємозв'язків, які безпосередньо впливають на ефективність її функціонування. З огляду на це, Н. Цимбаленко пропонує виділити також таку важливу характеристику людського ка-

піталу на мікроекономічному рівні, як ефективність взаємодії працівників підприємства, що є передумовою виникнення синергетичного ефекту під час спільного використання потенціалу усіх працівників [11, с. 304]. Таким чином, питання ефективності взаємодії та продуктивного використання активного та пасивного людського капіталу підприємства вимагає подальшого дослідження.

Класифікація людського капіталу за рівнем впливу на виробничо-господарські процеси передбачає дві основні категорії: управлінський та виробничий людський капітал підприємства.

Управлінський людський капітал – це кваліфіковані людські ресурси, які акумулюють знання, уміння, навички, творчі та інтелектуальні здібності, спрямовані на виконання конкретних управлінських функцій, несуть повну відповідальність за досягнення цілей організації та сприяють отриманню високих кінцевих результатів суспільно-господарської системи (лінійні і функціональні керівники і спеціалісти).

Виробничий людський капітал – це система характеристик кваліфікованих людських ресурсів, які цілеспрямовано використовуються у виробничо-господарському процесі, безпосередньо реалізують плани підприємства, сприяють зростанню продуктивності праці і завдяки цьому впливають на високі кінцеві результати суспільно-господарської системи (основний та допоміжний персонал).

Оновлення в організації, інноваційна діяльність вимагають від керівництва здатності перебороти різноманітні, насамперед професійні, стереотипи мислення і поведінки, тобто бути креативними [12]. Слід урахувати, що можливість і потреба творчості проявляється тільки тоді, коли усі якості, як особисті так і ділові, складають гармонічну цілісність, відповідають, взаємодоповнюють і взаємопосилюють їх потужність, коли їх сполучення направлено на формування творчого потенціалу, пошук і розвиток індивідуальних особливостей [13, с. 3].

Людський капітал являє собою сукупність здібностей людини, які тісно пов'язані з її діяльністю. Практично будь-яка діяльність людини – і трудова, і нетрудова, і суспільно-корисна, і суспільно-шкідлива може здійснюватися тільки завдяки застосуванню людиною свого капіталу.

За впливом на результати діяльності пропонуємо класифікувати людський капітал підприємства на реальний, фіктивний та деструктивний.

Реальний людський капітал – це сформовані та ефективно застосовані у виробничо-господарському процесі в результаті управління продуктивні (корисні) здібності кваліфікованих людських ресурсів, які забезпечують економічне зростання і не суперечать суспільним морально-етичним нормам і цінностям (наприклад, «трудоголіки», професіонали, спеціалісти світового рівня).

Фіктивний людський капітал – це сукупність незадіяних здібностей кваліфікованих людських ресурсів, які в силу різних обставин не використовуються у виробничо-господарському процесі, але споживають ресурси (заробітна плата), зменшуючи в результаті комерційний ефект суб'єктів господарювання.

Деструктивний людський капітал – це кваліфіковані людські ресурси підприємства, які з певною мотивацією, «паразитуючи» в структурі підприємства та здійснюючи тіншову діяльність, перешкоджають отриманню корисного (ефективного) результату та не відповідають суспільним морально-етичним нормам та цінностям (наприклад, корупціонери, крадії та ін.).

Слід наголосити на тому, що окремі людські якості не можна розглядати як суспільно корисні, некорисні або навіть шкідливі. Усе залежить від того, як людина використовує ті можливості, які їй надаються в процесі життєдіяльності.

Таким чином, виникає питання щодо мінімізації фіктивного та деструктивного людського капіталу в результаті управлінських дій та створення умов для ефективного його використання та розвитку на рівні підприємства. Водночас маємо визнати, що саме від рішення людини, від її волевиявлення залежить продуктивне функціонування людського капіталу. Ступінь віддачі від застосування людського капіталу залежить від індивідуальних інтересів людини, її матеріальної і моральної зацікавленості, світобачення, від загального рівня її культури. Також, на виявлення здібностей людини значно впливає мотиваційний механізм.

Відзначимо, що наявність певної кількості професіоналів в компанії є своєрідним показником успіху в бізнесі. Це підтверджує і виступ голови ради директорів корпорації Manpower на Всесвітньому економічному форумі в Давосі в 2011 році, який заявив про вступ людства до епохи людського капіталу (Human Age) [14, с. 58].

Управління людським капіталом підприємства має бути спрямоване на комплексний аналіз та оцінку використання суб'єктів його формування, а також виявлення основних тенденцій і причин його незадовільного використання. Специфіка цієї сфери управління визначається наступними властивостями суб'єктів формування людського капіталу (персоналу підприємства) [15, с. 405]:

- системність як окремого працівника, так і групи, спільноти;
- персонал як об'єкт і суб'єкт управління;
- залежність поведінки і властивостей персоналу від ситуації та її суб'єктивної оцінки;
- залежність результатів діяльності від організації праці і комунікацій;
- необхідність спеціальних управлінських знань для управління людьми та впливу діяльності персоналу на результати організації в цілому;
- управлінський вплив на персонал, що викликає активну взаємодію;
- схильність до впливу не тільки виробничих умов, але і зовнішніх і внутрішніх факторів;
- схильність до утворення інших систем, груп, що ведуть до появи нових факторів поведінки.

Отже, досягнення високого рівня ефективності виробничо-господарської діяльності можливо лише за умови забезпечення постійного та інтенсивного процесу якісного нагромадження, збільшення та збереження людського капіталу у вигляді професійних знань, вмінь та навичок працівників підприємства.

Висновки з проведеного дослідження. Підсумовуючи все вищевикладене, необхідно відмітити, що запропонована класифікація людського капіталу, а саме: за рівнем ефективного використання знань, умінь, досвіду, інтелектуальних та творчих здібностей його працівників; за ступенем прояву у виробничо-господарському процесі; за рівнем впливу на виробничо-господарські процеси; за впливом на результати діяльності, характеризує сформовані і застосовані у виробничо-господарському процесі продуктивні здібності людини, які є тими основними факторами, які перетворюють людські ресурси у діючий людський капітал і забезпечують економічне зростання як на індивідуальному рівні, так і на рівні підприємства. Очевидним на рівні підприємства

е ефективне формування і використання людського капіталу, що передбачає розробку відповідного механізму управління людським капіталом.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Економічна енциклопедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://slovo.org.ua/38/53402/380548.html>.
2. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки / О.А. Грішнова. – К. : Знання, КОО, 2001. – 524 с.
3. Беккер Г. Человеческое поведение. Экономический подход. Избранные труды по экономической теории: Пер. с англ., науч. ред. послесловия Р.И. Капелюшников, предисловия М.И. Левин. – М. : ГУВШЭ, 2003. – 614 с.
4. Кавецький В.В. Класифікація компонентів та шляхи підвищення рівня людського капіталу підприємства / В.В. Кавецький // Вісник Вінницького політехнічного інституту. – 2011. – № 1. – С. 49-54.
5. Шевчук Л. Т. Втрати людського капіталу в Україні: понятійно-категорійний апарат і концептуальні положення / Л. Т. Шевчук // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. – Львів : ІРД НАН України. – 2007, вип. 3(65). – С. 9-27.
6. Listwan. T. Zarzadzanie kadrami (HR Management). [Text] / T. Listwan – Warszawa : Wydawnictwo С.Н. Beck, 2006. – 434 р.
7. Позднякова С. Формування механізму управління людським капіталом / С. Позднякова, О. Следь // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 7. – С. 323-326.
8. Переверзева А.В. Етапи формування людського капіталу / А.В. Переверзева // Вісник ДонНУЕТ. Серія Економічні науки. – 2008. – № 3(39). – С. 106-112.
9. Crawford R. In the Era of Human capital: the Emergence of Talent, Intelligence and Knowledge as Worldwide Economic Force and what it means to Managers and Investors. – N.Y. : Harper Business, 1991. – P. 28.
10. Ільчук Л. Можливості та механізми «капіталізації» людського капіталу в Україні / Л. Ільчук [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://cpr.org.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=285:-qq-&catid=29:2010-06-15-18-48-34&Itemid=35.
11. Цимбаленко Н.В. Формування моделі управління людським капіталом підприємства [Текст] / Н. В. Цимбаленко // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». – 2010. – № 24(684). – С. 301-305.
12. Друкер П. Задачи менеджмента в XXI веке. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 272 с.
13. Буковинська М.П. Людський капітал: класифікація ділових та особистих якостей менеджерів / М.П. Буковинська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/5165/1/99.pdf>.
14. Кугел Ф. На пороге эпохи человеческого капитала / Ф. Кугел // Управление персоналом – Украина [Текст] / Ф. Кугел. – Киев : Издательство HRD, 2011. – № 7(214) – С. 58-61.
15. Дашко І.О. Передумови розвитку та управління людським капіталом підприємства / І.О. Дашко, А.І. Бурда // Збірник Національного технічного університету України. – 2012. – № 3. – С. 403-408.

УДК 657.1:075.8

Пічугіна М.А.
кандидат економічних наук,
доцент кафедри менеджменту
Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ПАРТНЕРСЬКИХ ЗВ'ЯЗКІВ ПІДПРИЄМСТВ ГАЛУЗИ (НА ПРИКЛАДІ КАБЕЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ)

Стаття присвячена розробленню рекомендацій щодо розвитку партнерських зв'язків підприємств кабельної промисловості. Розглянуто особливості функціонування кабельної галузі, ланцюг створення вартості в кабельній промисловості, типи відносин між підприємствами. Проведено оцінювання інтенсивності співпраці.

Ключові слова: зв'язки, кабельна промисловість, інноваційний процес, конкурентоспроможність.

Пічугіна М.А. НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ПАРТНЕРСКИХ СВЯЗЕЙ ПРЕДПРИЯТИЙ ОТРАСЛИ (НА ПРИМЕРЕ КАБЕЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ)

Статья посвящена разработке рекомендаций по развитию партнерских связей предприятий кабельной промышленности. Рассмотрены особенности функционирования кабельной отрасли, цепочка создания стоимости в кабельной промышленности, типы отношений между предприятиями. Проведена оценка интенсивности сотрудничества.

Ключевые слова: связи, кабельная промышленность, инновационный процесс, конкурентоспособность.

Pichugina M.A. DIRECTIONS FOR ENTERPRISES PARTNERSHIPS IN INDUSTRY (ON EXAMPLE OF THE CABLE INDUSTRY)

This article is devoted to recommendations for the development of business partnerships in the cable industry. The features of the cable industry are defined; the value chain in the cable industry is considered, the types of relationships between enterprises are determined. The intensity of cooperation are analyzed.

Keywords: relationships, cable industry, innovation process, competitiveness.

Постановка проблеми. Вітчизняні кабельні підприємства поступаються ринком високотехнологічної продукції зарубіжним виробникам. За прогнозами, ситуація буде загострюватися, що, зокрема, пов'язано з старінням активів і технологій, дефіцитом управлінських знань. Для підприємств кабельної промисловості напрямом подолання зовнішніх загроз та використання внутрішнього потенціалу підприємств може бути кооперація економічно самостійних підприємств кабельної промисловості і пов'язаних

установ та організацій різних організаційно-правових форм та напрямків діяльності для досягнення цілей кожного з учасників шляхом реалізації множини стратегічних інноваційних проектів та координації інноваційної діяльності в межах ланцюгів створення вартості. Відповідно, виникає необхідність дослідження процесів функціонування зазначених суб'єктів та визначення напрямів взаємодії між підприємствами. **Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Теоретичні підґрунтя дослідження розвитку

міжфірмових зв'язків, їх змісту та організаційних форм і моделей, що характерні для різних типів виробничих пристроїв, висвітлено в працях багатьох авторів, зокрема Баліна М., Жіда Ш., Кондратьєва М., Оуена Р., Райфайзена Ф., Рассела Дж., Туган-Барановського М., Фур'є Ш., Чаянова Д. та ін.

Варналій З. та Дрига С. підкреслюють необхідність розвитку взаємодії між суб'єктами господарської діяльності через заострення конкуренції, підвищення ступеня невизначеності середовища функціонування на фоні уповільнення темпів розвитку переважної більшості економік країн світу, посилення тенденції до сегментації споживачів та диференціації споживчого попиту [1, с. 5]. Маркович Б. наголошує на актуальності розвитку міжфірмової мережевої кооперації, яка передбачає створення стійких зв'язків між підприємствами за умов взаємної залежності та взаємовигоди [2]. Тобто в межах об'єднань за рахунок ефекту синергії внаслідок розвитку коопераційних зв'язків створюються можливості щодо підвищення конкурентоспроможності підприємств-учасників.

Постановка завдання. Незважаючи на наявність вагомого наукового доробку, комплексні дослідження коопераційних процесів та їх трансформації в сучасних умовах по суті відсутні. Саме тому метою статті є розроблення рекомендацій щодо розвитку партнерських зв'язків підприємств галузі на прикладі кабельної промисловості, в т. ч. визначення довгострокових економічних партнерів, забезпечення проведення спільного інноваційного процесу.

Виклад основного матеріалу дослідження. За кордоном існує тенденція укрупнення кабельних підприємств шляхом злиття, поглинання, розширення за рахунок побудови нових заводів. Так, в Польщі відбулося об'єднання п'яти заводів в одну компанію TELE-FONIKA Kable Sp. z o.o. S.K.A., яка стала однією з найбільших в Європі. Інтеграція кабельних підприємств Росії відбувається шляхом розширення металургійних холдингів.

На нашу думку, в довгостроковій перспективі в умовах змінного зовнішнього середовища «жорсткі» структури мають обмежену ефективність через ускладнений обмін знаннями, лімітований вертикальний і жорсткими рамками конфігурації. Затребувані стають тісні взаємодії (наприклад, по обміну знаннями, досвідом, технологіями) між підприємствами при збереженні певної самостійності і необхідної міри конфіденційності. У цих умовах зростає потреба створення «м'яких» об'єднань.

Експерти вважають, що шанс на довгостроковий розвиток в машинобудуванні мають лише високотехнологічні виробництва, якими володіють крупні приватні корпорації [3]. Але в кабельній промисловості діють лише кілька великих українських виробників, і навіть їх потужності поступаються іноземним. Крім того, є середні та малі підприємства, які не можуть розраховувати на те, щоб своїми силами здійснювати всі необхідні дослідження, а також упроваджувати інновації з необхідною швидкістю і в необхідних масштабах. Саме тому співпраця стає вирішальною рушійною силою здійснення інноваційних процесів у галузі.

Основними особливостями функціонування вітчизняної кабельної галузі в сучасний період є: великий асортимент продукції, що випускається; суттєвий вплив постачальників і торгових посередників на виробників і навпаки; основна маса кабельної продукції виробляється на великих і середніх підприємствах; сегментація ринку споживачів продук-

ції привела до змін в структурі самого виробничого сектора, який представлений сьогодні як крупними, так і невеликими фірмами.

Виробничі процеси на всіх підприємствах об'єднанні у ланцюг по створенню нової вартості (рис. 1). Одночасно ефективні операційні процеси вимагають постійних реінвестицій у всі сфери діяльності організацій, підготовку випуску нових товарів і освоєння нових ринків, на що також потрібні активи і ресурси.

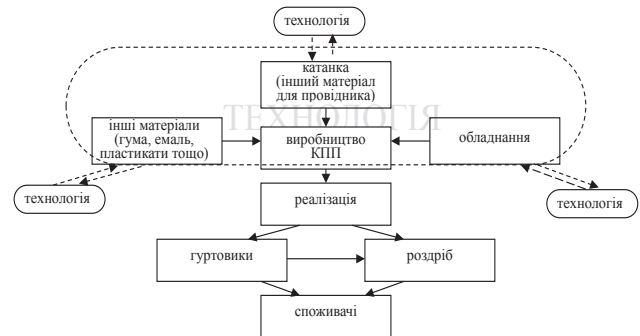


Рис. 1. Ланцюг створення вартості в кабельній промисловості

Основними джерелами фінансування розвитку кабельних підприємств є власні засоби підприємств; банківський кредит; інвестиції нового зовнішнього власника; авансування засобів замовником. Тому інвестиційний процес можемо охарактеризувати як «замкнений»: кошти від реалізації виробленої продукції в основному йдуть на виплату зарплат та закупівлю матеріалів.

Практично відсутні спільні проекти кабельних заводів з постачальниками. Основні потоки між підприємствами – товарно-грошові.

Частково відсутність спільних міжгалузевих проектів пояснює низькі показники інноваційної активності підприємств, незважаючи на те, що галузь потребує інновацій. В основному, здійснюються модифікуючі продуктивні інновації. Як правило, впровадження нової продукції супроводжується незначними технологічними і організаційними інноваціями.

Хоча основними причинами низької інноваційної активності підприємств є макрочинники (недостатність державної політики стимулювання інновацій, нерозвиненість механізмів венчурного фінансування, механізмів ліцензування тощо), але є і внутрішні чинники. Так, дослідження показало, що для більшості підприємств в кабельній галузі характерна лінійно-последовна модель інноваційного процесу, при якій головну роль відіграє ринок як джерело ідей для здійснення НДДКР. Відбувається послідовне виконання функціональних етапів інноваційного процесу. Ця модель є застарілою, для неї характерно відсутність гнучкості і зворотнього зв'язку між етапами, низька оперативність комунікацій – збільшення періоду розроблення нового, затягнення прийняття рішень, і, відповідно, зменшення результативності інноваційної діяльності.

На низьку результативність інноваційного процесу впливає система менеджменту. На більшості досліджених підприємств авторитарний стиль керівництва, що притаманно лінійній моделі інноваційного процесу. Ініціаторами інноваційної діяльності практично у всіх випадках вищий менеджмент підприємства.

Відзначимо і характерну для більшості підприємств галузі «закритість» інноваційного процесу, при якому майже не відбувається взаємодія внутріш-

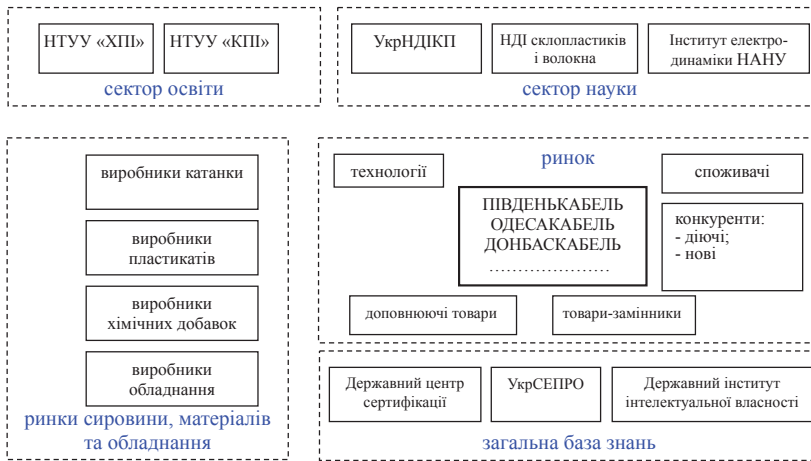


Рис. 2. Основні учасники інноваційного процесу у кабельній промисловості

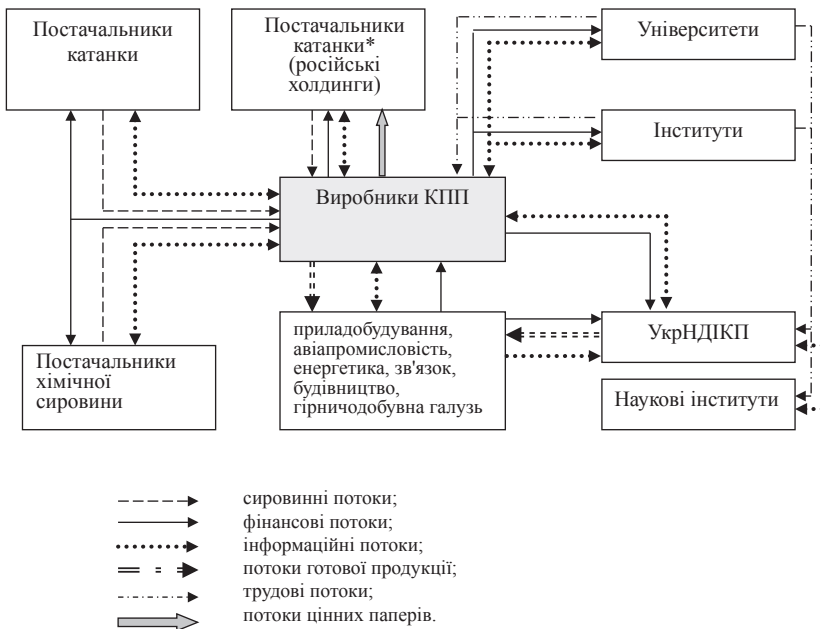


Рис. 3. Загальна схема потоків у кабельній промисловості

ніх підрозділів компаній і зовнішніх інститутів. І це, незважаючи на те, що існує потужна наукова інфраструктура (рис. 2).

Робимо висновок, що основною проблемою є недостатність стійких зв'язків між учасниками інноваційного процесу, які б забезпечували безперервність його протікання. У більшості підприємства користуються послугами власних технічних служб, які не мають (і не повинні мати) достатнього наукового потенціалу для створення принципово нових розробок. Іншим поширеним методом отримання доступу до нового знання є купівля готового пакету документації і технологій при замовленні імпортного устаткування.

Для підприємств галузі доцільним є перехід до моделі системної інтеграції інноваційного процесу (або інтерактивної моделі), яка передбачає проведення НДДКР з використанням інформаційних технологій, за допомогою яких встановлюються стратегічні зв'язки. Інноваційний процес є не тільки міжфункціональним, але й носить мультиінституційний, мережний, нелінійний характер. Ситуація, що склалася на вітчизняному кабельному ринку, може стати підґрунтям для розвитку співпраці.

Виробники використовують єдину мережу збуту, зав'язані на одних і тих же оптових компаніях. Продакцію компаній-конкурентів реалізують сім-дев'ять великих трейдерів, які охоплюють усю територію України: «Капро», «Промкабель», «Електро», «Кераміст», «Українська кабельна компанія» (УКК), «Інвест» тощо. Також співробітництво стимулює і спільна сировина база. Крім того, встановленню контактів сприяє те, що більшість виробників КПП об'єднанні у Асоціацію «Укрелектрокабель».

Таблиця 1

Характеристика типів відносин залежно від учасників

Типи відносин	постачальник-виробник	виробник-споживач	навчальний заклад-підприємство	НДІ-підприємство	навчальний заклад-НДІ
Організаційні форми взаємодії	вертикальна інтеграція, довгострокові відносини, повторні трансакції	вертикальна інтеграція, довгострокові відносини, повторні трансакції	довгострокові відносини, партнерські відносини	партнерські відносини, стратегічні альянси, довгострокові відносини	трансакції
Домінування/комунікативність учасників взаємодії					
Споріднені/самостійні структури	споріднені, самостійні структури	споріднені, самостійні структури	самостійні структури	самостійні структури	самостійні структури
Ступінь неформальності угод	формальні відносини	формальні відносини	неформальні відносини	неформальні, формальні відносини	неформальні, формальні відносини

Для аналізу взаємодії підприємств з точки зору вибудованих зв'язків між ними необхідно розглянути потоки ресурсів:

- грошові та інформаційні;
- трудових і матеріальних ресурсів;
- готової продукції та цінних паперів (рис. 3).

На основі аналізу вказаних вище потоків виділимо характеристики типів відносин залежно від учасників, які приймають в них участь (табл. 1).

Також можливі відносини типу «виробник-виробник», «наука-наука», однак вони практично відсутні. Відповідно, відмітимо і недостатність складних багатосторонніх відносин типу «постачальник-виробник-наука-споживач» тощо, які виникають і необхідні при реалізації інноваційних проектів.

Оцінювання інтенсивності співпраці на підприємствах-виробниках КПП, які входять до складу Асоціації «Укрелектрокабель», за показниками (табл. 2) показало тісну взаємодію між підприємствами (табл. 3, 4, 5).

Таблиця 2

Показники інтенсивності взаємодії

Показник	Позначення	Порядок розрахунку показника
Щільність мережі	C_n	Відношення числа реальних (парних) взаємодій до кількості всіх можливих, %
Інтенсивність ділових зв'язків	P_r	Кількість угод з одним і тим же партнером протягом року
Тривалість ділових контактів	D_r	Період існування ділових контактів між фірмами, років
Коефіцієнт перетину каналів збуту	K_d	Кількість спільних торгових представників, з якими співпрацюють компанії до загальної кількості дилерів на ринку
Коефіцієнт перетину каналів постачання	K_s	Кількість спільних постачальників, з якими співпрацюють компанії до загальної кількості постачальників сировини на ринку

Таблиця 3

Оцінка рівня взаємодії за допомогою показників щільності мережі, інтенсивності ділових зв'язків, тривалості ділових контактів

	ТОВ «Промінвест»			ТОВ «НВП «ПАКС»			ВАТ «АЗКС»			УкрНДІКП			Падана Кемікал Компаундс			ВНДІКП		
	C_n	P_r	D_r	C_n	P_r	D_r	C_n	P_r	D_r	C_n	P_r	D_r	C_n	P_r	D_r	C_n	P_r	D_r
ТОВ «Кабельний завод»	20	6	8	30	8	6	45	12	10				20	12	4			
ТОВ «Катех-Електро»	40	8	5										50	13	4			
ЗАТ «Алай»	10	2	3	20	9	7	10	1	5				60	12	5			
ЗАТ «Південькабель»				20	8	7				70	3	40	60	12	5	30	3	40
ТОВ «Енергопром»	25	6	7	25	8	7	35	14	10				25	14	2			
ТОВ «Електротехніка»	70	4	3	30	4	3							5	12	2			
ТОВ «Техпровод»				44	6	5							45	8	5			
ТОВ «Крок-ГТ»	3	8	11	70	6	11							1	4	4			
ВАТ «Азовкабель»				80	2	3												
ЗАТ «ВО «БКЗ»	25	12	3	2	12	3	25	12	20	80	1	15	70	12	7			
ТОВ «АКК»	25	15	6	25	15	6	10	16	10	95	20	15	25	15	7			
ЗАО «ВП «Азовкабель»				70	12	4							25	12	4			
МП «Тумен»	80	12	8															
ВАТ «Донбаскабель»				5	12	5				30	2	20	50	13	14	70	20	20
ВАТ «Одесаккабель»	30	6	8							60	2	20	60	6	8	30	2	25

Таблиця 4

Перетин каналів збуту кабельних виробників (K_d)

	Кабельний завод	Катех-Електро	Алай	Південькабель	Енергопром	Електротехніка	Техпровод	Крок-ГТ	Азовкабель	БКЗ	АКК
ТОВ «Кабельний завод»	1										
ТОВ «Катех-Електро»	0,2	1									
ЗАТ «Алай»	0,2	0,2	1								
ЗАТ «Південькабель»	0,4	0,7	0,5	1							
ТОВ «Енергопром»	0,7	0,3	0,5	0,7	1						
ТОВ «Електротехніка»	0,2	0,2	0,5	0,3	0,5	1					
ТОВ «Техпровод»	0,3	0,4	0,6	0,8	0,8	0,8	1				
ТОВ «Крок-ГТ»	0,3	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	1			
ВАТ «Азовкабель»	0,2	0,3	0,1	0,4	0	0,1	0,1	0,2	1		
ЗАТ «ВО «БКЗ»	0,5	0,4	0,2	0,5	0,6	0,2	0,2	0,2	0,3	1	
ТОВ «АКК»	0,1	0,8	0,7	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,2	1

Таблиця 5

Перетин каналів постачання кабельних виробників (Кс)

	Кабель-ний завод	Катех-Електро	Алай	Пів-день-кабель	Енерго-пром	Елек-тротех-ніка	Техпро-вод	Крок-ГТ	Азов-кабель	БКЗ	АКК
ТОВ «Кабель-ний завод»	1										
ТОВ «Катех-Електро»	0,1	1									
ЗАТ «Алай»	0,2	0,5	1								
ЗАТ «Південь-кабель»	0,2	0,3	0,4	1							
ТОВ «Енерго-пром»	0,2	0,4	0,5	0,6	1						
ТОВ «Електро-техніка»	0,5	0,3	0,3	0,5	0,6	1					
ТОВ «Техпро-вод»	0,4	0,3	0,7	0,6	0,4	0,5	1				
ТОВ «Крок-ГТ»	0,2	0,2	0,3	0,8	0,4	0,4	0,4	1			
ВАТ «Азов-кабель»	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0	1		
ЗАТ «ВО «БКЗ»	0,2	0,2	0,2	0,5	0,6	0,6	0,3	0,4	0,1	1	
ТОВ «АКК»	0,2	0,2	0,2	0,5	0,1	0,1	0,3	0,3	0,1	0,7	1

Використані показники, можливо, недостатньо об'єктивно відображають рівень інтенсивності співпраці двох конкретних підприємств. Однак дослідження було спрямоване на розгляд зв'язків у галузі в цілому, тому ймовірна похибка у визначенні рівня взаємодії двох підприємств на узагальнений результат не буде мати суттєвого впливу.

Проведене дослідження рівня взаємодії між підприємствами галузі показало високий рівень інтенсивності взаємодії. Крім того, наявність у них спільних проблем та «перетин» інтересів може стати основою для стійкого та довготривалого співробітництва.

Представлена методика може бути використана при оцінюванні рівня та напрямів взаємодії між підприємствами як в рамках однієї галузі, так і міжгалузевих зв'язків. Вона дозволяє виявити основних партнерів, визначити інтенсивність співпраці за показниками, і, відповідно, сформулювати висновки щодо напрямів розвитку співпраці.

Висновки з проведеного дослідження. Визначено, що загострення конкуренції змушує виробників задуматися про удосконалення та розроблення нових видів продукції, а відповідно про шляхи досягнення поставлених цілей, одним з яких може бути інтеграція зусиль.

На основі аналізу наукової інфраструктури галузі зроблено висновок про відсутність стійких зв'язків між учасниками інноваційного процесу, які б забезпечували безперервність його протікання. Також відмічено недостатність складних багатосторонніх

відносин типу «постачальник-виробник-наука-споживач» тощо, які виникають і необхідні при реалізації інноваційних проектів. Запропоновано співпрацю будувати у відповідності до моделі системної інтеграції інноваційного процесу, яка передбачає розвиток міжфункціональних, мультиінституційних, мережних відносин.

Проведене дослідження існуючих форм і каналів взаємодії у галузі дозволило зробити висновок про високий рівень інтенсивності взаємодії. Ці передумови дозволяють припустити, що підприємства кабельної промисловості при формуванні різноманітних коопераційно-інтеграційних утворень дістануть можливість концентруватися на інноваціях, що дозволить подолати технологічну відсталість і не зменшувати рівень конкуренції в секторі за рахунок збереження виробничої універсальності партнерів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Варналій З. Кооперація великих і малих підприємств як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємництва України / З. Варналій, С. Дрига // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2010. – С. 5–16.
2. Маркович І.Б. Трансформація промисловості в системі глобальних викликів: організаційно-мережеві зміни та конкурентно-інноваційні виміри : [монографія] / І.Б. Маркович. – Тернопіль : Астон, 2012. – 256 с.
3. Машины поднимают настроение [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://prommash.net/index.php?id=718>. — Загл. с экрана.

УДК 339.138:330.47

Поклонська Л.С.

*аспірант кафедри економіки організації та планування діяльності підприємства
Харківського національного економічного університету імені Семена Кузнеця*

ЕКОНОМІЧНИЙ ЗМІСТ ПОНЯТТЯ «ПРОДУКЦІЯ ВИРОБНИЧО-ТЕХНІЧНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ»

У статті досліджено структурно-логічну сутність категорії «продукція виробничо-технічного призначення». Дістала подальшого розвитку класифікація продукції виробничо-технічного призначення. Проаналізовано особливості формування та розвитку попиту на цю продукцію.

Ключові слова: продукція виробничо-технічного призначення, промислова продукція, класифікація продукції виробничо-технічного призначення, маркетинг промислової продукції, формування попиту.

Поклонская Л.С. ЭКОНОМИЧЕСКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПОНЯТИЯ «ПРОДУКЦИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННО-ТЕХНИЧЕСКОГО НАЗНАЧЕНИЯ»

В статье исследована структурно-логическая сущность категории «продукция производственно-технического назначения». Получила дальнейшее развитие классификация продукции производственно-технического назначения. Проанализированы особенности формирования и развития спроса на эту продукцию.

Ключевые слова: продукция производственно-технического назначения, промышленная продукция, классификация продукции производственно-технического назначения, маркетинг промышленной продукции, формирование спроса.

Poklonska L.S. ECONOMIC CONCEPT OF «MANUFACTURING-TECHNICAL PURPOSES»

Author of this article examines structural-logical entity category «production of manufacturing-technical purpose». Received the further development of the classification of products of production-technical purpose. Analyzed peculiarities of formation and development of the demand for these products.

Keywords: products of production-technical purpose, the industrial goods, the classification of products of production-technical purpose, the marketing of industrial products, formation of demand.

Постановка проблеми. Сучасна економіка України характеризується становленням ринкових відносин, формуванням підприємств і об'єднань різних форм власності, все зростаючої залежності виробників від споживачів, виникненням високої конкурентності. Створення та подальша зміна ринку промислової продукції супроводжується формуванням збутових структур, що складається з підприємств, діяльність яких спрямована на закупівлю і оптову реалізацію найширшого асортименту продукції виробничо-технічного призначення. Ринок продукції виробничо-технічного призначення має безліч особливостей.

Існують принципи відмінності між продукцією виробничо-технічного призначення і товарами народного споживання, а також послугами, маючи ряд своїх особливостей, пов'язаних зі специфікою товарів промислового призначення і самих учасників ринку. Актуальність цієї статті зумовлена тим, існують розбіжності у розумінні поняття продукції виробничо-технічного призначення та її класифікація.

Аналіз досліджень і публікацій. Значний науковий внесок у дослідження проблематики визначення поняття «продукція виробничо-технічного призначення» та її ролі для підприємства зробили такі вчені: О.У. Юлдашева [1], С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна [2], О. С. Телетова [3], М. А. Борисенко, О. Г. Гронь, В. М. Щетинін [4], А. І. Ковальов [5], А. В. Зозулев [6] Ф. Котлер [7], О.А. Грибанова [8].

Постановка завдання. Метою даної статті є введення семантичного аналізу поняття «продукція виробничо-технічного призначення» та уточнення її класифікації продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. У зв'язку з тим, що промислові підприємства випускають різні види продукції, під цією продукцією різні автори і практики розуміють різноманітні об'єкти.

Визначення продукції виробничо-технічного призначення, яке дає О. У. Юлдашева [1], є таким: про-

дукцією виробничо-технічного призначення є засоби виробництва, що проходять сферу обміну та обігу, а також предмети, що представляють собою суспільну вартість у невиробничій сфері.

На думку С. І. Чеботар та О.С. Телетова [2; 3], продукція виробничо-технічного призначення – це товари, які купують приватні особи або організації для подальшої їх переробки або застосування в бізнесі.

М. А. Борисенко, О. Г. Гронь та В. М. Щетинін [4] визначають, що продукція виробничо-технічного призначення – це товари та послуги, які призначені для забезпечення подальшого виробництва, задоволення комерційних потреб та споживання у процесі надання різного роду послуг суб'єктами господарювання різних форм власності, які оперують на ринку В2В.

А. І. Ковальов [5, с. 44] визначає продукцію виробничо-технічного призначення як товари, або послуги, придбані для підприємства.

Незважаючи на те, що розуміння поняття продукції виробничо-технічного призначення різними вченими відрізняється, можна зробити висновок, що під продукцією виробничо-технічного призначення розуміється готова продукція, що використовується для виробничого споживання.

На промисловому підприємстві при розробці маркетингової стратегії необхідно враховувати те, до яких класів належить продукція, що продається. Номенклатура продукції виробничо-технічного призначення налічує тисячі різних видів і різновидів. Тому вивчення видів продукції виробничо-технічного призначення можливо тільки за умови їх групування [2].

На думку А. В. Зозулева [6], класифікаційними ознаками продукції виробничо-технічного призначення є:

- роль у виробництві;
- вартість;
- швидкість амортизації;

рівень прийняття рішення про покупку.

Основними класифікаційними ознаками продукції виробничо-технічного призначення, за думкою О.У. Юлдашевої [1], є:

походження – продукція чорної металургії, машинобудування, хімічної промисловості, нафтопереробки тощо;

участь у процесі виробництва – сировина, основні і допоміжні матеріали, паливо і електроенергія та ін.; призначення – флюси, дизельне паливо, охолоджуючі рідини, зварювальні електроди тощо.

Крім цього, О.У. Юлдашева [1] продукцію виробничо-технічного призначення класифікує за фізичним станом, формою, розмірами та іншими ознаками.

О.С. Телетов [3] розділяє продукцію виробничо-технічного призначення на:

капітальне обладнання (будинки й споруди, стаціонарні установки);

допоміжне устаткування (рухоме й вантажно-транспортне устаткування, організаційно-технічне устаткування).

капітальне й допоміжне устаткування не стає частиною кінцевої продукції і його форма не змінюється в процесі використання;

сировина, напівфабрикати й деталі, матеріали (товари, які цілком використовуються в процесі виробництва або стають частиною готової продукції). Ці товари набагато дешевші за капітальне обладнання, а швидкість їхнього споживання набагато вища.

Борисенко М. А., Гронь О. Г. та Щетинін В. М. [4] пропонують розділення продукції виробничо-технічного призначення на дві групи:

товари, що витрачаються при використанні (сировина, матеріали, витратні вироби, послуги);

товари, що витрачають свій ресурс (ті, що ремонтуються, ті, що не ремонтуються).

В основі класифікації продукції виробничо-технічного призначення, що пропонує А. І. Ковальов [5, с. 44], можуть використовуватися різноманітні принципи: так, за його основу класифікації може бути рівень переробки продукції, а також область використання або її функціонального призначення в процесі виробництва:

сировина та матеріали;

напівфабрикати;

комплектуючі вузли та деталі;

енергія та енергоносії;

робочі машини та обладнання;

важке обладнання;

основне та допоміжне обладнання;

транспортні засоби;

допоміжні матеріали;

пакувальні матеріали;

допоміжні комплектуючі приналежності готової продукції;

канцелярські товари для офісів;

послуги промислового характеру;

будівлі та стаціонарні споруди;

передавальні пристрої;

земельні ділянки.

Класифікація А. І. Ковальова [5, с. 44] щодо продукції виробничо-технічного призначення в залежності від участі в основних фондах і оборотних коштах дозволяє виявити ще одну класифікацію за мотивами покупки:

власне продукція виробничо-технічного призначення, до якої відносяться основні засоби виробництва, допоміжне обладнання та допоміжні виробничі матеріали; опореседкована продукція виробничо-технічного призначення, до яких відносяться сировина, матері-

али та комплектуючі вироби, які входять до кінцевої продукції.

Ф. Котлер [7, с. 290-293] приводить класифікацію продукції виробничо-технічного призначення з розподілом на три групи:

матеріали та деталі;

капітальне майно;

допоміжні матеріали та послуги.

Виходячи з аналізу наукової літератури щодо критеріїв класифікації продукції виробничо-технічного призначення, найбільш поширеною є така класифікація [1]:

сировина;

матеріали;

напівфабрикати;

комплектуючі вироби;

взаємодоповнюючі деталі;

обладнання;

об'єкти капітального будівництва;

промислові послуги.

Розглянемо, що розуміється під кожним з видів продукції виробничо-технічного призначення.

Сировина – первинні товари для промисловості, які повністю використовуються у виробництві. До сировинних товарів належать: ліс, різні руди, хімічна сировина, промислове паливо, рослинне і тваринну сировину, основні сільськогосподарські продукти. У процесі обробки сировина приводиться у відповідність з встановленими державними, галузевими або корпоративними вимогами.

Матеріали поділяються на основні і допоміжні. Основні матеріали повністю витрачаються в процесі виробництва і одні повністю входять до готового продукту, а інші впливають на виробничий процес своєю присутністю. До основних матеріалів належать: лісоматеріали будматеріали, кабельна продукція, електроізоляційні матеріали, абразивні матеріали, текстильні вироби, продукти хімічної промисловості тощо. Оскільки основні матеріали повністю входять до готової продукції, при їх придбанні для підприємства важливим чинником буде їх вартість. Допоміжні матеріали не входять до складу готового продукту, вони використовуються в процесі виробництва повністю, сприяючи або полегшуючи роботу обладнання. До них належать: паливно-мастильні матеріали, фарби, лаки, мило та миючі засоби, обтиральні матеріали, канцтовари, різні експлуатаційні матеріали [1].

Сировина і матеріали використовуються для виробництва готової продукції.

Напівфабрикати. Другий етап обробки сировини і матеріалів, наступний після первинної. До напівфабрикатів відносять прокатну продукцію, швелер, труби, профільні метали, листове залізо, поковки, штампування, дріт і дротяні вироби, пластмаси, основні хімічні напівфабрикати та інші.

Комплектуючі вироби. Виходячи із спеціалізації підприємств та того, що на одному підприємстві складно здійснити всі стадії від видобутку сировини до створення готової продукції, існує ланцюжок підприємств, що взаємодіють одне з одним, виконують процес виробництва. Відсутність запасу комплектуючих, а також їх накопичення недоцільно для виробника.

Взаємодоповнюючі деталі. Їх використовують на різних етапах виробничого процесу, сприяє його здійсненню. До них відносять болти, скріпки, гвинти, гайки, підшипники та інші.

Обладнання. Розділяють на основне і допоміжне. Придбання обладнання розглядається як капітальне вкладення, які стають частиною основного капі-

талу підприємства. Основне обладнання може бути універсальним, використовується для різних видів робіт зі своєї галузі, триваліший термін амортизації вартості, що зменшує собівартість готової продукції. Спеціалізоване обладнання призначене для виготовлення лише одного виду продукції з певної сировини і заготовок.

Об'єкти капітального будівництва – це споруди та будівлі. На відміну від розрізненої продукції об'єкти капітального будівництва – це організована, взаємопов'язана система засобів виробництва, які є складовою частиною технології виробництва.

Промислові послуги. Надаються банками, торгівельними організаціями, страховими компаніями, юридичними фірмами, агентствами з працевлаштування, рекламними агентствами, консалтинговими компаніями. Особливість просування послуг в тому, що встановити якість дуже важко до моменту отримання. Найпоширенішими послугами на промисловому ринку є: технологічні послуги, інформаційно-консультативні послуги, фінансово-розрахункові і кредитні послуги, транспортно-експедиційні послуги, лізингові і прокатні послуги ті інші.

Маркетинг продукції виробничо-технічного призначення ускладнений її відмінністю від маркетингу готової продукції індивідуального споживання розвитком та особливостями формування попиту на цю продукцію [8].

Перша особливість – детермінуючий характер попиту при підвищенні вимог споживачів до якості продукції виробничо-технічного призначення, які купуються за цільовим призначенням та використовуються для певних видів продукції. Збільшення вимог до продукції виробничо-технічного призначення з боку споживачів викликає залежність і довгостроковість відносин продавця та споживача. Відмова від співпраці з постачальником продукції виробничо-технічного призначення змушує виробників готової продукції вдаватися до альтернативи основним матеріалам, змінювати технологію виробництва, це тривалий та недоцільний процес. Таким чином, особливість попиту на продукцію виробничо-технічного призначення породжує нееластичність попиту, тим більше що постачальників товарів цільового виробничого призначення – невелика кількість.

Друга особливість полягає у «вторинності» впливу попиту на товари виробничого призначення: попит на товари виробничо-технічного призначення виникає не сам по собі, а як наслідок попиту на кінцеву продукцію. Необхідно врахувати дві галузі ринкових відносин: виробництво продукції виробничого-технічного призначення і товарів кінцевого споживання. Тому виробники продукції виробничо-тех-

нічного призначення мають вивчати попит, кінцевих індивідуальних споживачів.

Третя особливість маркетингу продукції виробничо-технічного призначення – це відносно обмежена місткість ринку. Покупцями їх можуть бути або група підприємств з вузькою спеціалізацією, або певна галузь виробництва. Невелика кількість споживачів призводить до переважання інтересів покупців на ринку, що в кінцевому підсумку визначає пропозицію продукції виробничо-технічного призначення.

Четверта особливість – це тенденція до розширення прямих закупівель продукції виробничо-технічного призначення з орієнтацією на конкретні виробничі потреби та індивідуальні замовлення спеціального обладнання [1].

Висновки. Враховуючи накопичений світовий досвід та пропозиції українських вчених та практиків, можна зробити висновок, що продукція виробничо-технічного призначення – це продукт, який знаходиться на виході виробничої системи підприємства. При виробництві продукції виробничо-технічного призначення виробник орієнтується на конкретного кінцевого споживача. Це викликає необхідність встановлення безпосередніх прямих взаємин з покупцем продукції. Від налагодженого процесу формування маркетингової діяльності на промисловому підприємстві, її своєчасного вдосконалення залежить ефективність роботи промислового підприємства в цілому. Викладений матеріал є основою для розроблення методичного забезпечення для формування маркетингової та рекламної стратегії просування продукції виробничо-технічного призначення.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Юлдашева О.У. Промышленный маркетинг – теория и практика / О.У. Юлдашева : учеб. пособие. – М. : ЮНИТИ, 2003.
2. Чеботар С. І. Маркетинг : навчальний посібник / С. І. Чеботар, Я. С. Ларіна. – К. : «Наш час», 2007. – 504 с.
3. Телетов О.С. Маркетинг продукції виробничо-технічного призначення / О.С. Телетов : учеб. пособие. – Суми : Вид-во Сумського державного університету, 2002. – 231 с.
4. Борисенко М. А. Промисловий маркетинг / М. А. Борисенко, О. Г. Гронь, В. М. Щетинін : навч. посібник. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2010. – 292 с.
5. Ковалев А. И. Промышленный маркетинг : монография / А. И. Ковалев. – ООО «Благовест-В», 2002. – 304 с.
6. Зозулев А.В. Промышленный маркетинг: стратегический аспект : учебное пособие / А.В. Зозулев. – Х. : Студцентр, 2005. – 328 с.
7. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. – М. : ИД «Вильямс», 2007. – 656 с.
8. Грибанова О.А. Система продвижения товара как фактор развития машиностроительного производства // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2010. – № 1. – С. 39-44.

УДК 65.014.1:331.522.4(045)

Полоус О.В.

аспірант кафедри фінансів, обліку та аудиту
Інституту економіки та менеджменту
Національного авіаційного університету**УПРАВЛІННЯ ФОРМУВАННЯМ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ
НА СТАДІЯХ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА**

У статті досліджуються питання управління формуванням трудового потенціалу на різних стадіях розвитку підприємства. Розглядається взаємозв'язок виконання робітником норм виробітку та його психологічного стану від тривалості виробничої діяльності на робочих місцях. Аналізується практична площина формування трудового потенціалу в залежності від стадії розвитку підприємства.

Ключові слова: трудовий потенціал, формування, розвиток, підприємство, стадія, управління.

Полоус О.В. УПРАВЛЕНИЕ ФОРМИРОВАНИЕМ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА НА СТАДИЯХ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье исследуются вопросы управления формированием трудового потенциала на разных стадиях развития предприятия. Рассматривается взаимосвязь исполнения работником норм выработки и его психологического состояния от продолжительности производственной деятельности на рабочих местах. Анализируется практическая плоскость формирования трудового потенциала в зависимости от стадии развития предприятия.

Ключевые слова: трудовой потенциал, формирование, развитие, предприятие, стадия, управление.

Polous O.V. MANAGEMENT OF THE FORMATION OF WORK POTENTIAL ON THE STAGES OF DEVELOPMENT OF THE ENTERPRISE

This paper examines the management of work potential formation at different stages of company development. Correlation between worker performance of the standards and his psychological condition on the length of productive activities on the workplace are considered. The practical plane of formation of work potential, depending on the stage of development of the enterprise are analyzed.

Keywords: work potential, formation, development, enterprise, stage, management.

Постановка проблеми. Сучасні умови соціально-економічного розвитку України потребують комплексного підходу до формування трудового потенціалу колективів підприємств. Вітчизняний досвід формування виробничих колективів в значній мірі спирався на державну систему підготовки кадрів, при якій підприємства та організації в плановому порядку забезпечувалися робітниками, професійно-кваліфікаційні якості яких формувалися під реальні потреби виробництва вже безпосередньо в процесі праці. Кадрові служби підприємств в цих умовах вирішували більш вузьке коло питань: реєстрація заяв про прийом на роботу, оформлення. На етапі ринкових реформ основні задачі професійно-кваліфікаційної та соціально-психологічної підготовки делегуються підприємствам та організаціям, тим самим сьогодні підприємства самі формують свій трудовий потенціал, але стадіям розвитку підприємства при цьому рідко приділяється увага. Тому питання відповідності стандартів управління формування трудового потенціалу стадії розвитку конкретного підприємства є актуальним в умовах сучасної економіки.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню питань управління формування трудового потенціалу на різних стадіях розвитку підприємства присвячені праці таких вітчизняних та зарубіжних вчених, як Юдіна Л.Н., Андреев С.В., Одегов Ю.Г., Журавльов П.В., Бичин В.Б., Андреев К.Л., Скаржинський М.І., Баландін І.Ю., Тяжов А.І та ін. Роботи даних авторів створюють сприятливу основу для подальших наукових досліджень в сфері управління трудовим потенціалом при розгляді даного процесу на різних стадіях розвитку підприємства.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Огляд та аналіз економічної літератури та управлінської практики в сфері формування трудового потенціалу підприємств вказує на наявність достатньої кількості невирішених питань, які впливають на ефективність управління формуванням тру-

дового потенціалу та загальний розвиток підприємства. Враховуючи постійну динаміку зміни факторів внутрішнього та зовнішнього середовища діяльності підприємств, а також зростання значення та уваги до проблем управління та розвитку трудового потенціалу, зазначені питання управління формуванням трудового потенціалу потребують постійного дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження управління формуванням трудового потенціалу на різних стадіях розвитку підприємства.

Виклад основного матеріалу. Формування трудового потенціалу підприємства – особлива стадія, в процесі якої закладаються основа діяльності підприємства та перспективи подальшого його розвитку. Ця стадія являється виключно важливою в життєвому циклі підприємства. Від своєчасного та повного вирішення соціально-економічних та організаційних задач багато в чому залежить його ефективна робота. Відхилення чисельності персоналу від науково обґрунтованої потреби підприємства як в менший, так і в більший бік негативно впливає на рівень трудового потенціалу. Так, нехватка персоналу призводить до недовикористання виробничого потенціалу та надмірного навантаження на робітників, утримання надлишкової кількості веде до недовикористання їх індивідуального потенціалу. Як значне перевищення робітником рівня трудового потенціалу, що вимагається виробництвом, так і його нехватка можуть сприяти росту незадоволення працею та плинності кадрів. Для одних робота нецікава, так як не дає можливості використати наявні знання, навички, досвід, а для інших занадто складна через недостачу останніх. Таким чином, ціль формування трудового потенціалу – звести до мінімуму втрати, обумовлені розбіжністю здібностей до праці, що формуються в процесі навчання та особистих якостей людини з можливостями їх використання при виконанні конкретних видів робіт, потенційної та фактичної зайнятості в кількісному та якісному відношенні [1, с. 169].

Для забезпечення наукової обґрунтованості формування трудового потенціалу необхідно враховувати, що розвиток будь-якого підприємства має свій «життєвий» цикл, тобто проходить стадії створення, освоєння, використання, модернізації, повторного використання та ліквідації. Крім того, протягом двох-трьох десятиліть світ сильно змінився. З'являються нові структури попиту та пропозиції, з'являються абсолютно нові товари, що складають конкуренцію старим і, природно, що підприємство не може швидко адаптуватися до цих змін. При цьому строк життя підприємства в сучасному світі має тенденцію до скорочення [2, с. 55]. Крім того, необхідно враховувати не тільки життєвий цикл підприємства, але й життєвий цикл виробу чи послуги і вчасно переходити на освоєння та випуск нових.

Структура виробництва розвивається та змінюється за стадіями життєвого циклу підприємства під впливом циклів життя виробу. Доцільність використання поняття «життєвий цикл виробу» в рамках дослідження трудового потенціалу полягає в тому, що, по-перше, послідовність фаз циклу можна використати як своєрідну шкалу розвитку за допомогою якої визначаються вимоги нової техніки до виробництва та трудового потенціалу підприємства. По-друге, передбачити перехід на випуск нової продукції та вчасно підготувати технологію, техніку, організацію виробництва та людей. По-третє, явно перенавантажена система критеріїв та методів оцінки на фоні поняття «життєвий цикл» розподіляється за його фазами та конкретизується, звільнюючи систему від навантаження.

Формування трудового потенціалу підприємства залежить від циклів життя виробу та полягає у встановленні та математичній формалізації стійко діючих в часі тенденцій зміни: об'єму випуску виробу по рокам циклу життя; набір параметрів, що характеризують якісний склад матеріально-речового та особистісного факторів виробництва, а також показників повної трудоемності по рокам циклу. Між виробництвом продукції та формуванням трудового потенціалу існує складний причинно-наслідковий взаємозв'язок.

Стосовно до тривалості циклу виробництва продукції (T) співвідношення питомих показників нових виробів (P_n) та вже освоєної продукції (P) можна представити стосовно до затрат живої праці (t) наступним чином. Якщо $P_n(t) > P(t)$, при $t \in T$, то виробництво нової продукції потребує додаткових ресурсів живої праці [3, с. 114]. При співвідношенні $P_n(t) < P(t)$, коли $t \in T$ – спостерігається вивільнення ресурсів. Як показали дослідження, найбільш типовим є співвідношення $P_n(t) > P(t)$ при $0 < t < p$, де p – тривалість періоду освоєння. Економічний зміст даного співвідношення полягає в тому, що протягом періоду освоєння (p) нова продукція вимагає додатковий затрат живої праці, а в інтервалі $p < t < m$, де m – період повного освоєння проектних показників, вони компенсуються та з моменту m до моменту зняття з виробництва нової продукції підвищується рентабельність виробництва. Врахування цих особливостей протікання процесів освоєння нової продукції дозволить одночасно з розробкою плану технічного розвитку підприємства формувати цільові установки в області вимог до трудового потенціалу та його структури. Так, наприклад, перехід до широкого використання нових методів обробки веде не тільки до морального знецінення ряду традиційних професій, але й визначає необхідність в робітниках, що володіють новими технологіями. Масштаби передбачених

в цьому відношенні заходів служать основою, що визначає склад та розмір дій в області перепідготовки кадрів та формуванні нової структури трудового потенціалу підприємства.

Накопичення банку даних про тривалість циклів життя виробів та їх родин, про життєвий цикл підприємства дозволить пропорційно розподіляти ресурси під час циклу та оптимальним чином формувати трудовий потенціал підприємства.

Формування трудового потенціалу підприємства тісно пов'язане також з проблемою трудової мобільності його робітників. Це одна із актуальних проблем в області дослідження формування трудового потенціалу підприємства. Для її вирішення необхідно знайти таке співвідношення між стабільністю та мобільністю, при якому підприємство буде повністю укомплектоване необхідним трудовим потенціалом.

В процесі трудових переміщень в формі кваліфікаційного росту, посадового підвищення, переходу до виконання більш складних робіт та ін. мобільність протистоїть стабільності кадрів відносно підприємства. Це пояснюється тим, що чим повніше використовується трудовий потенціал робітника, тим менший відтік робочих за межі підприємства взагалі та за причиною плинності, зокрема. Відносна стабільність в рамках трудового колективу полягає в здатності робочих кадрів до руху з цілю забезпеченню постійної відповідності між організаційно-технічним рівнем виробництва та структурою трудового потенціалу колективу.

Забезпечення відповідності трудового потенціалу засобам виробництва, його цілям та задачам потребує від колективу формування нових властивостей, однією із яких є стійкість [4, с. 67]. Якщо стабільність відображає тільки кількісну сторону явища, то стійкість характеризує якісний стан виробничого колективу та кількісних змін, що в ньому відбуваються.

Розглядаючи «стійкість колективу» необхідно виходити з того, що головна його складова – не постійність складу робітників протягом певного відрізка часу, а постійність розвитку трудового потенціалу колективу. Таким чином, стійким є такий колектив, який при динамічному русі робітників як всередині, так і зовні підприємства, зберігає та навіть підвищує свій трудовий потенціал.

До нестійких слід віднести колективи, в яких рух тягне за собою зниження трудового потенціалу, а також ті колективи, в яких при зовнішньому незмінному складі (стабільності) трудовий потенціал понижується в результаті дії внутрішніх процесів. Таким чином, стійкість можна розглядати як розвиток трудових потенціалів його робітників в процесі виробництва.

При цьому розвиток трудової мобільності робітників не виключає збереження відносної стійкості їх трудового потенціалу по відношенню до обраної професії, робочого місця, що вони займають та трудового колективу.

Формування відносно стабільних трудових колективів прямо пов'язане з наявністю економічно обґрунтованих строків роботи на даному робочому місці, підприємстві, тобто періоду з моменту початку роботи на новому робочому місці до досягнення робітником найвищого рівня продуктивності праці. Підвищення даного строку веде до ряду негативних моментів: призупиняється ріст трудового потенціалу робітника, формується негативне відношення до нових форм та методів праці.

На наявність даних тенденцій вказується також і

в низці соціологічних досліджень, коли відмічається, що кадрові робітники, що досягли високого розряду, втрачають стимул до подальшого росту. Таким чином, тривала робота на одному підприємстві і на одному робочому місці у робітників понижуює інтерес до підвищення свого потенціалу. В певних умовах дана обставина може призвести до зниження трудового потенціалу підприємства в цілому.

Таким чином, важливою, такою, що відображає межу підвищення трудового потенціалу робітника характеристикою є економічно доцільний строк (ЕДС) його роботи на одному робочому місці.

Дослідженню даного питання присвячені роботи Тяжова А.І. та Скаржинського М.І. [5, с. 45]. Аналіз взаємозв'язку виконання робітником норм виробітку та психологічного стану робітників від тривалості виробничої діяльності на робочих місцях дозволив визначити економічно доцільний строк, тобто період від початку роботи на новому місці та до досягнення робітником найвищого рівня норм виробітку чи продуктивності праці, представлений на рисунку 1.

Як видно з рисунку, з моменту початку роботи на новому робочому місці протягом 4,5 року (період адаптації) постійно відбувається нарощення трудового потенціалу та спостерігається покращення психологічного стану робітників.

З плином часу виробничі діяльність стає не цікавою, не дає можливості для подальшого кваліфікаційного росту, так дослідження показують, що в період 4,5 до 6,5 року у робітників часто виникають конфлікти в колективі, вони відчувають велику незадоволеність. Продовження виробничої діяльності понад економічно доцільний строк стримує наростання трудового потенціалу внаслідок вичерпання технічних можливостей праці, стає економічно та соціально-психологічно неоптимальним.

За межами економічно доцільного строку роботи на одному робочому місці (ЕДС) значно падає продуктивність праці, крім цього продовження роботи супроводжується також рядом негативних наслідків: призупиняється розвиток, формується так звана професійна обмеженість робітників, яка в процесі виробництва знаходить прояв в негативному відношенні робітників до нових форм та методів роботи, зняряд-

ням та засобам виробництва. Прояви негативу особливо характерні для робітників, що тривалий час зайняті некваліфікованою або малокваліфікованою працею, але й кваліфіковані робітники можуть здійснювати певний супротив в освоєнні нової техніки та технологій.

Коли робітник «руками та ногами» незалежно від усвідомлення цього приростає до даного робочого місця, даної техніки та технологій, перетворення його наявних здібностей у відповідно до потреб виробництва, що змінюються стає практично неможливим, які б зусилля не робилися в напрямку професійного перенавчання та підготовки.

Починаючи з 6,5 року роботи без зміни виробничої діяльності на одному й тому ж робочому місці продуктивність праці знову починає рости, але вкрай повільно. В результаті рівень індивідуальної продуктивності праці не досягає максимуму. З деяким запізнілим часовим лагом аналогічні зміни відмічаються і у відношенні психологічного стану робітників [6, с. 123].

Економічно доцільний строк, взятий як середньоскупний показник, характеризує технічну складність того чи іншого виробничого процесу. Звідси слідує, що чим вище технічна складність та змістовність виробничого процесу, тим при інших рівних умовах довшим є ЕДС.

В цілях забезпечення безперервного розвитку трудового потенціалу в певний момент часу виникає необхідність переходу робітника до нового виду праці. Даний перехід являється важливою умовою розвитку трудового потенціалу робітника. Але й передчасний перехід робітника до іншого виду праці не завжди сприяє створенню безперервного здійснення даного процесу.

При цьому, якщо зміна праці супроводжується збагаченням її змісту та розширенням сфери прикладення праці робітниками своїх професійних здібностей, то об'єктивно подовжується економічно доцільний строк розвитку трудового потенціалу, і в конкретних умовах виробництва необхідність переходу робітників на нове місце роботи настає дещо пізніше, ніж в менш змістовних видах праці.

Перехід робітників від одного виду праці до іншого повинен забезпечуватися адміністрацією підприємства, оскільки обов'язковою умовою успішного функціонування системи професійного просування є наявність постійної інформації про запити робітників та об'єктивних показників їх виробничої діяльності, тобто необхідним є введення моніторингу розвитку трудового потенціалу робітника.

Доведена залежність між строком роботи на одному робочому місці та ефективністю виробничої діяльності говорить про необхідність визначення середніх строків перебування на одному робочому місці або посаді. Знання цих строків дозволить більш чітко планувати підвищення кваліфікації робітників, здійснювати планомірну ротацію та просування персоналу по робочим місцям та посадам. Економічно доцільний строк роботи на одному робочому місці – це умова розвитку трудового потенціалу робітника та, відповідно, росту ефективності виробництва. Встановлення цих строків для різних кате-

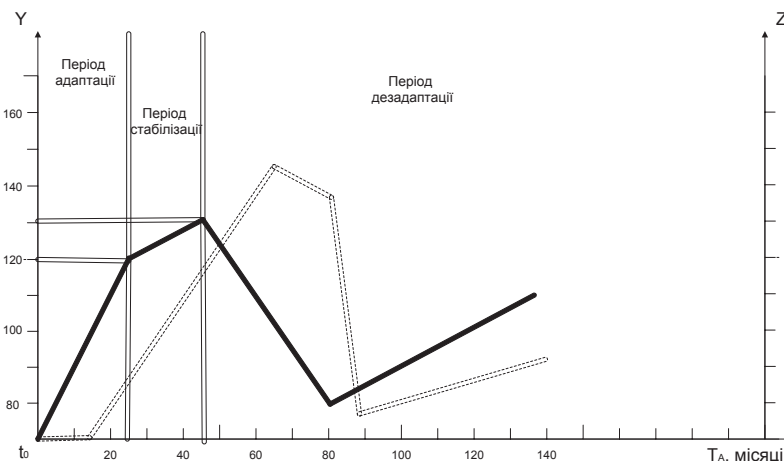


Рис. 1. Залежність рівня використання трудового потенціалу від тривалості роботи на одному робочому місці

P – рівень виконання норм виробітку в залежності від тривалості роботи на робочому місці;

PS – оцінка психологічного стану особистості;

TA – середня тривалість роботи на даному робочому місці, міс.;

Y – середній рівень виконання норм виробітку на робочому місці, %;

Z – оцінка психологічного стану особистості на робочому місці, бал.

горій посад суттєво підвищить ефективність роботи з розвитку трудового потенціалу підприємства.

Використання ротації для робітників зрілого віку доцільно для подолання застою кадрів, зайвої професійної «прив'язаності» робітника, і в даному випадку необхідно враховувати його можливості адаптуватися до нових умов та ефективно навчатися. Крім цього, треба враховувати, щоб робітник був не тільки морально, але й матеріально зацікавлений в просуванні по службі, зміні посади.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, формування трудового потенціалу на підприємстві з урахуванням економічно доцільного строку роботи на одному робочому місці та узгодження його зі стратегією виробництва, дозволять управляти процесом розвитку трудового потенціалу, націленим на ріст ефективності діяльності підприємства. Процес формування та функціонування колективу повинен розглядатися як складна соціально система, що включає сукупність наступних елементів: комплекти кадрів, виробничу адаптацію, потенційна мобільність кадрів, внутрішньовиробничі просування, і все це повинно відбуватися з урахуванням трудового потенціалу кожного робітника.

На практиці недовикористання трудового потенціалу (невідповідність між потенційними можливостями робітника та їх реалізацією) проявляється у невідповідності між потребами виробництва та професійною структурою кадрів, між наявним та фактично необхідним рівнем кваліфікації робітників; в нерациональному розподілі трудових функцій; в роботі не за спеціальністю; в незадоволеності працею, її організацією та умовами; в недостатньо розвинутому відчутті відповідальності робітника та ін. Оцінка трудового потенціалу робітника повинна передбачати визначення кількості, якості, відповідності та міри

використання його потенціалу в цілях організації.

З плином часу трудовий потенціал робітника піддається змінам. Ці зміни можуть бути як прогресивними (впровадження нової техніки, заміна застарілого обладнання, ліквідація мало завантажених робочих місць та робочих місць, що не відповідають сучасним вимогам, покращення умов праці та ін.), так і регресивними. Ця обставина вказує на необхідність врахування при плануванні та впровадженні нововведень не тільки характеристики та ступеня їх впливу на трудовий потенціал робітника, але й можливих наслідків, що випливають із цих впливів.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Юдина Л.Н., Яцко В.А. Оптимизация трудового потенциала предприятия как фактор повышения конкурентоспособности / Л.Н. Юдина, В.А. Яцко // Тезисы докладов VI Международной научно-технической конференции «Актуальные проблемы электронного приборостроения», АПЭП-2002. – Новосибирск : НГТУ, 2002. – С. 168-173.
2. Андреев С.В. Кадровый потенциал и проблемы занятости в условиях перехода России к рыночным отношениям / С.В. Андреев. – М. : Ин-т социологии, 1997. – 360 с.
3. Одегов Ю.Г. Управление персоналом : учебник для вузов / Ю.Г. Одегов, П.В. Журавлев. – М. : Финстатинформ., 1997. – 878 с.
4. Одегов Ю.Г. Трудовой потенциал предприятия. Пути эффективного использования / Ю.Г. Одегов, В.Б. Бычин, К.Л. Андреев. – Саратов : Изд-во Саратов. университета. 1991. – Ч. 1. – 176 с, Ч. 2. – 122 с.
5. Скаржинский М.И. Трудовой потенциал социалистического общества / М.И. Скаржинский, И.Ю. Баландин, А.И. Тяжов. – М. : Экономика, 1987. – 100с.
6. Тяжов А.И. Индивидуальный трудовой потенциал и политико-экономическая концепция человеческих способностей / А.И. Тяжов. – Кострома : Изд-во Костромского гос. университета им. Н.А. Некрасова, 1999. – 320 с.

УДК 005.2:005.412

Полянська А.С.

доктор економічних наук,

завідувач кафедри менеджменту і адміністрування

Івано-Франківського національного технічного університету нафти і газу

СУЧАСНІ МЕХАНІЗМИ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Дано характеристику сучасним механізмам розвитку промислових підприємств. Обґрунтовано практичні засади їх реалізації, які дозволить створити передумови для кардинальних перетворень у діяльності промислових підприємств. Запропоновано напрями та шляхи реалізації змін у межах дії механізмів розвитку підприємств.

Ключові слова: розвиток, механізми розвитку, підприємство, трансформація, адаптація.

Полянская А.С. СОВРЕМЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Охарактеризованы современные механизмы развития промышленных предприятий. Обоснованы практические аспекты их реализации, позволяющие создать предпосылки для кардинальных изменений в деятельности промышленных предприятий. Предложены направления и пути реализации изменений в пределах действия механизмов развития промышленных предприятий.

Ключевые слова: развитие, механизмы развития, предприятие, трансформация, адаптация.

Polyanska A.S. MECHANISMS OF DEVELOPMENT OF INDUSTRIAL ENTERPRISES

The characteristic of modern development mechanisms of industry enterprises are generalized. The practical aspects of its implementation that will create the preconditions for radical changes in the industrial sector are grounded. Directions and ways of changes implement within the acting of existing development mechanisms of industry enterprises are proposed.

Keywords: development, mechanisms of development, enterprise, transformation, adaptation.

Постановка проблеми. Кризові явища в економіці торкнулися майже усіх країн світу. Швидкість та якість їх подолання залежить від соціально-еконо-

мічних особливостей розвитку окремої країни, від потенціалу розвитку, сформованого окремими підприємствами. Очевидним є те, що ситуація у вітчиз-

няній промисловості потребує кардинальних змін. Для реформування економіки країни чи діяльності окремого підприємства в сучасних умовах необхідні зміни звичних зв'язків, традиційних методів, правил та принципів господарювання, утверджених організаційних структур. Ці зміни вимагають перегляду існуючих уявлень про те, як управляти організаціями, вести справи, досягати успіху. Їх практичну реалізацію необхідно пов'язувати із формуванням та реалізацією сучасних механізмів розвитку підприємств.

Аналіз публікацій. Питання розвитку та механізмів його забезпечення на рівні підприємств сьогодні широко висвітлюються у зарубіжній і вітчизняній економічній літературі. З огляду на багатоаспектність поняття розвитку пропонується розгляд вказаної категорії у вузькому та широкому трактуваннях. Розвиток у вузькому розумінні характеризує зміни, які відбуваються на рівні підприємства і пов'язані здебільшого зі зміною якісних параметрів діяльності, підвищенням ефективності, формуванням потенціалу розвитку, що дозволяє створювати його унікальну цінність. Розвиток у широкому трактуванні охоплює розвиток загалом через врахування і взаємозв'язок розвитку окремого підприємства із розвитком базової галузі, до якої воно належить, розвитком країни та світовими тенденціями розвитку [1]. Діючи на сьогоднішні механізми, що регулюють розвиток промислових підприємств, здебільшого спрямовані на подолання наслідків кризових явищ та пошук нових джерел економічного зростання, модифікацію чинників конкурентоспроможності. Це частково вирішує проблему покращення стану промислових підприємств та не враховує тих вимог, які висуває сучасне зовнішнє та, відповідно, внутрішнє оточення підприємства.

Одним із шляхів покращення існуючої ситуації на промислових підприємствах є застосування сучасних технологій управління. Критерієм їх вибору слід розглядати ефективність діяльності, що визначає рівень компенсації заграничних управлінських зусиль. Г. Кунц та С. О'Донел зазначають, що ефективне управління – це управління за обставинами, або ситуаційне управління. Воно передбачає застосування знань у певній сфері діяльності, практичній проблемі для того, щоб досягнути найкращих результатів у певній ситуації [2]. Широкий спектр питань, які супроводжують процес реалізації завдань сучасного розвитку, зумовлюють складність та невизначеність господарських ситуацій, що при цьому виникають. А це, у свою чергу, актуалізує питання вивчення механізмів функціонування і розвитку в економічній сфері діяльності. «Досвід показує, що в кожній науці сутнісний аналіз поєднується з розкриттям механізмів проходження тих чи інших процесів, що великою мірою визначає практичне використання досягнень цієї науки... Необхідно усвідомити, що лише цілісне уявлення про механізм функціонування і розвитку економіки може бути надійною основою його системного удосконалення» [3, с. 28].

Вихід на новий якісний рівень розвитку вітчизняних підприємств повинен супроводжуватись удосконаленням діючих механізмів. У їх межах відбуваються процеси трансформації сучасної парадигми розвитку, що спирається на активізацію зусиль самих підприємств та базується на активній участі держави у вирішенні завдань розвитку [4]. Власне, в складній ситуації з'являються нові стереотипи мислення і лідери змін, змінюється набір компетенцій і умінь кожного керівника і працівника, що дозволяє більш гнучко і своєчасно реагувати на зміни зовнішнього середовища, адаптуватись до нових «правил

гри» і умов ринкової економіки. На перший план виходить конкуренція не стільки у сфері товарів, послуг і технологій, скільки в організації і методах управління [5]. Попри те, що на сьогодні декларується необхідність змін у діяльності вітчизняних промислових підприємств, недостатньо уваги приділено механізмах реалізації дієвих заходів вирішення сучасних завдань їх розвитку.

Постановка завдання. Метою написання статті є узагальнення теоретичних засад функціонування сучасних механізмів розвитку промислових підприємств та обґрунтування практичних засад їх реалізації, що дозволить виділити передумови кардинальних перетворень у діяльності вітчизняних промислових підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Досліджуючи проблеми розвитку вітчизняних промислових підприємств, необхідно звернути увагу на те, їх діяльність відповідає різним цілям, структурі, можливостям, потенціалу діяльності. Промислове підприємство як об'єкт дослідження процесу розвитку вимагає особливої уваги, оскільки виступає первинною і основною ланкою організації виробничо-господарської діяльності. Результати його діяльності формують матеріальні блага і є рушієм соціальних орієнтирів і мотивів. Функціонування підприємств у сучасних умовах є складним процесом, який орієнтується переважно на потреби споживачів і їх задоволення, що є кінцевою метою усього виробництва. В той же час саме підприємство може виступати рушійною силою інноваційних перетворень. Й. Шумпетер зазначав, що «нововведення в економічній системі зазвичай не відбуваються так, що перші нові потреби постають спонтанно серед споживачів, а потім виробничий апарат швидко перелаштовується під їх тиском. Ми не перечуємо існування цього зв'язку, але сам виробник зазвичай ініціює економічну зміну і, якщо потрібно, навчає споживачів» [6, с. 74]. Відтак, можемо узагальнити, що промислові підприємства потенційно спроможні, створюючи нову якість, впливати на споживача, формуючи попит на новаційну продукцію.

В умовах вітчизняної практики ми маємо ситуацію, коли споживач віддає перевагу зарубіжним аналогам. Це має слугувати сигналом до перегляду існуючої концепції розвитку вітчизняних промислових підприємств та її орієнтації на формування та максимального використання потенціалу їх розвитку. Разом з тим нині підприємствам складно самостійно вирішувати завдання, орієнтовані на інноваційний розвиток, використовуючи усталені принципи, методи, підходи до ведення господарської діяльності. Пристосування до сучасних вимог розвитку базується на виборі такої моделі організаційного розвитку, яка б дозволила підтримати поточне функціонування та забезпечити довгостроковий розвиток з урахуванням внутрішніх сильних сторін організації та її зовнішніх можливостей.

Відповідно до ст. 62 Розділу 1 «Основні засади господарської діяльності» Господарського кодексу України, підприємство – це самостійний суб'єкт господарювання, створений суб'єктами (державою, органами місцевого самоврядування, приватними і юридичними особами) для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної та іншої діяльності [7].

Сучасне промислове підприємство – складна організація, яка самостійно здійснює господарську діяльність у сфері матеріального виробництва за видами діяльності, що створюють, відновлюють або знаходять матеріальні блага (продукцію, енергію, при-

родні ресурси), а також продовжують виробництво у сфері обігу (реалізації) шляхом переміщення, зберігання, сортування, пакування продукції чи інших видів діяльності.

Практично кожне українське підприємство вирішує проблему вибору моделі свого розвитку. Цей вибір найчастіше пов'язують із підтриманням його життєздатності і дуже рідко – із прагненням досягнути якісних змін. Така тенденція і зумовлює ту обставину, що життєвий цикл більшості вітчизняних підприємств не перевищує п'яти років. Вибір залишається за керівниками, проте траєкторія сучасного розвитку повинна враховувати сучасний стан та вимоги розвитку, зокрема необхідність підвищення ефективності підприємств; збалансованого державного регулювання; забезпечення конкурентоспроможного виробництва і продукції; формування нової якості за рахунок реалізації інноваційного потенціалу. Пріоритети цілей розвитку промислових підприємств та умови, що їх забезпечують, представлено у табл. 1.

Таблиця 1

Визначення пріоритетів цілей розвитку промислових підприємств

Фактор	Забезпечувана умова
Ціль: Підвищення ефективності промислових підприємств	
Виробництво Фінанси Маркетинг Логістика Система управління Інтелектуальні ресурси Інновації	Техніко-технологічне оновлення
	Прибутковість активів
	Розширення ринків збуту
	Логістична зрілість
	Формування та використання інтелектуального потенціалу (на основі кадрового забезпечення)
	Інноваційна активність
Ціль: Створення сприятливих умов на макрорівні	
Державне регулювання розвитку промислових підприємств	Структурна перебудова
	Реформування ПЕК
	Фінансове регулювання і стимулювання розвитку промислових підприємств
	Інформаційно-консультаційна підтримка
	Державна програма інноваційного розвитку
	Інституційна підтримка розвитку промислових підприємств
Ціль: Підвищення конкурентного потенціалу промислових підприємств	
Виробництво конкурентоспроможної продукції, здатної конкурувати на внутрішньому і зовнішньому ринках	Залучення інвестицій з метою підтримання вітчизняного виробника та виробництва конкурентоспроможної продукції
	Формування конкурентних переваг на рівні промислових підприємств
Створення умов для якісного зростання	Впровадження інноваційних технологій
	Виробництво інноваційної продукції
	Трансфер інноваційних технологій
	Впровадження інноваційних підходів в управлінській діяльності

Досягнення зазначених цілей розвитку промислових підприємств може відбуватися за рахунок застосування альтернативних механізмів управління змінами, зокрема:

– трансформації – безперервного процесу якісних змін, який поєднує як еволюційну, так і революційну форми розвитку економічної системи;

– реформування – коригування, удосконалення окремих її елементів, зміни форм економічної системи за незмінної її сутності;

– модернізації – докорінного оновлення стану системи; підвищення її складності в результаті зростання структурної та функціональної диференціації, виникнення нових форм інтеграції, підвищення адаптивних властивостей системи.

Аналіз літературних джерел та врахування викладених положень дозволяє виділити такі механізми сучасного розвитку: еволюційні, адаптаційні, біфуркаційні. Зокрема, Н.І. Гражевська характеризує еволюційний механізм як поступовий, природний процес накопичення кількісних змін, здатних породити нову якість економічної системи. Адаптаційний механізм пов'язують із таким характером змін в економічній системі, що дає можливість зберегти її цілісність, пристосуватись до впливу зовнішнього середовища без втрати характерних ознак. Заслугує на увагу розгляд біфуркаційних механізмів розвитку, дія яких ґрунтується на позитивних зворотних зв'язках і передбачає втрату цілісності, принципових відмінних ознак економічної системи та перехід її в нову якість; забезпечення необоротності протікання процесів, закріплення змін, що відбулися [8, с. 260, с. 266].

Розроблення відповідного механізму, що дозволяє координувати та коригувати діяльність відповідно до визначених орієнтирів розвитку, повинно базуватися на сукупності елементів, які забезпечують функціонування відповідного механізму. Слід відзначити, що в сучасних умовах дія еволюційних механізмів не забезпечить вітчизняним промисловим підприємствам належний рівень розвитку. Більше того, можна узагальнити, що їх розвиток саме і відбувається у межах дії еволюційних механізмів. Цього недостатньо для того, щоб кардинально змінити ситуацію у промисловому секторі економіки. Щодо біфуркаційних механізмів, то їх функціонування можливе за наявності достатнього рівня інноваційного потенціалу на підприємстві, що не властиве більшості вітчизняних промислових підприємств. Для них найбільш придатним є адаптаційний механізм розвитку, що на даному етапі покликаний забезпечити їх життєздатність та спроможність пристосуватися до вимог зовнішнього середовища. Разом з тим орієнтиром для майбутнього розвитку має стати формування та застосування біфуркаційних механізмів розвитку, спрямованих на кардинальні зміни на основі активізації інноваційного потенціалу розвитку. Необхідно зазначити, що зазвичай прагнення внести зміни у траєкторію розвитку вимагає здійснення адекватних організаційних змін, які повинні забезпечити виконання поставлених завдань. Найчастіше зміна ситуації навколо підприємства супроводжується зміною організаційних форм діяльності, оскільки організаційна побудова підприємства повинна забезпечувати реалізацію поставлених цілей.

Пройдений Україною шлях реформ засвідчує, що недостатньо покладатись на автоматичну дію механізмів розвитку. Особливо це стосується питання промислового розвитку, який визначальною мірою залежить від макроекономічних чинників. Як показує досвід розвинутих країн, цілеспрямоване формування виробничої бази здійснюється на основі використання науки і досягнень науково-технічного прогресу у результаті регулювання державою соціально зорієнтованих ринкових відносин. Важливою є регулююча роль держави у процесі забезпечення промислового розвитку, яка полягає у забезпеченні

взаємодії змісту (розвитку виробництва) з формою – розвитком механізмів проведення трансформаційних перетворень, як це представлено на рис. 1.

В сучасних умовах трансформаційні перетворення залежать не тільки від бажання керівництва, а обмежуються критерієм рентабельності, на який значний вплив мають прибуток і витрати як базові показники його розрахунку. Реалізація вибраного вектору розвитку промислових підприємств залежить від багатьох чинників, серед яких заслуговує на особливу увагу організаційний чинник вибору способу реалізації змін.

У межах функціонування сучасних механізмів розвитку промислових підприємств реалізувати зміни, дотримуючись критерію мінімізації витрат на відповідні заходи можливо з допомогою врахування таких організаційних заходів:

- економії на масштабах операцій за допомогою технологічних факторів, які за деяких напрямів виробничої діяльності знижують граничні витрати;

- оптимальної в ринкових умовах структури контрактних угод, що знижує асиметричність інформації, витрати вимірювання і збільшує різні функції корисності в індивідів, котрі співпрацюють у виробництві, що зменшує витрати агентських відносин;

- делегування права ініціювати і виконання рішення управлінським спеціалізованим підрозділом у великих виробничих організаціях з метою ліквідації розосередженості та локальної концентрації фірмово-специфічної інформації у розосереджених виробничих процесом пунктах усередині фірми. Крім того, результатом цієї ситуації є розробка ефективних систем контролю;

- у міру укрупнення й ускладнення організації утворення напівавтономних одиниць, щоб зменшити витрати на збір інформації та координації виробництва;

- розподілу ринку і прав на залишковий дохід між філіями організацій, що впливає на стимули, їх економічні результати;

- особливих типів формальних і неформальних контрактів, застосовуючи які, можна знизити трансакційні витрати використання фірмово-специфічного людського капіталу, котрий спричинює виникнення спектра унікальних проблем агентських відносин [9, с. 525-526].

Реалізація кардинальних змін у розвитку вітчизняних промислових підприємств вимагає врахування таких положень:

- удосконалення відповідного інституційного забезпечення, що має на меті не декларування необхідності кардинальних змін, як це здійснювалось раніше, а створення умов для інноваційного розвитку. Така робота вимагає зусиль не тільки органів державної влади, але і недержавних організацій і повинна спрямовуватись на активізацію підприємницької ініціативи, створення сприятливого фінансового-інвестиційного середовища для їх реалізації;

- удосконалення нормативного забезпечення, що визначає пріоритети розвитку промислових підприємств і механізми їх реалізації та включає фінансовий аспект реалізації програмно-цільового підходу у вирішенні завдань розвитку;

- адаптація критеріїв поступу вітчизняних промислових підприємств відповідно до суспільних потреб та вимог сучасного економічного розвитку.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Таким чином, розвиток промислових підприємств в сучасних умовах вимагає формування, а в умовах дії – удосконалення механізмів їх розвитку. Необхідною умовою функціонування таких механізмів є вибір основних елементів, взаємне і послідовне використання яких визначає зміст механізму і орієнтує діяльність підприємств на досягнення окреслених цілей та поставлених завдань. Розроблення відповідних механізмів дозволяє координувати та коригувати діяльність промислових підприємств відповідно до визначених орієнтирів, завдань, критеріїв, принципів, функцій, методів управління розвитком.

У межах функціонування механізмів розвитку підприємства необхідно розглядати сукупність організаційних, економічних та забезпечуючих чинників, що дозволяють підтримувати необхідні параметри розвитку відповідно до визначених цілей. Їх комплексне врахування дозволяє вчасно виявляти і гнучко реагувати на відхилення, які можуть виникати як результат або зовнішніх впливів, або неефективної управлінської діяльності.

Формування на рівні підприємства адаптаційного механізму розвитку дозволить підтримати одержані результати діяльності на шляху до досягнення цілей розвитку та створити належні умови для переходу на якісно новий рівень розвитку.

Адаптивність промислових підприємств може бути забезпечена доповненням існуючого механізму функціонування підприємства елементами ситуаційного типу, що забезпечують організаційну, еконо-

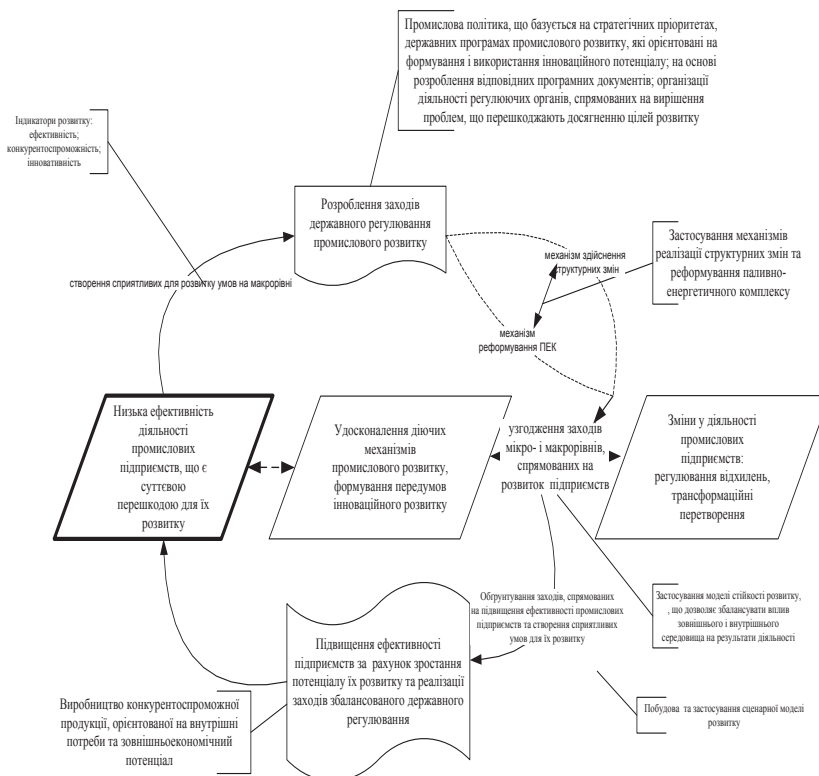


Рис. 1. Концептуальні засади розвитку промислових підприємств (сформовано автором)

мічну, технічну можливість вирішення комплексу проблем, які виникають. Така робота може здійснюватися за рахунок застосування таких управлінських концепцій як управління за відхиленнями, управління за результатами, управління за слабкими сигналами.

Незважаючи на те, що адаптаційні механізми розвитку підприємств порівняно є менш витратним і загрозливими до застосування, трансформація вітчизняних промислових підприємств має відбуватися шляхом переходу від еволюційного до біфуркаційного видів трансформаційних перетворень в економічній системі. Кризові явища, які супроводжують процеси трансформації, слід розглядати не лише як «неймовірно великі втрати та випробування, не лише деструктив. Це водночас і прискорення модернізації сучасного світоустрою, підґрунтя для утвердження нового, перспективного» [10].

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Полянська А.С. Розвиток промислових підприємств на засадах ситуаційного управління: теорія та методологія : автореферат на здобуття наук. ступ. доктора екон. наук : спец. 08.00.04. – Івано-Франківськ, 2012. – 44 с.

2. Кунц Г., Донел С.О. Управление: системный и ситуационный анализ управленческих функций / Г. Кунц, С.О. Донел; пер. с англ.; под ред. Д.М. Гвишиани. – Т.1, II. – М.: Прогресс, 1991. – 250 с.
3. Чухно А.А. Актуальні проблеми розвитку економічної теорії на сучасному етапі / А.А. Чухно // Економіка України. – 2009. – № 5(570). – С. 15-35.
4. Механізми розвитку підприємництва в умовах посткризового відновлення економіки України: [аналітична доповідь] / [Д.С. Покришка, Я.А. Жаліло, Д.В. Ляпін, Я.В. Белінська та ін.]. – К.: НІСД, 2011. – 72 с.
5. Мильнер Б. Итоги и уроки / Б. Мильнер // Вопросы экономики. – 2010. – № 9. – С. 147-154.
6. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Й.А. Шумпетер; пер. з англ. В. Старка. – К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. – 242 с.
7. Господарський кодекс України / Нормативні документи з урахуванням останніх змін в редакції станом на 02.02.2012. – Суми: ТОВ «ВВП НОТІС», 2012. – 164 с.
8. Гражевська Н.І. Еволюція сучасних економічних систем: [навчальний посібник] / Н.І. Гражевська. – К.: Знання, 2011. – 286 с.
9. Чухно А.А. Інституціонально-інформаційна економіка: [підручник] / А.А. Чухно, П.М. Леоненко, П.І. Юхименко; за ред. акад. НАН України А.А. Чухна. – К.: Знання, 2010. – 687 с.
10. Гальчинський А. Нинішня фінансова криза – початок кінця. Далі – новий початок? [Електронний ресурс]. – Джерело тижня. – № 39. – Режим доступу: <http://dt.ua/>.

УДК 658.5.011: 339.137.2

Пономар Н.В.

студент

*Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»*

Гук О.В.

кандидат економічних наук,

доцент кафедри менеджменту

*Національного технічного університету України
«Київський політехнічний інститут»*

УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНОЮ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У статті проаналізовано сутність понять «технологічна конкурентоспроможність» та «управління технологічною конкурентоспроможністю», досліджено процесний підхід до управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства. Авторами визначено основні етапи та розроблено механізм управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства.

Ключові слова: технологічна конкурентоспроможність підприємства, управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства, конкурентна перевага, механізм управління, технологічна стратегія.

Пономар Н.В., Гук О.В. УПРАВЛЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье проанализированы сущность понятий «технологическая конкурентоспособность» и «управление технологической конкурентоспособностью», исследован процессный подход к управлению технологической конкурентоспособностью предприятия. Авторами определены основные этапы и разработан механизм управления технологической конкурентоспособностью предприятия.

Ключевые слова: технологическая конкурентоспособность предприятия, управления технологической конкурентоспособностью предприятия, конкурентное преимущество, механизм управления, технологическая стратегия.

Ponomar N.V., Guk O.V. MANAGEMENT OF TECHNOLOGICAL COMPETITIVENESS OF THE ENTERPRISE

The essence of the concepts of «technological competitiveness» and «management of technological competitiveness of the enterprise» was analyzed in the article, approach to the management of technological competitiveness of the enterprise was investigated. Main stages and the mechanism of the management of technological competitiveness of the enterprise have been determined by the authors.

Keywords: technological competitiveness, management of technological competitiveness of the enterprise, competitive advantage, mechanism of management, technological strategy.

Постановка проблеми. Прискорення науково-технологічного прогресу та перехід до шостого технологічного укладу сприяють значному посиленню конкуренції в ринкових відносинах, залученню ін-

вестицій, впровадженню інновацій і динамічному розвитку технологій, особливо інформаційних. В цих умовах ефективно функціонування підприємства залежить від високого рівня технологічної конкурен-

госпроможності та від спроможності підприємства підтримувати її на такому рівні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багато наукових праць вітчизняних та зарубіжних вчених присвячені питанню «управління конкурентоспроможністю підприємства». Серед основних вітчизняних дослідників варто відмітити Кузьміна О.Є. [1], Довбуша Р.А., Зозулю А.Л. [2], Тарнавську Н.П. [3, 4], Клименка С.М., Дуброву О.С., Барабася Д.О., Омеляненко Т.В. та Вакуленко А.В. [5, с. 28-36], які, власне, досліджували сутність понять «конкурентоспроможність підприємства» та «управління конкурентоспроможністю підприємства» в умовах ринкової економіки. З-поміж зарубіжних науковців варто зазначити видатних професорів Сполучених Штатів Америки Michael A. Hitt, R. Duane Ireland та Robert E. Hoskisson, які присвятили свої дослідження питанням «стратегічної конкурентоспроможності» та «конкурентної переваги», описали конкурентне середовище та пояснили, як глобалізація та технологічні зміни його формують [6].

Однак мало уваги присвячено дослідженню поняття «технологічна конкурентоспроможність підприємства» та процесу управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства. Регресивний аналіз літературних джерел свідчить про актуальність дослідження цього питання в умовах динамічного розвитку технологій, зростання конкуренції, прискорення глобалізаційних та інтеграційних процесів.

Постановка завдання. Метою роботи є дослідження процесу управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства, формування власного розуміння категорії «управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства». Для досягнення поставленої мети необхідно забезпечити виконання наступних завдань:

- проаналізувати літературні джерела та визначити сутність поняття «технологічна конкурентоспроможність»;
- сформулювати власне розуміння категорії «управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства»;
- дослідити процес управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства;
- розробити механізм управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства та зробити висновки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Конкурентоспроможність підприємства – це здатність ефективно функціонувати в бізнес-середовищі під впливом різноманітних факторів цього середовища. Вона показує рівень розвитку підприємства та визначає ефективність його діяльності на ринку порівняно з конкурентами, що проявляється в охопленні підприємством певної частки ринку, ступені задоволення споживачів продукцією чи послугами, що ним виробляються, в унікальності самого продукту чи послуги підприємства порівняно з конкурентами.

Основними функціями конкурентоспроможності підприємства є:

- визначення місткості ринку підприємства;
- забезпечення прихильності споживачів;
- визначення політики підприємства відносно конкурентів;
- забезпечення ефективності основної діяльності підприємства.

Світовий Економічний Форум (Global Economic Forum, далі GEF) визначає конкурентоспроможність як комплекс інститутів, політики та факторів, що

визначають рівень продуктивності країни [7, с. 20]. Світовий індекс конкурентоспроможності (The Global Competitiveness Index) включає дванадцять складових, серед яких на дев'ятому місці знаходиться така категорія як «Technological readiness» (з англ. «технологічна готовність»), що власне в перекладі з англійської на українську мову означає «Технологічна готовність» [7, с. 24], або «Технологічна конкурентоспроможність».

GEF визначає технологічну готовність як складову загальної конкурентоспроможності, що вимірює гнучкість, з якою економіка впроваджує існуючі технології для підвищення продуктивності власних галузей, акцентуючи увагу на спроможності ефективно і в повній мірі використовувати інформаційно-комунікаційні технології (далі ІКТ) у повсякденній діяльності та виробничому процесі для підвищення ефективності та впровадження інновацій [7, с. 24]. Технологічна готовність країни згідно статистичних даних GEF включає в себе наявність новітніх технологій, освоєння технологій на рівні компаній, прями іноземні інвестиції та трансфер технологій, інтернет-користувачів, фіксовану широкопasmову інтернет-передплату, пропускну здатність Інтернет та мобільний широкопasmовий зв'язок [7, с. 525-532].

Сучасний стан економіки України потребує значних інвестицій, особливо у розвиток промислових галузей. Вітчизняні підприємства, маючи великі виробничі потужності, не можуть конкурувати з іноземними підприємствами на міжнародному ринку, оскільки виробляють енергоємну продукцію та використовують застарілі технології, і, як результат, продукція є вартісною та неякісною, а підприємство не отримує прибутків та змушене припинити свою діяльність.

Науково-технічний прогрес прискорив введення технологічної складової в діяльність господарських об'єктів, що прагнуть підвищити ефективність своєї діяльності, стати конкурентоспроможними на ринку та максимізувати власні прибутки.

Технологічна складова дає можливість активно протидіяти зростаючій конкуренції на ринку. Високий технологічний рівень сприяє капіталізації підприємства, підвищенні його рентабельності, ліквідності, а отже і оборотності основних фондів.

Технологічна конкурентоспроможність – це спроможність підприємства конкурувати на ринку за рахунок впровадження інновацій, наукових розробок, винаходів, ноу-хау, нових способів чи методів виробництва та управління, що забезпечують створення на підприємстві унікального високотехнологічного продукту чи послуги, яка в результаті стає тією конкурентною перевагою, що максимізує прибуток компанії та сприяє підвищенню рентабельності та ефективності її діяльності.

В умовах динамічного інформаційного та технологічного розвитку відбувається загострення міжнародної конкуренції, що вимагає впровадження інновацій та використання нових технологій на підприємстві, які могли б забезпечити технологічну конкурентоспроможність в довгостроковому періоді.

На технологічну конкурентоспроможність впливає багато різноманітних факторів внутрішнього та зовнішнього середовища діяльності підприємства. До внутрішніх факторів, належить, насамперед, рівень фінансування науково-дослідницьких та дослідно-конструкторських робіт (далі – НДДКР) на підприємстві, що сприяє створенню та впровадженню інновацій, які забезпечують унікальність його позиції на ринку; кваліфікація персоналу, задіяного

в НДДКР та освоєнні технологій; рівень матеріально-технічного забезпечення; організаційна інфраструктура; стратегія управління технологічною конкурентоспроможністю або технологічна стратегія; ціна та якість продукції, розвиток ІКТ на підприємстві; методи управління тощо. Зовнішні фактори – це фактори, на які підприємство не може вплинути, до них належить, по-перше, законодавчо-правова база у сфері інноваційної та інвестиційної діяльності, а також регулювання підприємницької діяльності державою; по-друге, фінансування та інвестування в НДДКР з боку держави та приватного сектору; інформаційна структура та її розвиток; якість системи освіти, що безпосередньо впливає на рівень підготовки та кваліфікацію працівників, задіяних в НДДКР; трансфер технологій, наявність ефективної мережі трансферу технологій, тісна взаємодія з університетами, іншими інноваційними та дослідницькими структурами; рівень захисту прав інтелектуальної власності, що сприяє залученню інвестицій та активізації інноваційної діяльності.

Фактори, що впливають на технологічну конкурентоспроможність підприємства, представлено на рис. 1.



Рис. 1. Фактори, що впливають на технологічну конкурентоспроможність підприємства

[джерело: власна розробка авторів]

Для підвищення технологічної конкурентоспроможності підприємству необхідно ефективно управляти внутрішніми факторами, що впливають на технологічну конкурентоспроможність. Адже управління технологічною конкурентоспроможністю включає не лише управління науково-дослідницькими розробками та їх впровадженням, а й формування бюджету та його ефективний розподіл при фінансуванні НДДКР та інноваційних проектів, управління персоналом підприємства, що включає мотивацію, підвищення кваліфікації, атестацію робочих місць та систему нарахування заробітної плати, формування ефективної цінової, збутової та маркетингової політики, сертифікацію та управління якістю продукції підприємства, – при використанні ефективних методики управління, що базується на інституційних інноваціях, тобто на нових сучасних методах та моделях управління.

Отже, управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства – це сукупність нових форм і методів організації технологічної діяльності

підприємства та її управління, що включає ефективне формування матеріально-технічних, фінансових, трудових та інформаційних ресурсів з метою забезпечення підвищення технологічної конкурентоспроможності підприємства на основі створення унікального продукту чи послуги, що формує довгострокову конкурентну перевагу підприємства на ринку.

Процес управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства можна розділити на декілька етапів (див. рис. 2).

До першого етапу належить моніторинг конкурентного середовища та оцінка рівня технологічного розвитку в галузі та на ринку, що здійснюється за допомогою певних критеріїв, до яких належать темп зростання ринку та галузі, характеристика конкуренції на ринку, технологічний рівень виробництва, кількість підприємств, що впроваджують інновації, ступінь розвитку технологічної кооперації між компаніями; рівень патентної діяльності тощо. Загальний аналіз конкуренції можна провести на основі моделі «п'яти сил конкуренції» [8], запропонованої М. Портером.

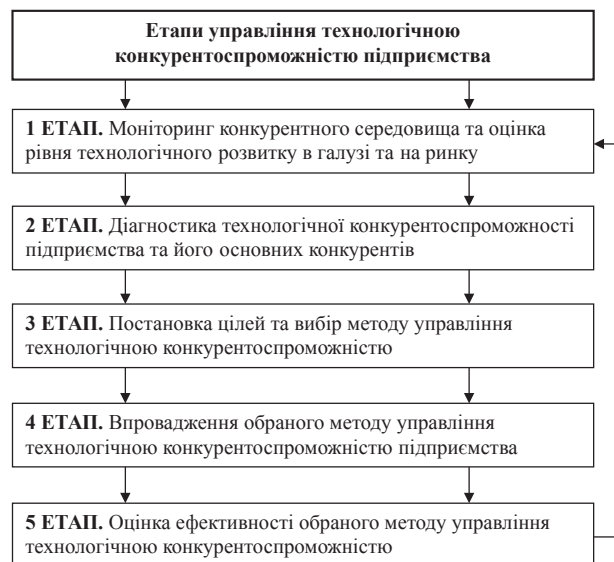


Рис. 2. Етапи управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства

[джерело: власна розробка авторів]

Другий етап передбачає діагностику технологічної конкурентоспроможності підприємства та його основних суперників, що також включає проведення SWOT-аналізу для виявлення сильних і слабких сторін підприємства, а також можливостей та загроз з боку зовнішнього бізнес-середовища. На даному етапі також проводиться аналіз фінансового стану підприємства, від чого власне залежить фінансування НДДКР, та подальша відповідність продукту, результату технологічної діяльності підприємства, умовам ринку та конкретним вимогам споживачів щодо якості, ціни, умов та способу експлуатації, сервісу, ергономічності та естетичності тощо. Також оцінюється технологічний та інноваційний потенціал компанії.

Третій етап включає постановку цілей на основі результатів проведеної в попередньому етапі діагностики технологічної конкурентоспроможності підприємства, а також вибір методу управління технологічною конкурентоспроможністю, який сприятиме власне реалізації поставлених цілей.

На четвертому етапі здійснюється впровадження обраного методу управління технологічною кон-

курентоспроможністю підприємства. Наприклад, підприємству, яке прагне підвищити технологічну конкурентоспроможність власної продукції на ринку, проте не має коштів та часу для фінансування внутрішніх розробок чи на замовлення, варто обрати метод ліцензування, тобто купівлю ліцензії на певну технологію чи розробку. Таким чином підприємство скорочує розмір інвестицій та час на проведення НДДКР, а впроваджена новація сприятиме підвищенню технологічної конкурентоспроможності продукції підприємства. Для цього підприємству необхідно підписати ліцензійний договір з власником винаходу, розробки чи технології [9, с. 26-36].

Останній етап передбачає оцінку ефективності вибраного методу управління технологічною конкурентоспроможністю. Рівень економічної ефективності управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства безпосередньо пов'язаний із досягненням його головної мети – максимізації прибутку, тому ефект від впровадження обраного методу управління доцільно визначити через порівняння прибутків, рентабельності чи витрат на виробництво того чи іншого продукту підприємства до і після впровадження методу.

Для управління технологічною конкурентоспроможністю необхідний чіткий механізм, тобто сукупність усіх елементів, процесів, управлінських рішень та ресурсів, які, в свою чергу, взаємодіють та впливають один на одного, а також сприяють забезпеченню ефективності даного процесу та реалізації поставлених підприємством цілей та завдань.

На рис. 3 представлено механізм управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства, в основу якого покладений взаємозв'язок та відповідність між системою та процесами управління, управлінськими рішеннями, поставленими цілями, ресурсами підприємства та технологічною стратегією, яка є невід'ємною частиною стратегічного управління підприємством, тісно пов'язана з інноваційною, інвестиційною, виробничою, маркетинговою, ціновою та іншими стратегічними напрямками управління підприємством.

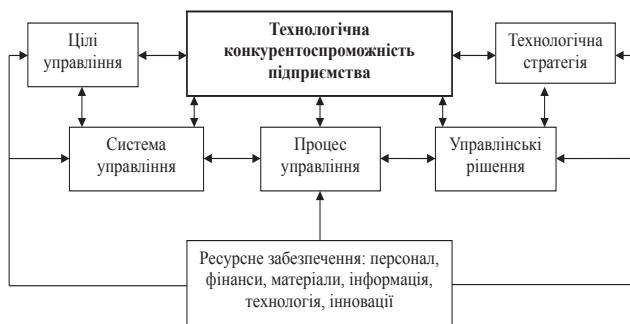


Рис. 3. Механізм управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства

[джерело: власна розробка авторів]

Нами визначено, що механізм управління технологічною конкурентоспроможністю – це комплексний механізм, ефективну роботу якого забезпечують інтегрована система управління персоналом, фінансами, матеріально-технічними та інформаційними ресурсами, технологічні та управлінські процеси,

управлінські рішення та технологічна стратегія, що безпосередньо взаємопов'язані та впливають на реалізацію поставлених підприємством цілей.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, в умовах прискореного науково-технологічного прогресу, переходу до шостого технологічного укладу та розвитку інформаційної ери високий рівень технологічної конкурентоспроможності підприємства відіграє важливу роль в середовищі ринкової економіки, адже компаніям, що продають високотехнологічну продукцію, доступні нові ринки, споживачі, залучення інвестицій та швидка реакція на будь-які ринкові зміни. Недостатньо мати знання та технології, що дають конкурентну перевагу організації, необхідно також ефективно управляти технологічною конкурентоспроможністю. Процес управління складається з декількох етапів, включаючи, насамперед, оцінку ринкового середовища, галузі, до якої відноситься діяльність підприємства, проведення діагностики підприємства, що є основою для виявлення конкурентних переваг, вибір та впровадження методу управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства. А інноваційна природа технологій, що застосовуються у діяльності підприємства, значно підвищує його ефективність та успішність. Для ефективного управління технологічною конкурентоспроможністю підприємства доцільно застосовувати єдиний механізм у вигляді сукупності усіх елементів, процесів, управлінських рішень та ресурсів, інтегрованих між собою, що сприяють реалізації поставлених підприємством цілей та підвищенню його технологічної конкурентоспроможності, що є перспективним напрямом подальших досліджень.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кузьмін О.Є. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства [текст]: підручник / О.Є. Кузьмін, Н.І. Горбаль. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 304 с. – ISBN 966-8771-00-1.
2. Довбуш Р.А. Управління конкурентоспроможністю підприємств [текст]: підручник / Р.А. Довбуш, А.П. Зозуля. – Харків: Основа, 2003. – 250 с.
3. Тарнавська Н.П. Інноваційне забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання України [текст] / Н.П. Тарнавська // Економіст. – 2007. – № 10. – С. 56-61.
4. Тарнавська Н.П. Управління конкурентоспроможністю суб'єктів господарювання на засадах інноваційного розвитку [текст]: автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: спец. 08.00.03 – економіка та управління національним господарством / Н.П. Тарнавська. – Тернопіль: ТНЕУ, 2009. – 40 с.
5. Управління конкурентоспроможністю підприємства [текст]: навч. посібн. / С.М. Клименко, О.С. Дуброва, Д.О. Барабас, Т.В. Омеляненко, А.В. Вакуленко. – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.
6. Michael A. Hitt. Strategic Management: Competitiveness and Globalization, Concepts and Cases [Electronic resource] / Michael A. Hitt, R. Duane Ireland, Robert E. Hoskisson. – 9th edition. – Mason: South-Western Cengage Learning, 2009 – 389 p. – Access: <http://degyluxury.files.wordpress.com/2012/04/book-strategic-management-concepts-9th-edition1.pdf>. – Name from the screen.
7. The Global Competitiveness Report 2013-2014 [Електронний ресурс]: Klaus Schwab, World Economic Forum. – 569 с. – Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2013-14.pdf. – Назва з екрана.
8. Porter five forces analysis [електронний ресурс]: Wikipedia. The free encyclopedia. – Електрон. дан. (1 файл). – Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Porter_five_forces_analysis. – Назва з екрана.
9. Смоляр Л.Г. Трансфер технологій [текст]: навч.-метод. посібник для вивч. дисц. / Л.Г. Смоляр, О.В. Кам'янська, К.О. Бояринова. – К., 2013. – 150 с.

УДК 332.72

Пронько Л.М.*кандидат економічних наук,
доцент кафедри адміністративного
менеджменту та державного управління
Вінницького національного аграрного університету***Самборська О.Ю.***кандидат економічних наук,
доцент кафедри адміністративного
менеджменту та державного управління
Вінницького національного аграрного університету*

МЕТОДИКА ВИЗНАЧЕННЯ БАЗОВОЇ ВАРТОСТІ ЗЕМЕЛЬ НАСЕЛЕНОГО ПУНКТУ

Визначено сутність та необхідність здійснення грошової оцінки земельних ділянок. Проведений аналіз процедури виконання нормативної грошової оцінки земель населених пунктів. Вирахувана середня (базова вартість) 1м² земель, відповідно до чинного законодавства.

Ключові слова: земельна рента, капіталізація землі, методи оцінки землі, порівняльний, витратний та прибутковий підходи.

Пронько Л.М., Самборская О.Ю. МЕТОДИКА ОПРЕДЕЛЕНИЯ БАЗОВОЙ СТОИМОСТИ ЗЕМЕЛЬ НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА

Определены сущность и необходимость осуществления денежной оценки земельных участков. Проведен анализ процедуры выполнения нормативной денежной оценки земель населенных пунктов. Вычислена средняя (базовая стоимость) 1м² земли, в соответствии с действующим законодательством.

Ключевые слова: земельная рента, капитализация земли, методы оценки земли, сравнительный, расходный и прибыльный подходы.

Pronko L.M., Samborska O.Y. METHODOLOGY OF DETERMINATION OF BASE COST OF LANDS OF SETTLEMENT

Essence and necessity of realization of money estimation of lot lands are certain. Conducted analysis of procedure of implementation of normative money estimation of lands of settlements. The middle (base cost) is calculated a 1m² earth, in accordance with a current legislation.

Keywords: land rent, capitalization of earth, methods of estimation of earth, comparative, expense and profitable approaches.

Постановка проблеми. Правове регулювання оцінки земель здійснюється відповідно до Конституції України (254к/96-ВР), Земельного кодексу України (2768-14), Закону України «Про оцінку майна, майнових прав та професійну оціночну діяльність в Україні» (2658-14), цього Закону, законів України, інших нормативно-правових актів, прийнятих відповідно до них.

Об'єктами оцінки земель є: територія адміністративно-територіальних одиниць або їх частин, території оціночних районів та зон, земельні ділянки чи їх частини або сукупність земельних ділянок і прав на них, у тому числі на земельні частки (паї), у межах території України.

Залежно від мети та методів проведення оцінка земель поділяється на такі види: бонітування ґрунтів; економічна оцінка земель; грошова оцінка земельних ділянок.

Дані бонітування ґрунтів є складовою частиною державного земельного кадастру та є основою проведення економічної оцінки сільськогосподарських угідь і враховуються при визначенні екологічної придатності ґрунтів для вирощування сільськогосподарських культур, а також втрат сільськогосподарського та лісгосподарського виробництва.

Дані з економічної оцінки земель є основою при проведенні нормативної грошової оцінки земельних ділянок, аналізі ефективності використання земель порівняно з іншими природними ресурсами та визначенні економічної придатності земель сільськогосподарського призначення для вирощування сільськогосподарських культур.

Грошова оцінка земельних ділянок залежно від призначення та порядку проведення може бути нормативною і експертною.

Нормативна грошова оцінка земельних ділянок використовується для визначення розміру земельного податку, державного мита при міні, спадкуванні та даруванні земельних ділянок згідно із законом, орендної плати за земельні ділянки державної та комунальної власності, втрат сільськогосподарського і лісгосподарського виробництва, вартості земельних ділянок площею понад 50 гектарів для розміщення відкритих спортивних і фізкультурно-оздоровчих споруд, а також при розробці показників та механізмів економічного стимулювання раціонального використання та охорони земель.

Експертна грошова оцінка земельних ділянок та прав на них проводиться з метою визначення вартості об'єкта оцінки. Експертна грошова оцінка земельних ділянок використовується при здійсненні цивільно-правових угод щодо земельних ділянок та прав на них, крім випадків, визначених цим Законом, а також іншими законами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням оцінки землі, визначення її вартості та капіталізації займаються такі провідні вчені, як: В.Г. Андрійчук, О.М. Шпичак, О. Нів'євський, А.Барабаш, Г. Квітка, О.О. Стратілат, Н.М. Буняк, С. Феофілов тощо.

Досить багато неузгодженостей серед вчених щодо доцільності визначення середньої вартості земель населеного пункту в умовах ринку, використовуючи метод нормативної грошової оцінки земель.

Метою статті є дослідження методів грошової оцінки земель населеного пункту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Відповідно до «Порядку нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів», грошова оцінка 1м² земельної ділянки визначається за формулою 1:

$$Ц_n = \frac{B \times H_n}{H_k} \times K_f \times K_m, \quad (1)$$

де: C_n – нормативна грошова 1 м^2 земельної ділянки, (у грн.); B – витрати на освоєння та облаштування території в розрахунку на 1 м^2 (у гривнях); H_n – норма прибутку (6%); H_k – норма капіталізації (3%); K_f – коефіцієнт, який характеризує функціональне використання земельної ділянки (під житлову та громадську забудову, для промисловості, транспорту тощо); K_m – коефіцієнт, який характеризує місцерозташування земельної ділянки.

Витрати на освоєння та облаштування території (B) включають відновну вартість, як первісну вартість, що змінюється після переоцінки інженерної підготовки, головних споруд і магістральних мереж водопостачання, каналізації, тепlopостачання, електропостачання (включаючи зовнішнє освітлення), слабострумкових пристроїв, газопостачання, дощової каналізації, вартість санітарної очистки, зелених насаджень загального користування, вулично-дорожньої мережі, міського транспорту за станом на початок року проведення оцінки.

Коефіцієнт, який характеризує функціональне використання земельної ділянки (K_f), враховує відносну прибутковість наявних в її межах видів економічної діяльності і встановлюється для певних категорій забудованих земель: житлової забудови, промисловості, гірничої промисловості та відкритих розробок, земель комерційного використання, громадського призначення, земель змішаного використання, транспорту та зв'язку, технічної інфраструктури, ландшафтно-рекреаційних територій та інших земель.

Переоцінка витрат здійснюється за індексами вартості основних фондів у відповідності до чинного законодавства України.

Коефіцієнт, який характеризує місцерозташування земельної ділянки (K_m), враховує вплив ренти місцеположення на загальний рентний дохід. Значення даного коефіцієнту обумовлюється інтегрованою дією регіональних, зональних та локальних груп факторів і обчислюється за формулою 2:

$$K_m = K_{m_1} \times K_{m_2} \times K_{m_3}, \quad (2)$$

де: K_{m_1} – регіональний коефіцієнт, який характеризує залежність рентного доходу від місцеположення населеного пункту у загальнодержавній, регіональній і місцевій системах виробництва і розселення; K_{m_2} – зональний коефіцієнт, який характеризує залежність рентного доходу від ступеню містобудівної цінності території населеного пункту (економіко-планувальної зони); K_{m_3} – локальний коефіцієнт, який характеризує залежність рентного доходу від особливостей місцеположення земельної ділянки в межах економіко-планувальної зони.

Процедура виконання нормативної грошової оцінки земель населених пунктів визначена «Порядком нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів».

На першому етапі визначається базова, середня для даного населеного пункту, вартість 1 м^2 земель, яка залежить від місця розташування населеного пункту в загальнодержавній, регіональній та місцевій системах виробництва й розселення, рівня освоєння та облаштування території.

На другому етапі базова вартість 1 м^2 земель диференціюється в межах населеного пункту за економіко-планувальними зонами, які встановлюються з

урахуванням факторів, котрі впливають на розмір рентного доходу, тобто:

- неоднорідність функціонально-планувальних якостей території;
- доступність до центру населеного пункту, місць концентрації трудової діяльності, центрів громадського обслуговування, масового відпочинку;
- рівень інженерного забезпечення та благоустрою території;
- рівень розвитку сфери обслуговування населення;
- екологічна якість території;
- привабливість середовища, різноманітність місць прикладання праці, наявність історико-культурних та природних пам'яток тощо.

На заключному, третьому, етапі визначається вартість одного квадратного метра земельної ділянки певного функціонального використання з урахуванням територіально-планувальних, інженерно-геологічних, історико-культурних, природно-ландшафтних, санітарно-гігієнічних та інженерно-інфраструктурних особливостей її місцеположення.

Результати нормативної грошової оцінки погоджуються відповідним органом Держземагентства шляхом проходження державної експертизи землевпорядної документації, результатом якої є позитивний висновок.

На прикладі земель населеного пункту м. Бершадь, що на Вінниччині, проведемо грошову оцінку земельних ділянок.

Технічна документація з нормативної грошової оцінки земельних ділянок у межах міста Бершадь затверджується міською радою.

Витяг з технічної документації про нормативну грошову оцінку окремої земельної ділянки видається відділом Держземагентства у Бершадському районі Вінницької області.

Основою для грошової оцінки земельної ділянки є визначення базової вартості 1 м^2 земель в середньому по населеному пункту. Вона дає узагальнене уявлення про реальні переваги розміщення в тому чи іншому населеному пункті і є вихідною базою при наступній диференціації міських земель за споживчою привабливістю в межах населеного пункту. Базова вартість земель населеного пункту відображає результат дії зовнішніх і внутрішніх факторів рентотворення на рівні населеного пункту.

У відповідності з «Порядком нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів» (розділ 3) базова вартість 1 м^2 земель населеного пункту в залежності від рівня освоєння та облаштування його території, а також його місця в загальнодержавній, регіональній та місцевій системах виробництва та розселення та визначається за формулою 3:

$$Ц_{нм} = \frac{B \times H_n}{H_k} \times K_{m_1}, \quad (3)$$

де: $C_{нм}$ – базова вартість 1 м^2 земель населеного пункту (грн); B – витрати на освоєння та облаштування території населеного пункту в розрахунку на 1 м^2 (грн); H_n – норма прибутку (6%); H_k – норма капіталізації (3%); K_{m_1} – коефіцієнт, який враховує значення і статус населеного пункту в загальнодержавній, регіональній та місцевій системах виробництва та розселення.

Інформаційною базою для визначення витрат на освоєння та облаштування території в місті Бершадь стали дані статистичної звітності про натуральні та вартісні показники, надані службами комунального господарства.

Загальна вартість витрат на освоєння та облаштування території міста Бершадь на 01.01.2013 року становить 175639.11 тис. грн., з яких основна частка припадає на електропостачання (56.6%) (таблиця 1).

Таблиця 1
Витрати на освоєння та облаштування території міста Бершадь

Назва показників	2013 р.			
	од. вим.	натуральний показник	відновна вартість (тис. грн)	%
Водопостачання			35464.52	20.2
Інженерні мережі (100 мм)	км	23.1	7408.93	
Насосні станції, резервуари	тис. м ³ /добу	1.6	4481.71	
Місцеві артезіанські вузли	тис. м ³ /добу	31.5	23573.88	
Каналізація			4746.85	2.7
Інженерні мережі (100 мм)	км	12	4618.56	
Насосна станція перекачки побутових і виробничих вод	тис. м ³ /добу	0.75	128.29	
Теплопостачання			14246.96	8.1
Інженерні мережі (100 мм)	км	4.8	7492.32	
Опалювальні котельні, що працюють на газі (резерв мазут)	Гкал/год	8.1	6754.64	
Електропостачання			99363.48	56.6
ЛЕП повітряна	км	46.01	4131.94	
ЛЕП кабельна	км	9.89	1621.97	
ТП закритого типу	Од.	12	5193.31	
ТП комплектна	Од.	1	108.19	
Розподільчий пункт	Од.	51	88308.06	
Телекомунікації та зв'язок			5331.63	3.0
Телефонні інженерні мережі	км	16.2	273.65	
АТС (без витрат на обладнання)	номер	4150	5057.98	
Вулично-дорожня мережа			16485.68	9.4
Вулиці (25 м)	км	3	16485.68	
Разом			175639.11	100.0

Базою для обчислення витрат на освоєння та облаштування в розрахунок на 1 м² є оціночна територія, яка дорівнює площі забудованої території міста Бершадь у встановлених межах.

Аналіз засвідчив, що по переважній більшості наданих показників окремих елементів інженерно-транспортної та природоохоронної інфраструктури міста наведена не повна відновна, а балансова вартість, тобто, без урахування індексації основних фондів, яка здійснювалась за останні роки. У зв'язку з цим для розрахунку повної відновної вартості елементів інфраструктури використовувалися натуральні показники.

Розрахунок площі здійснювався на основі форми 6-Зем на 01.01.2013 року (таблиця 2).

До забудованих земель віднесено землі під житловою забудовою (присадибна ділянка за мінусом сільськогосподарських угідь), землі промисловості, інфраструктури і т. д. (таблиця 2). Не включені в

Таблиця 2
Перелік наявних земельних ділянок населеного пункту м. Бершадь

Територіальні елементи	Площа, га
Територія населеного пункту у встановлених межах	737,0
Територія, яка приймається для визначення середньої (базової) вартості 1 м ² земель населеного пункту, у тому числі:	391,02
Забудовані землі, з них:	
- землі під житловою забудовою	153,32
- землі промисловості	94,5173
- землі комерційного використання	34,2265
- землі громадського призначення	19,5469
- землі змішаного використання	18,8749
- землі транспорту та зв'язку (крім земель під залізницями та аеропортами)	20,2987
- землі технічної інфраструктури	5,6722
- землі, які використовуються для відпочинку та інші відкриті землі	43,8435
- господарські двори	0,72
Присадибні ділянки надані громадянам для особистого підсобного господарства, будівництва та обслуговування житлового будинку, господарських будівель і споруд (крім їх частин під житловою забудовою)	
Інші землі	
Територія, яка не враховувалась при визначенні середньої (базової) вартості 1 м ² земель населеного пункту	21,4105
сільськогосподарські угіддя	203,87
лісові площі	-
під водою	113,16
інші землі	28,95

забудовані землі лісові площі, яри, ставки, болото, а також сільськогосподарські угіддя загального користування.

Таким чином, витрати на освоєння та облаштування території міста Бершадь складають:

$$175639.11 \text{ тис. грн} : 3910200 \text{ м}^2 = 44.92 \text{ грн/м}^2.$$

Згідно з «Порядком нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів», значення коефіцієнту $K_{м1}$ є добутком коефіцієнтів, які враховують:

- Чисельність населення, географічне положення, адміністративний статус населеного пункту та його господарські функції,
- Вхідження в приміську зону міст з чисельністю населення 100 тис. чоловік і більше,
- Наявність у населеного пункту статусу курорту,
- Вхідження до зон радіаційного забруднення.

Для території міста Бершадь $K_{м1} = 1$.

Таким чином, середня (базова вартість) 1 м² земель міста Бершадь, обчислена відповідно до «Порядку нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів», становить:

$$C_{нм} = \frac{44.92 \text{ грн/м}^2 \times 6}{3} \times 1 = 89,84 \text{ грн/м}^2$$

Як бачимо, вартість одного квадратного метра земельної ділянки у м. Бершадь становить майже 90 грн., що вдвічі перевищує витрати на її освоєння та облаштування.

Висновки з проведеного дослідження. Враховуючи результати проведеного дослідження, варто зазначити, що нормативна грошова оцінка землі враховує фактори, що впливають на розмір рентного доходу, тобто: доступність до центру населеного

пункту, громадського обслуговування, масового відпочинку; рівень забезпечення та благоустрою, екологічна якість території; наявність історико-культурних та природних пам'яток тощо. Але досить важливим є і врахування ринкової ціни, що формується під впливом попиту, пропозиції та якісних властивостей будь-якої земельної ділянки. Врахування таких факторів дасть можливість збільшити її вартість, підвищити рівень конкурентоспроможності та рентного доходу.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бурденюк В. Земельні реформи на теренах України. Чого вчать здобутки та прорахунки? / В. Бурденюк // Землевпорядний вісник. – 2010. – № 1. – С. 16.
2. Земельний Кодекс України. – Х. : Одиссей, 2002. – 112 с.
3. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI (Редакція станом на 03.04.2014 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
4. Закон України «Про оцінку земель» Закон від 11.12.2003 № 1378-IV (Редакція станом на 09.12.2012. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
5. Методика нормативної грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів (затверджена Постановою Кабінету Міністрів України від 23 березня 1995 р. за № 213), з урахуванням змін, внесених згідно постанови Кабінету Міністрів України від 5.07.2004 р. № 843.
6. Порядок грошової оцінки земель сільськогосподарського призначення та населених пунктів (затверджений спільним Наказом Держкомзему, Мінбудархітектури, Мінагрополітики України та Української академії аграрних наук № 18/15/21/11 від 25.01.2006 р.).



ДЛЯ НОТАТОК

Наукове видання

**НАУКОВИЙ ВІСНИК
ХЕРСОНСЬКОГО ДЕРЖАВНОГО УНІВЕРСИТЕТУ**

Збірник наукових праць

Серія ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

Випуск 5

Частина 2

Коректура • *О.А. Скрипченко*

Комп'ютерна верстка • *Н.М. Ковальчук*

Формат 64x90/8. Гарнітура SchoolBook.
Папір офсет. Цифровий друк. Ум.-друк. арк. 30,46. Замов. № 13/14. Наклад 100 прим.

Видавництво і друкарня – Видавничий дім «Гельветика»
73034, м. Херсон, вул. Паровозна, 46-а, офіс 105.
Телефон +38 (0552) 39-95-80
E-mail: mailbox@helvetica.com.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи
ДК № 4392 від 20.08.2012 р.