

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ,
МОЛОДІ ТА СПОРТУ УКРАЇНИ

ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
ПЕРШОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

ОДЕСА-2012

УДК

ББК

Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики :
Матеріали першої міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 жовтня 2012 р. –
Одеса, Атлант, 2012. – 486 с.

ISBN 978-966-2361-57-5

Для студентів економічних спеціальностей, викладачів, аспірантів
і докторантів вищих навчальних закладів, працівників управлінської
діяльності підприємств та організацій.

Укладачі:

- доктор економічних наук, професор, заслужений діяч науки і
техніки України, завідувач кафедри економіки підприємства ОНЕУ
Янковий О.Г. (секція 6);

- кандидати економічних наук, доценти, доценти кафедри
економіки підприємства ОНЕУ Танасюк І.М. (секція 1), Дегтярьова
О.О. (секція 2), Єгупов Ю.А. (секція 3), Гамма Т.М. (секція 4),
Семенова В.Г. (секція 5).

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції з
незначною загальною правкою укладачів.

ISBN 978-966-2361-57-5

© Одеський національний
економічний університет, 2012

1. Проблеми підвищення якості продукції та конкурентоспроможності підприємства

Juchniewicz M.	External conditions of competitiveness of the food industry	17
Grzybowska-Brzezińska M., Gorlova E.	ISO standards and quality costs as instruments of competitive advantage of companies	18
Grzybowska-Brzezińska M., Brzeziński M., Tadajewska K.	Consumer attributes of food quality and competitiveness of a company's offer	20
Kowalkowski A.	Food quality control in international trade	21
Немченко В.В.	Проблеми підвищення якості харчової продукції	23
Мнушко З.М., Вальдовський А.О.	Опрацювання інтегральної оцінки конкурентоспроможності на прикладі антианемічних препаратів	25
Дюкарева Г.І., Гасанова А.Е.	Вирішення проблеми підвищення якості продукції завдяки використанню еламіну під час виробництва бісквіту	27
Кравченко В.О.	Роль організаційної культури в діяльності підприємства	29
Strychalska-Rudzewicz A.	The role of organizational culture in innovation processes in industrial enterprises	31
Robul Y.	Holistic concept of marketing, marketing efficiency, and competitiveness of an enterprise	32
Бабій О.М., Зайцева Н.О.	Вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств	34
Бублик М.І., Коропецька Т.О.	Економічне оцінювання техногенної шкоди, завданої промисловими підприємствами	36
Голубьонкова О.О.	Актуальні питання конкурентоспроможності на ринку вищої освіти	37
Добрунік Т.П.	Конкурентоспроможність фермерських господарств: можливості та фактори зростання	39
Ігнашкіна Т.Б., Гончарук О.В., Садикова Е.В.	Ринковий потенціал підприємства: структура складових та аспекти оцінювання	41
Криворак А.Д., Сорока Л.М.	Якісна сировина як фактор підвищення конкурентоспроможності переробних підприємств	43

Седікова І.О.	Органічне зерновиробництво: можливості та перспективи розвитку	45
Труніна І.М.	Формування конкурентних переваг у підприємницькій діяльності	46
Харун О.А.	Формування мотиваційної стратегії підвищення конкурентоспроможності підприємства	48
Почколіна С.В.	Вплив пестицидів на якість зерна озимої пшениці	50
Арутюнян А.Р., Мазуренко Н.О.	Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства	52
Никифоренко А.Т.	Оцінка рівня конкурентоспроможності підприємства	53
Киблик Е.В.	Экономическая безопасность промышленного предприятия как основа его конкурентоспособности	55
Килинчук О.Є.	Підвищення конкурентоспроможності підприємств сокової підгалузі	57
Кічук Н.В.	Проблеми підвищення конкурентоспроможності промислових підприємств України	58
Радова О.В.	Вплив спеціалізації на результати діяльності сільськогосподарського виробничого кооперативу	59
Кобець М.М., Кобець Ю.М., Харькова Ю.О.	Вивчення конкурентоспроможності лікарських препаратів-простатопротекторів	61
Танасюк І.М., Казаков К.А.	Особливості вибору розвитку підприємства в умовах посилення конкуренції	62
Горлова Е.П., Гжибовска-Бжежинська М.	Динамичность факторов конкурентоспособности производственных предприятий	63
Калініна Л.Є.	Якість праці менеджерів як фактор конкурентоспроможності підприємств готельного бізнесу	65
Павлоцький В.Я.	Методика конкурентного аналізу середовища функціонування туристичних підприємств	67
Бедрадін Г.К.	Особливості побудови системи управління якістю на туристичному підприємстві	69
Гутів Г.Г.	Чинники формування експортного потенціалу підприємств машинобудівної галузі України	71
Задорожко Г.І.	Роль інформаційної системи в підвищенні конкурентоспроможності підприємства	73

Коренман Є.М.	Екологічно чиста продукція як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємства	75
Кудря Я.В.	Мікрофактори економічної ефективності управління корпораціями в телекомунікаційній галузі	76
Цуркан С.М.	Місце персоналу в визначенні поняття конкурентоспроможності підприємства	77
Бальтюкевич В.В.	Інноваційна політика як головніший чинник конкурентоспроможності підприємства	79
Голобродська Н.П.	Заходи підтримки конкурентоспроможності виноробної галузі в умовах участі України в СОТ	81
Головко-Марченко І.С.	Класифікація факторів конкурентоспроможності підприємства	83
Дуранова Т.А.	Напрями забезпечення конкурентоспроможності продукції олійно-жирових підприємств України	85
Єргієва Л.В.	Проблеми конкурентного розвитку підприємств кабельної промисловості України	87
Куценко О.В.	Науково-методичні підходи до класифікації методів оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств	89
Литвинова В.А.	Специфика учета весомости факторного показателя при определении конкурентоспособности продукции	91
Молла М.Г.	Структурно-логічна схема оцінки складових конкурентоспроможності молокопереробних підприємств	93
Озаринська В.В.	Переваги та недоліки застосування аутсорсингу підприємствами морської галузі	95
Радулов Д.Д.	Підвищення конкурентоспроможності підприємств шляхом взаємодії з органами влади (на прикладі Одеської області)	96
Салавеліс Д.Є.	Фактори формування конкурентоспроможності підприємства в умовах корпоративного управління	98
Кошельок Г.В., Белік Д.О.	Аутсорсинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності підприємства	100
Литвинов А.С., Бусарева А.Г.	Повышение качества продукции за счет улучшения организации труда	102
Літвінов О. С., Гриценко Є. В.	Проблеми підвищення якості продукції на підприємстві	103

Літвінов О.С., Холостенко В.А. Кучкова О.В.	Креативне управління як конкурентна перевага підприємства Інтегрована логістика, як фактор підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств	105 106
Слепухіна І.Д.	Проблеми підвищення якості продукції та конкурентоспроможності підприємства	107
Деренько Х.І., Літвінов О.С.	Якість продукції та її взаємозв'язок з конкурентоспроможністю продукції	109

2.Інноваційно-інвестиційні аспекти розвитку підприємства

Grzybowska B.	Innovativeness of Poland – results and limitations	111
Гончарук А.Г., Яцик А.А. Півень О.П., Андрюкова Л.М., Фетісова О.Г. Литовченко И.Л.	Про принципи управління інвестиційною привабливістю підприємства Особливості інноваційної діяльності фармацевтичних підприємств Виртуальные предприятия как новая форма участника рынка	113 114 116
Поповенко Н.С., Морохович І.М. Акуленко В.Л., Новикова І.В. Анфіногентова Н.Й., Цуркан Н.Г. Гаврилюк В.Т.	Роль інтелектуального капіталу в формуванні інноваційної економіки Вартісні критерії класифікації інвестицій Оцінка вартості підприємства для цілей оподаткування: інвестиційний аспект Об'єктивна необхідність прискорення науково-технічного прогресу	118 120 122 124
Гончаренко Е.Н.	Система управления инновационными процессами как фактор обеспечения устойчивого развития предприятия	126
Гуменюк В.В.	Фінансові інструменти небанківського кредитування розвитку курортної справи	128
Гура О.Л.	Формування позитивного інвестиційного клімату в Одеському регіоні	130
Дегтярева О.А.	Современные экономические вызовы спортивных хозяйственных систем	132
Доброва Н.В., Жарких В.Е. Карпенко Л.М., Малишко В.С.	Проблеми венчурного фінансування інноваційної діяльності в Україні Питання аналізу інвестиційних проектів в умовах інфляції на регіональному рівні	134 136
Карпенко Л.М., Детков Б.О.	Сучасні напрямки підвищення рентабельності вітчизняних підприємств	138

Коваленко С.И.	Инновационный кластер: стратегия роста конкурентоспособности предприятий	140
Крот Л.М.	Фінансове забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства	142
Малютін О.К.	Основні фонди як фактор інвестиційної безпеки країни	144
Никифоренко В.Г.	Людський капітал у системі інноваційного виробництва	146
Ольвінська Ю.О.	Розвиток малих інноваційних підприємств в Україні	148
Семенова В.Г.	Основні принципи та завдання інноваційного розвитку підприємства	150
Сілічєва Н.Є.	Сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку промислових підприємств	152
Сментина Н.В.	Інноваційно-інвестиційна модель розвитку індустрії одеського регіону	154
Стрижеус Л.В.	Особливості інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств	155
Тимошик Н.С.	Фінансове забезпечення інноваційної діяльності	157
Шевченко Д.В.	Субконтрактинг как современная форма интеграции малого и крупного бизнеса в мировой экономике	158
Калінська І.М.	Оцінка динаміки фінансових результатів діяльності вітчизняних підприємств та чинники їх формування	160
Нападовська І.В.	Майновий стан підприємств кабельної промисловості як фактор вартості	162
Куклінова Т.В., Яценко В.П.	Щодо розвитку будівельних підприємств (на прикладі ТОВ «Альянс Жилстрой»)	163
Нікітченко О.О.	Сучасні проблеми будівництва «сонячних вітрил» в Одеському регіоні	165
Степанова І.В.	Дефініція амортизації в податковому та бухгалтерському обліку	166
Уханова І.О.	Соціально-економічні наслідки створення та функціонування технопарків: підходи до оцінки	168
Гончаренко О.С.	Організаційно-управлінські інструменти сприяння розвитку інноваційно-інвестиційних процесів на підприємстві	170
Бойко О.С.	Проблеми організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку промислового підприємства	172

Дискіна А.А.	Методичний підхід щодо оцінювання ефективності інвестиційного забезпечення підприємства	173
Думбрава Т.Л.	Ключевые моменты методических подходов к оценке инвестиционной привлекательности предприятия	174
Маринчак Л.Р.	Розвиток газовидобувної галузі України: перспективи та інновації	175
Бархаєва А.Ю.	Проблема стратегічного управління логістичної інфраструктурою підприємств будівельної галузі	177
Дубей Ю.В.	Інноваційно-інвестиційні аспекти розвитку машинобудівних підприємств	178
Ковтуненко Ю.В.	Проблемы продвижения проектов коммерциализации инновационных технологий	180
Луцак Н.С.	Інноваційна модернізація підприємства на тлі глобальних тенденцій	181
Мельник Н.В.	Оцінка ефективності інвестиції в хлібопекарській галузі харчової промисловості України	183
Морозова Є.П.	Економічна природа інноваційного аутсорсингу в діяльності підприємств	185
Обертайло М.В.	Чинники та складові інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства	187
Семененко О.О.	Перспективи товарних ринків каховського регіону	189
Симоненко Д.С.	Фінансове забезпечення інноваційної діяльності машинобудівного підприємства	191
Слободчикова О.А.	Роль інвестицій у здійсненні інноваційних реструктуризаційних процесів на промислових підприємствах	193
Шовкова О.А.	Підходи до оцінки резервів впровадження Інтернет-технологій у діяльність торгівельних підприємств	195
Брікман Т.О.	Венчурне фінансування на основі механізмів державно-приватного партнерства в Ізраїлі	197
Галиш Н.А.	Інвестиційний аспект розвитку підприємства з виробництва біопалива	199
Новодон О.Ю.	Методичні основи оцінки розвитку знаннєвої економіки на підприємстві	201
Толмачова О.В.	Проблема низької інноваційної сприйнятливості промислових підприємств	203

Ибрагимов Р.М., Башорина О.В.	Проблема оттока капитала на примере таможенного союза	205
----------------------------------	--	-----

3. Особливості планування та контролю діяльності підприємства в сучасних умовах

Ковальов А.І.	Дью-ділідженс як метод діагностики стану підприємств	207
Kozłowski W., Michalak J.	Dilemmas measurement and evaluation marketing effects	209
Michalak J., Kozłowski W.	Influence of sales promotion on consumer decisions	210
Коротаев С.Л.	Особенности планирования и учета расходов при переходе на МСФО	212
Євтушенко О.М., Олійник О.Е.	Дослідження товарної політики виробничого фармацевтичного підприємства	215
Граждан В.Д., Куперман В.В.	Класифікація виробничої програми підприємства	216
Козлова Е.А., Шанцова И.А.	Вопросы применения МСФО (IAS) 29 в практике белорусского учета	218
Королев Ю.Ю.	Система показателей комплексной оценки платежеспособности и финансовой устойчивости предприятия	220
Акімова О.В.	Практичний досвід використання системи внутрішнього контролю на підприємстві	222
Бабий О.Н., Сербинова Е.Х.	Экономическое обоснование прибыли в тарифах на автобусные перевозки	224
Волохова М.П.	Податкове планування на малих підприємствах України	226
Егунов Ю.А.	Логика обоснования производственной программы предприятия материально- техническими ресурсами	228
Литвиненко Т.М.	Внутрішній контроль за дотриманням принципів соціально відповідального ведення бізнесу	230
Окландер Т.О.	Місце управління ризиками в маркетинговому менеджменті підприємства	232
Поперешняк С.В., Недбайло О.І.	Сучасні проблеми електронного документообігу на прикладі системи «Діло»	234
Репіна І.М.	Ключові протиріччя в управлінні активами підприємства	236
Сабадирьова А.Л.	Удосконалення оцінки потенціалу промислового підприємства	238
Ткачук Г.О., Щукіна О.В.	Джерела інформації аналізу ефективності оренди	240

Фісуненко П.А.	Контроль ефективності використання ресурсів підприємства	242
Чуркіна І.Є.	Розвиток системи фінансового управління підприємствами державного сектора економіки	244
Ботушан М.І.	Новітні тенденції рекламної індустрії Інтернету	246
Карпенко Ю.В.	Удосконалення планування діяльності підприємств хлібопродуктів	247
Єгупова І.М.	Методи врахування цільового прибутку в контексті ціноутворення на послуги проживання в готелі	249
Сухотеріна М.І.	Моніторинг поточного стану господарчої діяльності в системі безпеки підприємства	251
Гальперина С.А.	Особенности формирования кадрового состава рекреационных предприятий	252
Мірошниченко К.М.	Сучасні проблеми активізації маркетингової діяльності на борошномельних підприємствах	254
Своробович Л.М.	Основи формування ефективної системи матеріального заохочення	256
Худік О.О.	Пошук методики оцінювання якості корпоративного управління у банку	257
Чернова В.В.	Система контроллинга в стоимостно-ориентированной модели менеджмента	259
Шкуліпа Л.В.	Сучасні умови планування соціальної діяльності на підприємствах залізничного транспорту	261
Ганусин С.Л.	Формы планирования инновационного развития предприятия	263
Ещенко С.А.	Проблемы организации бухгалтерского учета долевого строительства в отдельных ситуациях	265
Ковтун В.П.	Концептуальні засади визначення впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку	268
Серафим Н.В.	Управління кадровими ризиками в роздрібних торговельних підприємствах	270
Сербінова К.Х.	Деякі проблеми тарифної політики підприємств міського господарства	272

4. Стратегія розвитку підприємства

Дяченко Л.Е.	Стратегічний напрямок розвитку харчової промисловості	274
--------------	---	-----

Рыжанкова О.В.	Деловые культуры в контексте стратегии развития предприятия	276
Бабій О.М., Мельник Є.Б.	Особливості майнового підходу при оцінюванні вартості підприємства	278
Гамма Т.М.	Нова парадигма стратегічного управління бізнесом	280
Rudzewicz A.	Trust as a social and economic value	282
Piotr Bórawski, James W. Dunn	Development of enterprises in rural areas as a source of alternative income of farms in Poland	283
Зинченко Н.В.	Процес розробки інвестиційної стратегії підприємств АПК	284
Ібрагімов Е.Е.	Система збалансованих показників оцінки людського капіталу підприємства	286
Іващенко О.В.	Служба економічної безпеки підприємства	288
Капаруліна І.М.	Потенціал підприємства як відображення його функціонального призначення	290
Квятковська Л.А.	Реалізація принципів концепції сталого розвитку в діяльності підприємства	292
Кирилюк Є.М.	Проблеми розширення ємності агропродовольчого ринку в Україні	294
Ковтуненко К.В.	Стратегічний аналіз як інструмент формування стратегії розвитку підприємства	296
Крупа О.М.	Проблеми і перспективи розвитку підприємств вугільної промисловості України	297
Манжура О.В.	Стратегічні аспекти розвитку кредитних спілок	299
Михайліченко Г.І.	Інноваційна стратегія туристичних корпорацій	301
Некрасова Л.А., Дискіна А.А.	Удосконалення процесу формування і реалізації інвестиційної стратегії	303
Нікіфорова В.А.	Стратегічні пріоритети розвитку провідних металургійних компаній світу та України	304
Романюк О.Ю., Сокирник І.В.	Формування кадрового потенціалу в стратегії розвитку промислових підприємств	306
Самотоєнкова О.В.	Розвиток інноваційної діяльності промислових підприємств України	308
Стовба Т.А.	Форсайтні дослідження як інструмент визначення перспектив розвитку підприємства	310
Танасюк І.М.	Коригування стратегії підприємства під впливом зміни зовнішніх і внутрішніх чинників	311

Тришак Л.С.	Теоретичні засади механізму державного управління стратегічним розвитком підприємств електроенергетики	313
Чукурна О.П.	Методи маркетингового ціноутворення в Інтернеті	315
Широкова О.М.	Стратегічні орієнтири розвитку залізничного транспорту України	317
Бахвалова Н.А.	Стратегія розвитку малого підприємництва в Україні	318
Исаншина Г.Ю.	Стратегия инновационного развития предприятий донецкой области	320
Темнікова Н.В.	Оцінка фінансової безпеки держави з урахуванням фінансової спроможності підприємств	321
Костіна О.М.	Економічна стійкість промислових підприємств: сутність, чинники, складові	323
Обнявко Т.С.	Напрямки розвитку підприємств ВПК згідно з концепцією сталого розвитку	325
Скіба Т.С.	Перспективи розвитку Інтернет-реклами	327
Телешевська С.М.	Аналіз економічного фактору сталого розвитку промислових підприємств	329
Безнесюк Я.М.	Формування асортиментної стратегії м'ясопереробних підприємств	331
Горохова Т.В.	Промислова безпека як один з чинників корпоративної соціальної відповідальності підприємств	333
Дроздова В.А.	Оцінка можливості створення кластера з виробництва дитячого харчування на плодоовочевій основі	335
Єфименко Г.В.	Забезпечення належного рівня капіталізації як головна стратегія промислових підприємств	337
Місько Г.А.	Складові економічної стратегії підприємства	339
Кучеренко Е.В.	Методологические подходы к оценке финансовой устойчивости организации	341
Ромашко О.М.	Стан та перспективи розвитку газовидобувних підприємств України	343
Солярчук Н.Ю.	Місце і роль фрілансерів у структурі трудового потенціалу України	345
Шейкха Н.С.	Современные тенденции развития предприятий Иракского Курдистана	347
Лупенко А.М., Борісов О.Г.	Стратегія розвитку підприємства	349
Качан О.М.	Система показників оцінки економічної безпеки будівельного підприємства	351

5. Сучасні технології управління на підприємстві

Довбня С.Б., Пономаренко В.П. Маслак О.І., Безручко О.О.	Особливості інноваційних технологій управління підприємствами Особливості оцінювання економічного потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань	353 355
Kamotsky N.I.	Analysis of methods of the assessment of level of economic safety of the enterprises	357
Арутюнян А.Р., Радченко М.В.	Впровадження нових технологій управління персоналом на прикладі «Метінвест холдинг груп»	359
Білявський В.М.	Ефективність управління кар'єрою працівників торговельного підприємства	361
Ващенко Н.В.	Мотиваційна система підприємства: сутність, основні компоненти та її посилення	363
Долгова Л.І., Шергіна Л.А. Дрогомирецька М.І.	Формування та розвиток соціального капіталу підприємства Зарубіжний досвід використання принципів менеджменту в діяльності сучасних організацій	365 367
Кошельок Г.В.	Основні напрямки управління дефіцитом грошових коштів підприємства	369
Лебедев І.В.	Соціальні технології забезпечення сталого розвитку	371
Літвінов О.С. Орлова О.В.	Визначення поняття енергетична безпека Особове страхування на підприємствах України	373 374
Ситник Й.С.	Система менеджменту промислового підприємства як об'єкт інтелектуалізації	376
Скібіцький О.М.	Інноваційні методи реалізації компетентнісного підходу до людського потенціалу	378
Вигуржинская С.Ю.	Экологический фактор и формирование современных производственных систем	380
Обнявко А.В.	Вектор развития экономического механизма предприятия	382
Чернишова О.Б.	Удосконалення безготівкових розрахунків підприємств на рівні банківської системи	384
Шульженко Л.Є. Лазуткіна А.В.	Причини неспішності стратегічних альянсів Використання технології мерчандайзингу на підприємствах сфери послуг, зокрема у ресторанному господарстві	386 388

Волович О.Б.	Економіко-юридичний підхід до визначення сутності заборгованості підприємства	389
Гайдук І.О.	Управління фінансовими ресурсами торгівельного підприємства	391
Гришко Н. Є.	Формування оціночних параметрів складових економічної безпеки машинобудівного підприємства	393
Каражия Э.А., Сароян Л.А. Іваненко А.Г.	Современные технологии управления персоналом на предприятии Процесний підхід до управління підприємством як основа сучасних підходів побудови систем управління	395 397
Маликова И.П.	Необходимость и значение страхования рисков предприятий	399
Мацеха Д.С.	Напрями управлінських дій за окремими складовими економічної безпеки	401
Скібіцька Л.І.	Трансфер технологій як засіб подолання кризи на підприємствах авіаційної промисловості України	403
Батанова Т.В.	Сучасні аспекти управління процесно-орієнтованою організацією	405
Шевченко В.В.	Сучасні методи діагностики фінансово-економічного стану підприємства	407
Анохіна К.О.	Особливості управління нематеріальними активами на промислових підприємствах	409
Гагауз В.Н.	Ликвидность имущества предприятия в материальной форме и ее сущность	411
Гаркин В.В.	О структуре современных информационных систем и технологий на предприятии	413
Іванова Т.В.	Добір напрямів реструктуризації машинобудівних підприємств	415
Камінська І.Б.	HR-аутсорсинг як спосіб оптимізації витрат на персонал	416
Килівник І.С.	Організаційно-економічний механізм управління нематеріальними активами підприємства	418
Коваленко Л.А.	Усиление роли финансовой диагностики в управлении предприятием	420
Ліщинський М.П.	Умови розвитку корпоративних структур у вигляді спільних підприємств в аграрному секторі економіки України	422
Мачтакова О.Г.	Оцінка ефективності управлінського персоналу на підприємстві	424

Пудичева Г.О.	Енергоменеджмент як новий підхід в управлінні енергетичним господарством підприємства	426
Свистунова А.С.	Целесообразность анализа мировой практики регулирования социально-трудовых отношений	428
Смірнова І.С.	Місце адміністративного менеджменту у системі управління підприємством	430
Рижа Т.В.	Інформаційні технології в управлінні фінансово-господарською діяльністю вищих навчальних закладів	432
Козьменко І.М., Харчук В.Ю.	Проблеми оцінювання компетенцій працівників	433
Король Я.О., Літвінов О.С.	Теоретичні питання мотивації та стимулювання праці	435
Лазарь А.В., Осичка А.В.	Нефинансовая мотивация персонала	436
Кулікова М.С.	Особенности коммерциализации психологической услуги	438

6. Математико-статистичні методи і моделі економіки підприємства

Янковий О.Г.	Показники оцінки портфеля інвестицій підприємства	440
Косова Т.Д.	Стрес-тестування як інструмент діагностики фінансового стану суб'єктів господарювання	442
Кулинич Р.О.	Комп'ютерне забезпечення методу статистичних рівнянь залежностей	443
Акулов М.Г.	Модель міжчасової рівноваги мезоекономічної системи	445
Воробйова Л.Д.	Формування методики моделювання щодо управління виробничими витратами підприємства	448
Зова В.А.	Математичні моделі оцінки рівня відтворення основних фондів	450
Іванов Р.В.	Модель взаємодії малого та великого підприємств	452
Мельничук Л.Ю., Мельничук В.С.	Нормування даних при нейромережевому аналізі	454
Милашко О.Г.	Статистичні аспекти оцінювання діяльності нефінансових корпорацій	456
Оснач О.Ф., Архипов С.В.	Оптимізація виробничих запасів як джерело скорочення витрат підприємства	458

Погорелова Т.В.	Многомерные методы – инструмент статистического анализа экономики предприятия	460
Семенова К.Д.	Проблеми оцінки ризиків підприємницької діяльності	462
Чайковская М.П.	Моделирование системы бюджетирования предприятия	464
Шевченко В.В.	Связь показателя прибыли с другими показателями эффективности деятельности предприятий	466
Яшкіна О.І.	Базові математичні моделі отримання прогнозів збуту підприємства	468
Янковий В.О. Смирнова В.Д.	Маржинальний аналіз на рівні підприємства Статистичне оцінювання інноваційної діяльності підприємств за міжнародними стандартами	470 471
Чернодубова Е.В. Ladutko Yulia V., Bashorina Olga V.	Моделювання прибутковості підприємств The Effects of the Financial Crisis on Entrepreneurship and Firm Creation	473 475
Чернецька Ю.А.	Модель рентабельності власного капіталу підприємства	477
Васильченко К.Г.	Многоагентная модель социально-экономического равновесия предприятия	479
Иванченко Д.Ф.	Теоретические основы построения динамической модели планирования прибыли на предприятии	480
Куперман В.В.	Оптимізація виробничої програми ПАТ «Одескабель»	482
Пірятінська І.В., Чорна М.В.	Модель оцінки економічної безпеки будівельного підприємства	484
Сукач О.О.	Факторна модель продуктивності праці	486

1. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Juchniewicz M.

Prof. UWM, dr hab.

Warmia-Mazury University in Olsztyn (Poland)

EXTERNAL CONDITIONS OF COMPETITIVENESS OF THE FOOD INDUSTRY

In the reality of today's economy, competitiveness is becoming one of the most important determinants of both prospects and assess the functioning of enterprises in the market. The study of research was the food sector, which is a key sector in many EU countries. The importance of the food industry in the EU demonstrates its leading position in international trade. In the years 2000-2009 the share of EU food exports decreased from 20.4 % to 18.6 %, but they are still a leader in the export of highly processed foods [1, p.12]. In Poland, the food industry is one of the most dynamic sectors after the Polish accession to the European Union. The value of food trade in 2010 increased by almost 20%, exports to 13.5 billion, and imports to 10.9 billion [2, p.14]. The continued success of the sector will depend on the skillful use of internal and external conditions for its development.

Internal factors of competitiveness of enterprises, such as business strategy, structure, competence, capacity for innovation has been the subject of research by many authors. The study adopted the idea that the use of internal competitiveness depends on external factors. They form a process of competition and its course. The aim of this paper is to identify and evaluate major external competitiveness factors of the food industry.

The process of globalization and the internationalization of business activity is a phenomenon that must be addressed in the long term to compete effectively in the market. There are several principal manifestations of globalization in the process of competition in food markets. These are the new conditions of gaining a competitive advantage, the mechanism of uncooperation, and the production and distribution of food. Globalisation has also led to major changes in the development of market structures and organizational business. There has been the development of transnational corporations, the network nature of the business, changes in the organization of production, the development of delivery exactly on time and work for hire. As a result, in the retail trade of all European countries, there is spread a consistent trend "own brand".

An important factor in the process of competition in the food industry are the provisions of European Union law and national laws, as well as other international institutions. These include the conditions created by the GATT / WTO, the EU's common trade policy and regulations appearing in the Common Agricultural Policy. It is pointed out that the existing CAP differentiated competitive potential and

competitive position of the agri-food sector in the EU. It does not promote maintaining and improving the competitiveness of the EU food industry in the world.

The analysis of external conditions highlights the competitiveness of not only the process of competition between them, but also the opportunity to take their cooperation and collaboration. This approach is consistent with the functioning of the economic theory and practice, the idea of clusters. In the case of the food economy in which there is a strong relationship between the characteristics of the regions and the potential manufacturing sector is undoubtedly one of the elements to strengthen their competitive position.

Another factor in the competitiveness of the food industry are the expectations and behavior of consumers in relation to food and changes in the demographic structure of the consumer. The increased mobility of people in the spatial and socio-professional and conformed lifestyles of different social groups make more and more homogeneous consumer attitudes. On the other hand, this leads to the so-called. consumer ethnocentrism. This is manifested in the conscious consumer preference for domestic products.

References

1. Supporting the competitiveness of the European food and drink industry. Food and Drink Europe Competitiveness Report, Brussels. – 2011.
2. Szczepaniak I. (red). Monitoring i ocena konkurencyjności polskich producentów żywności (1). IERIGŻ, Warszawa. – 2011.

Grzybowska-Brzezińska M.

Ph.D.

University Warmia and Mazury (Poland),

Gorlova E.

Msc

Odessa National Economic University (Ukraine)

ISO STANDARDS AND QUALITY COSTS AS INSTRUMENTS OF COMPETITIVE ADVANTAGE OF COMPANIES

Theory and practice of modern functioning indicates that quality is the most efficient instrument of reaching competitive advantage over market rivals [3, p.151]. ISO standards are one of the key instruments in forming company competitiveness [5, p.21]. Moreover, they are necessary to function in the overseas market. The efficiency of quality management systems should be measured in financial categories and also from the point of view of economic results [2, p.21; 4, p.22]. The analysis of quality costs, what can be read from the norm ISO 9004-1:1994, is used to assess the efficiency of quality assurance system [1, p.47].

The main purpose of the deliberations in this article is to indicate selected instruments of quality policy such as ISO standards and to identify quality costs which are necessary to reach competitive advantage in the overseas markets.

Thesis:

- the increase in attractiveness of overseas markets results into dynamic changes in the range of competitiveness improvement of the companies in developing countries as Poland and Ukraine (for example, the increase in number of companies where ISO standards are implemented) .

- the assessment of economic efficiency of quality management systems in a company is possible when implementing and monitoring of quality costs take place.

The secondary data concerning the quantity of standards such as ISO 9001, ISO 14001, ISO 22000, ISO 27001, ISO 13485, ISO TS 16949 implemented in the years 1993-2010 in Poland and Ukraine were used in the research. The data were given by the company SGS Poland. The data have been gathered by International Organization for Standardization. In the second part of the article the data concerning the type of quality costs and their dynamics of changes in the years 2005-2010 were used. The data were given by a Polish production company.

The main problems raised in the article are:

- indication of the dynamics of selected ISO standards implementing in Polish and Ukrainian companies,

- the description of quality costs and the assessment of quality costs in an overseas production company -case study.

Basic conclusions which are resulted from the analysis are the following. Companies in Poland and Ukraine made an attempt to build their own , individual quality management systems, mainly based on branch quality certificates or ISO standards. This is the result of dynamic international competitiveness as well as the increase in needs and expectations of consumers in the domestic market.

The following recommendations can be given to companies after the analysis: to sustain the downward trend of entire quality costs , to reduce the absence of costs, prevention and assessment costs, to sustain the low indicator of complaints, to reduce the costs of employees dealing with complaints and guarantee service.

References

1. Bałowas P. Efektywne wdrażanie zintegrowanych systemów zarządzania / P. Bałowas // Problemy jakości. – 2006. – No 8. – pp. 48-59.
2. Ciechan-Kujawa M. Koszty jakości w polskich przedsiębiorstwach – struktura i wielkość / M.Ciechan-Kujawa // Problemy jakości. – 2000. – No 10. –pp.19-27.
3. Evans J. R., Lindsay M. W. The management and control of quality / J. R. Evans, M.W. Lindsay. – St. Paul, West Publishing Company,1996. – pp. 151-159, 250.
4. Gryc J. Koszty jakości i ich liczenie w przedsiębiorstwie / J.Gryc // Problemy jakości. – 2004. – No 3. – pp. 22-28.
5. Tannock J., Brown H. 2006. Do consumers really care about ISO 9000 certification? / J. Tannock, H. Brown // ISO Management Systems. – 2006. – No 3. – pp. 21-26.

Grzybowska-Brzezińska M.,
PhD
University Warmia and Mazury in Olsztyn
Brzeziński M.,
Ph.D
Higher School of Agribusiness in Łomża
Tadajewska K.,
ME
University Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

CONSUMER ATTRIBUTES OF FOOD QUALITY AND COMPETITIVENESS OF A COMPANY'S OFFER

Consumers' preferences are changeable in time and depend on many factors connected with a product, a consumer and environment. The increase in customers' education and interest in food quality cause that consumers search for products with guaranteed quality. The subject matter of food quality is broad and it should be considered in the diverse aspects. Food quality constitutes an important social and economic issue. What is more, it is becoming an element of company actions in the range of marketing forming of a product [1, s.43].

It is necessary to mention the fact that product quality is a complex concept. According to food technologists, the main criteria will be the level of satisfying formal requirements and norms which at the same time should guarantee consumers health safety [5, s. 35]. What is food quality according to consumers' assessment? The answer to this question is a key element which helps to formulate an efficient company's strategy of launching competitive product offer.

The article makes an attempt to identify the features of milk products which are considered as quality attributes by consumers and also to define the possibility of their use in creating a company's offer. The profile of the expected consumer attributes in milk and yoghurt offer is indicated.

Thesis of the research:

Consumers assess milk product quality taking into account mainly their smell and flavor value and freshness. Moreover, high nutritive value and health safety are advisable;

Consumers' decisions in milk and yoghurt markets to a large extent depend on promotional activities of companies and brand positions in the market.

The research was conducted with CAPI method among 200 people in the villages and towns in the south-east of Poland in the spring 2011. The selection of samples was accidental. Selected domestic and overseas brands of milk and yoghurt were researched. Consumers' preferences were taken into consideration. What is more, the criteria of product quality assessment and also selected milk and yoghurt attributes which can be decisive while shopping were identified. .

The research clearly demonstrates that consumers perceive milk and yoghurt quality using the parameters of sensor attractiveness and freshness. Respondents often declare trust to brands is a guarantee of high quality, particularly freshness and health safety. The information about production according to the standards ISO 9001, ISO 22000 and HACCP is not, however, essential for them while shopping, because the vast majority of consumers do not know them and do not understand what they mean.

Consumers' declarations could be an important guideline for producers in a process of competitive product offer forming. Learning consumer attributes of quality in relation to a product as well as favored features which influence on their choice enable producers to improve a product, its parameters and also add the most desirable values from the marketing point of view.

References

1. Grzybowska-Brzezińska M. Marketingowe aspekty jakości produktów spożywczych/ M. Grzybowska-Brzezińska // Problemy Jakości. – 2008. – Nr 7. – s. 43-48.
2. Issanchou S. Consumer expectations and perceptions of meat and meat product quality/ S. Issanchou // Meat Science. – 1996. - N^o 43(S). – pp.5-19.
3. Luning P.A. i in. Zarządzanie jakością żywności. Ujęcie technologiczno-menedżerskie / P.A. Luning i in. – Warszawa: Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, 2005, s. 9, 13, 17, 31-33.
4. Ozimek I. Jakość żywności w opinii konsumentów / I. Ozimek // Handel Wewnętrzny.- 2007. – Nr 1. – s. 47-52.
5. Sethuraman R., Cole C. Factors influencing the price Premium that consumers pay for national brands over store brands / R. Sethuraman, C. Cole // The Journal of Produkt&Brand Management. - 1999.- V.8, N^o 4. – pp.35.
6. Sznajder M., Tarant Sz., Marka produktów mleczarskich, a ich jakość w ocenie konsumentów. / M. Sznajder, Sz. Tarant // Przegląd Mleczarski. – 2003.- Nr 6. – s.214-216.
7. Witczak J. Jakość żywności jako czynnik wpływający na decyzje nabywcze konsumentów. / J. Witczak // Marketing i Rynek. – 2003. – Nr 8. – s.14-18.

Kowalkowski A.

Ph.D.

University Warmia and Mazury (Poland)

FOOD QUALITY CONTROL IN INTERNATIONAL TRADE

Free market economy by the abolished customs barriers within the European Union facilitates the flow of goods between countries. There is accompanied by increase in consumer requirements, and all other intermediaries in the food trade. The increase of the awareness of consumers demanding safe food of the highest quality

meant that food manufacturers that want their products have confidence consumers, must hold a certificate confirming the high quality.

Therefore, throughout the food chain harmonized system of food law in the European Union. Mass consumption as the basis for mass production, has increased the importance of quality. The first attempt to define the concept of quality tried the ancient philosophers. "Quality definite express and revealing bodily substances in the specific matter of form submission. Distinguish the quality of fixed-disposable, difficult to change, because the species associated with the difference being, and quality of variable-states may pass into their opposites" [2, p.32]. Considerations of the ancient philosophers Locke and Descartes were expanded by the concept of two-tier approach to quality, which distinguishes between objective quality inherent in the object, which is the original, and coming from the senses-secondary [1, pp.135-147]. Later, the term came to be a "degree of health, sensory appeal and availability in a wide range of social consumer and semantic, important only to the extent provided opportunities for the designated product raw materials, technology, and feature" [4, p.114].

Quality management in the food industry is of particular importance, according to the consumer's emotional relationship to food products which consumed every day affect his well-being and health [3, p.75].

Polish companies had to quickly refer to European standards to meet the competitive market. Analysis of quality systems used by Polish companies from the food has been carried out in five companies. Quality systems implemented in companies and confirmed by certificates are the most important criterion for concluding international contracts. Therefore, it should be noted that the main reason for the implementation of quality systems is improving the quality and safety of offering products and the acquisition of certificates for them. The certificates of quality systems let to increase international sales. The surveyed companies have these certificates reported an increase exports after obtaining them. The greatest difficulty in the implementation of quality systems and their certification is for companies interpretation of legislation. However, the greatest benefit of the company definitely recognized the increase of competitiveness on national and international market.

References

1. Red. Bagiński J., Zarządzanie jakością. Oficyna Wydawnicza Politechniki Warszawskiej, Warszawa. – 2004. – pp. 135-147.
2. Karmańska A., Zarządzanie kosztami jakości, logistyki, innowacji, ochrony środowiska a rachunkowość finansowa. Difin, Warszawa. – 2007. – p. 32.
3. Luning P., Marcelis W. J., Jongen W. M. F. Zarządzanie jakością żywności – ujęcie technologiczno-menedżerskie. Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa. – 2005.
4. Red. Świdorski F., Towaroznawstwo żywności przetworzonej Wydawnictwo SGGW, Warszawa. – 2003. – p. 114.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ХАРЧОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

Важливе значення у підвищенні рівня життя відводиться якості харчових продуктів. Це стосується майже всіх країн світу. Від неякісних харчових продуктів і неправильного харчування гинуть мільйони людей.

Перші кроки по формуванню механізму підвищення якості харчової продукції вже почали здійснювати у деяких країнах. Так, у США вводять нові нормативи харчування дітей, які виключають зі шкільних столових висококалорійну їжу та напої.

У Новій Зеландії та Франції пропонують вводити податки на шкідливі для здоров'я продукти і забороняють рекламу.

У Данії вже ввели податки на жирну їжу.

Світовий ринок екопродуктів зріс більш ніж у три рази – з 18 млрд. дол. у 2000 році до 60 млрд. дол. у 2010. К 2020 року оборот цього ринку може досягти 200-250 млрд. дол. Серед виробників екологічних продуктів лідирує Європа та Північна Америка, а найбільш розвинуті ринки у Німеччині, Франції, США і Великобританії.

Росія відстає у сфері виробництва екопродукції та екопослуг від розвинутих країн на 15-20 років, а обсяг її ринку екопродуктів складає всього 60-80 млн. дол., що складає біля 0,1 % всіх продуктів харчування. Не краще ситуація і в Україні [1] .

Заміна натуральних харчових продуктів на штучні, неекологічні дозволяє підприємцям отримувати надприбутки та значно зменшити вартість на харчі. Пересічний громадянин не дуже виступає проти фальсифікованої продукції, яка «підкупає» своєю дешевизною. Справа у тому, що життєвий рівень українців значно нижчий ніж у розвинутих країнах. Якщо у західних країнах на їжу витрачають незначну частку сімейного бюджету, то у нас значну. Ось чому в останні роки значно зросла кількість серцево-судинних захворювань, а разом з цим і смертність населення.

В Україні прем'єр-міністр М.Я. Азаров признає цю проблему і обіцяє оприлюднювати фірми, які постачають продукцію низької якості.

Сьогодні на нашому ринку можна зустріти ковбаси без м'яса, молочні продукти з пальмової олії, генетично-модифіковані продукти та інші. Таке становище в значній мірі пов'язано з майже відсутністю контролю, спеціальних лабораторій, які би визначали якість продукції. Як вважає Л.Є. Купінець, «якість і безпека, як фактори конкурентної переваги продукції і підприємства, не мотивують товаровиробника до їх вдосконалення. Саме цей аспект проблеми продовольчої безпеки надає їй нове якісне наповнення» [2, с.10].

Все це вимагає розробку екологічного механізму підвищення якості харчових продуктів та скорочення випуску продукції, яка небезпечна для споживання, підвищення відповідальності підприємців за виробництво.

Системне уявлення економічного механізму передбачає його багатофункціональність, взаємодію з механізмами екологічного управління та господарським механізмом продовольчого комплексу. Економічний механізм повинен сприяти покращенню екологічної ситуації, використовувати найбільш дієві інструменти адаптовані до суб'єктів господарювання у досягненні цілей екологізації продовольчого комплексу, мати мотиваційну спрямованість, забезпечувати підтримку прибутковості підприємств, перешкоджати порушенню правил господарювання.

Вирішення задач екологізації продовольчого комплексу знаходиться в площині взаємодії відповідних інструментів, що забезпечують створення економічного простору, функціонування в якому для виробників екологічно чистої продукції буде набагато вигіднішим, ніж вихід з нього [2, с.24].

На рівні макроекономіки створення такого механізму дозволить зберегти більш здоровим населення, яке зможе ефективно працювати і виробляти додатковий валовий внутрішній продукт. Цей механізм повинен включати набір економічних важелів (пільг, кредитів, податків), які будуть стимулювати підприємства виробляти екологічно безпечну харчову продукцію. Тому цей механізм передбачає стимулювання не тільки харчових підприємств, а всього агропромислового комплексу. У свою чергу, це вимагає зусилля не тільки науковців, але й міністерств, відомств, підприємств, суспільних організацій, використання досвіду західних країн.

Науково-технічний прогрес дав імпульс формуванню нових типів і темпів економічного росту, переведенню всієї системи господарства на інтенсивну основу. Однак інтенсифікація без чіткої системи екологічних обмежень може призвести до небажаних наслідків. Тому проблеми інтенсифікації агропромислового виробництва і охорони навколишнього середовища необхідно розглядати в тісній органічній єдності.

Література

1. Вареник Н. Экорынок: поможет ли закон накормить дорогой, но сытой продукцией? // Зеркало недели, 31 марта 2012 г.
2. Купінець Л.Є. Теоретико-методологічні та прикладні засади екологізації продовольчого сектору економіки. – Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. – Одеса, 2011. – 39 с.

Мнушко З.М.
д.фарм.н., професор,
Вальдовський А.О.
магістр

Національний фармацевтичний університет (Україна)

ОПРАЦЮВАННЯ ІНТЕГРАЛЬНОЇ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА ПРИКЛАДІ АНТИАНЕМІЧНИХ ПРЕПАРАТІВ

Конкурентоспроможність лікарського засобу визначається як сукупність його споживчих властивостей, створених під час розробки і виробництва, що сприяє найшвидшій реалізації препарату на конкретному ринку в певний період часу за умов відмінностей від препаратів-аналогів. Серед методів кількісної оцінки конкурентоспроможності у вітчизняній практиці найчастіше використовується комплексний метод, до якого залучена низка одиничних, групових та інтегральних показників. Оцінка конкурентоспроможності здійснюється шляхом співставлення показників товару, які аналізують, з аналогічними показниками базового зразка. Враховуючи те, що конкурентоспроможність препаратів за даним методом характеризується значною кількістю числових показників, комплексна оцінка остаточних результатів є доволі важкою без використання графічного зображення конкурентних переваг аналізованих препаратів.

У зв'язку з цим, нами була опрацьована методика побудови матриці за параметрами «конкурентоспроможність економічних характеристик – конкурентоспроможність технологічних характеристик» на прикладі антианемічних лікарських засобів (ААЛЗ) (див. рис.). Кількісні вихідні показники одержані в результаті опитування лікарів-експертів.

Ось X складає показник конкурентоспроможності препаратів за економічними параметрами ($I_{\text{еп}}$) – роздрібною ціною однієї упаковки препарату та вартістю курсу лікування. Ось Y визначена показником конкурентоспроможності за технологічними параметрами ($I_{\text{тп}}$) – терапевтичною ефективністю та кількістю лікарських форм. Для обох осей мінімально можливе значення складає число, наближене до нуля, максимальне значення прагне до нескінченності. За точку перетину осей рекомендовано вибирати значення найбільш конкурентоспроможного лікарського засобу в групі, що аналізується, тобто препарату, значення загального інтегрального коефіцієнту конкурентоспроможності якого найбільш близьке до одиниці. За діаметр кожного маркеру препарату беруться дані про обсяг його продажів за певний період часу.

При побудові матриці в якості лікарського засобу порівняння був використаний препарат «СОРБІФЕР ДУРУЛЕС», тому що значення інтегрального показника конкурентоспроможності цього препарату найбільше серед досліджуваних та дорівнює 1,01. Тому точкою перетину осей координат матриці є саме цей лікарський засіб. За діаметр маркерів препаратів були взяті дані про обсяг

продажу цих лікарських засобів протягом року в одному з аптечних закладів м. Чугуєва Харківської обл.

За результатами аналізу до групи дорогих та високоефективних препаратів були віднесені «МАЛЬТОФЕР» та «ФЕРРУМ ЛЕК». Ці лікарські засоби значно випереджають за технологічними показниками препарат порівняння, що пов'язано не тільки з їх високою терапевтичною ефективністю, але й великим вибором лікарських форм. Проте лікування цими лікарськими засобами, особливо препаратом «МАЛЬТОФЕРО», коштує доволі дорого. Враховуючи те, що для більшості респондентів, за даними проведеного опитування, терапевтична ефективність відіграє найголовнішу роль, то ці препарати мають найбільші переваги. Але ціновий фактор також відіграє дуже важливу роль, що підтверджується невеликими обсягами продажів цих препаратів, у порівнянні з більш дешевими.

Також варто відзначити, що більшість проаналізованих препаратів відносяться до групи дорогих препаратів, але з низькими показниками технологічної конкурентоспроможності, які можуть бути пов'язані з недовірою лікарів до властивостей цих препаратів, недостатньою кількістю лікарських форм тощо. Найбільш близькими за значеннями до препарату порівняння виявились препарати «ТАРДИФЕРОН», «ГІНО-ТАРДИФЕРОН», «ОРОФЕР» та «ФЕРРОПЛЕКС». В подальшому оптимальним напрямком розвитку даних препаратів може бути пошук унікальних властивостей або розробка нової лікарської форми для окремої категорії споживачів, тобто удосконалення технологічних параметрів лікарських засобів. При цьому необхідно створити такі умови виробництва та просування препаратів, щоб вони не змінили їх цінову категорію в бік подорожчання, інакше це може призвести до втрати частки вже існуючих споживачів даних лікарських засобів.

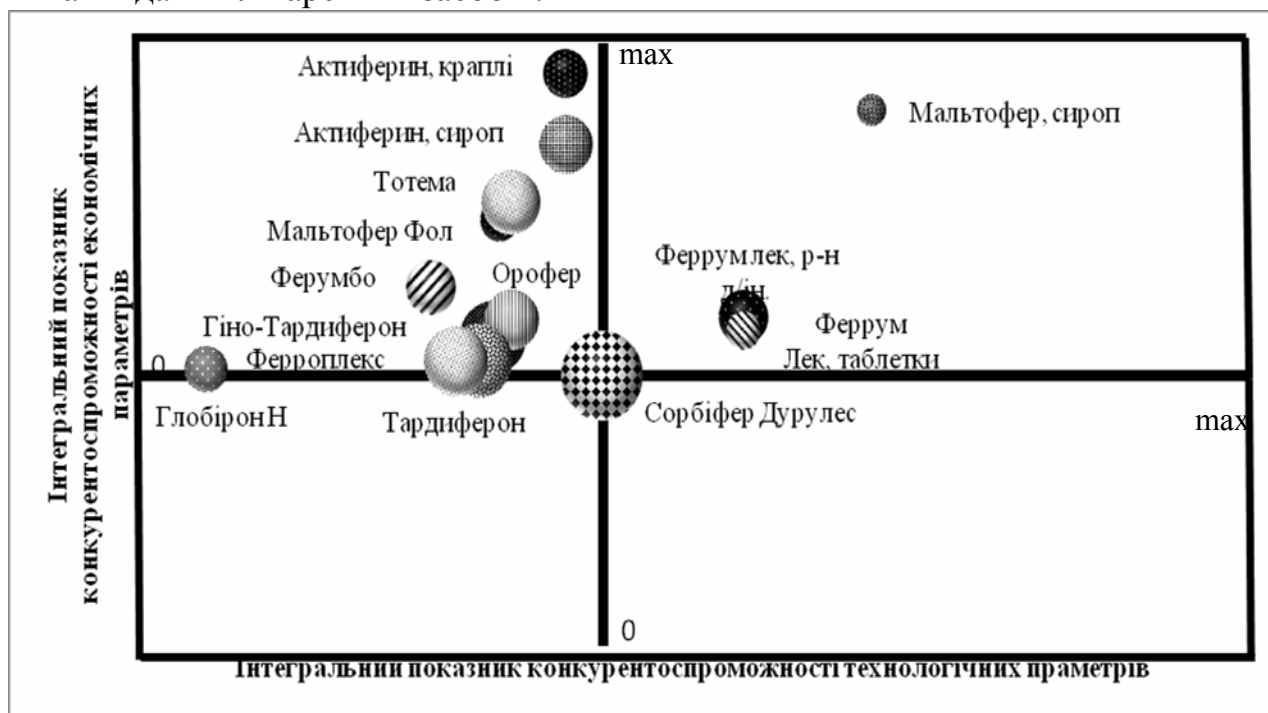


Рис. Матриця економічних і технологічних переваг деяких антианемічних препаратів

Дюкарева Г.І.
к.т.н., професор,
Гасанова А.Е.
аспірант

Харківський державний університет харчування та торгівлі (Україна)

ВИРІШЕННЯ ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ЗАВДЯКИ ВИКОРИСТАННЮ ЕЛАМІНУ ПІД ЧАС ВИРОБНИЦТВА БІСКВІТУ

Поширеність йододефіцитної патології визначає пошук ефективних і безпечних засобів для усунення йодного дефіциту як одну з актуальних проблем сучасності. У зв'язку з цим особливий інтерес викликають засоби на основі органічно пов'язаних форм цього біомікроелемента. Одним із таких засобів є використання харчової добавки – еламіну, який випускає підприємство – завод «МОЛОЧНОЇ КИСЛОТИ», ОАО (м. Київ).

Зважаючи на те, що частка борошняних кондитерських виробів у раціоні сучасного українця знаходиться на стабільно високому рівні, було б доцільним збагатити їх необхідними макро- та мікроелементами, а особливо – йодом. Велика увага споживачів приділяється вибору борошняних кондитерських виробів спеціального, дієтичного та функціонального призначення, які надають змогу споживати їх, як ласощі та одночасно чинять на організм цілеспрямовану функціональну дію. Тому одним із важливих завдань є поліпшення харчування населення шляхом створення борошняних кондитерських виробів, таких як бісквіт, збагачених органічним йодом, зробити цей продукт корисним та смачним.

Збагачені продукти харчування - це нова група продуктів, тому важливо сформулювати споживчий попит на них і гарантувати випуск продукції високої якості. Якість товарів чи послуг є одним із найважливіших факторів успішної комерційної діяльності будь-якої організації.

Якість – це сукупність властивостей і характеристик товару, які зумовлюють його здатність задовольняти конкретні особові чи виробничі потреби відповідно до свого призначення. Бісквіт збагачений еламіном має функціональне призначення задовольнити актуальну потребу людини в йоді. Включення в раціон харчування харчових продуктів, збагачених йодом, дозволяє охопити більш широкі верстви населення.

Йодування хліба вперше було запропоновано в 1947 р. В.Б. Хазаном. Згодом, у 1949 р., М.Г. Коломійцева повідомила про успішну профілактику ендемічного зоба в одному з районних центрів Таджикистану методом застосування йодованого йодидом калію (КІ) хліба, а А.І. Остроглазов – про це ж саме у чотирьох населених пунктах Амурської області

Способами збагачення йодом харчових продуктів присвячені роботи вчених: Трихіна В.В., Єгушова О.А., Осипова Г.А., Лескова С.Ю., Шевченко О.Є. Безпечним та результативним шляхом збагачення бісквіта йодом є використання сировини рослинного походження, зокрема еламіну, що має в своєму складі

велику кількість органічного йоду, що легко засвоюється організмом людини та виводиться при наявності надлишку.

Основним джерелом йоду органічної природи вважають морські водорості. Нами проводяться дослідження впливу концентрату переробки морської водорості – еламіну, на властивості бісквітного тіста. Важливим показником якості тіста на основному етапі виробництва бісквіта є піна, яку забезпечує яєчна суміш.

Для оцінки ціноутворення виділяють такі основні властивості, які характеризують піну це піноутворююча здатність (піноутворюваність) та стабільність (стійкість) піни. Проведені дослідження піноутворення та піностійкості яєчної суміші з різними концентраціями сухого та запареного еламіну. Еламін був запарений згідно рекомендацій виробника і додавався відповідно до перерахунку на суху речовину.

Встановлено, що піноутворююча здатність яєчної суміші при додаванні еламіну в кількості від 0,1 до 0,6 г зростає до 400 %, натомість контроль має 200 % піноутворення, а при додаванні запареного еламіну в перерахунку на ті ж самі концентрації, що і сухого, піноутворення зростає до 430 %. Що стосується піностійкості, яка визначається через годину після закінчення збивання, вона склала 100 % з різними концентраціями еламіну. На підставі цього можна зробити висновок, що еламін володіє стабілізуючими властивостями. Проводили дослідження піностійкості через 3 години після закінчення збивання яєчної суміші з різними концентраціями еламіну. При додаванні сухого еламіну вона зростає від 60 до 75 % при концентраціях від 0 до 0,7 г, піностійкість суміші з запареним еламіном при концентраціях сухої речовини 0,1 та 0,2 г знижується з 60 до 45 % порівняно з яєчною сумішшю без добавок, та при концентраціях від 0,2г до 0,7 г піностійкість яєчної суміші з запареним еламіном збільшується до 63 %.

Завдяки отриманим експериментальним даним доведено, що найбільш раціональним є використання сухого еламіну в кількості 0,6- 0,7г на 100г сировини. Це дозволяє підвищити піноутворення та стійкість піни, відповідно з одночасним скороченням процесу збивання яєчної суміші до 20-25хв (вдвічі), що прискорює процес виробництва бісквіта. Та найголовніше, що додавання концентрату еламіну надає змогу збагатити бісквіт йодом в легкозасвоюваній формі. Цей захід не пов'язаний зі зміною звичок харчування, тому краще сприймається споживачем психологічно.

Таким чином, можна зробити висновок, що хімічний склад еламіну, надає змогу не лише збагатити бісквіт мінеральними речовинами, особливо йодом, але й використовувати його в якості стабілізатора, який тимчасово запобігає осіданню піни, завдяки чому покращується структура бісквіта, що впливає на підвищення якості готової продукції. Також скорочується процес виробництва, який позитивно впливає на конкурентоспроможність підприємств з виробництва бісквітів.

РОЛЬ ОРГАНІЗАЦІЙНОЇ КУЛЬТУРИ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

З розвитком ринкових відносин питання дослідження організаційної культури привертають, все більшу увагу науковців. Організаційна культура дозволяє підприємствам виживати в умовах конкуренції і зайняти певну ринкову нішу. Це пов'язано: по-перше, зі зростанням зовнішньоекономічної діяльності підприємств: по-друге, з тим фактом, що методи і прийоми управління, які раніше забезпечували ефективність підприємствам, значною мірою втратили свою привабливість: по-третє, зі зміною пріоритету цінностей, ідеалів та норм поведінки, які з розвитком ринкових відносин обумовлюють зміну організаційної культури. Разом з тим, як у теоретичних, так і в практичних підходах щодо сутності організаційної культури можна виявити певні обмеження. Практиками проблеми формування культури часто зводяться до впровадження іміджових та розважальних програм, тоді як потенціал організаційної культури може бути розкритий лише за умови її значення в зростанні ефективності діяльності господарюючих суб'єктів.

Визначення феномену організаційної культури стикається з певними проблемами, перш за все методологічного характеру. Теорія організаційної культури перебуває на етапі формування та, як зазначає Г. Хаст, «ще не стала стабільним усталеним зведенням знань» [1, с.7]. Ще не окреслено потенціал даної категорії, не досліджено засоби впливу на механізм формування та розвитку організаційної культури і особливо її значення як складової ефективності підприємства.

У широкому розумінні організаційна культура – це система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій ритуалів і т.д., які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю працівників (для досягнення особистих цілей та довгострокових цілей організації).

Для того, щоб система цінностей позитивно впливала на результати діяльності підприємства (його ефективність), необхідно, щоб система цінностей була інтегрована у стратегію розвитку підприємства. Тоді спрацює ефект синергії і підприємству вдається втілення стратегії і досягнення поставлених цілей. Цінності як фундамент культури та кадрової політики підприємства являються вагомим мотиваційним фактором для працівників на шляху досягнення як особистих цілей, так і стратегічних цілей підприємства. Зрозуміло, що цінності можна розділити на ті, що мають позитивний вплив на функціонування корпоративної системи, та на ті, що впливають негативно. Цінності позитивного впливу – це ті, що підтримують вигідну поведінку працівників і допомагають втілити стратегічні цілі підприємства.

Як було зазначено, носіями культури підприємства є його працівники тому, метою організаційної культури є управління поведінкою працівників на основі утворення єдиної системи цінностей, норм і правил, яка узгоджує пріоритети працівників та підприємства, а отже сприяє досягненню їх цілей та підвищенню ефективності діяльності підприємства.

В основі успіхів і невдач підприємства лежать причини, які прямо або побічно стосуються її організаційної культури. Саме завдяки ефективно діючій організаційній культурі підприємства зможуть перебудовувати свою як внутрішню так і зовнішню політику, що допоможе їм ефективно реагувати на будь-які прояви ринкового середовища, бути лідером на ринку, мати високу ефективність та конкурентоспроможність. Встановлено, що на однаково технічно оснащених підприємствах з ідентичними економічними умовами виробничі потужності можуть коливатися в пропорції 1: 3, тобто продуктивність праці, а отже ефективність діяльності може бути збільшена втричі винятково за рахунок кращої організованості колективу й використання цього соціально-психологічних резервів [2, с.3].

Організаційна культура – це вміння як керівництва, так і персоналу працювати, професіоналізм на всіх рівнях і у всіх функціональних зонах. Це означає, що ефективність і конкурентоспроможність підприємства залежать головним чином від його культури, а отже про те, наскільки високий чи низький рівень культури, можна судити за рівнем економічної ефективності і конкурентоспроможності підприємства. Низька конкурентоспроможність і незначний ефект дозволяють говорити, що, принаймні, один зі структурних елементів культури підприємства слабкий, а якість виконання визначених йому функцій – низька. Отже, саме рівень організаційної культури і зумовлює рівень ефективності підприємства.

Головними чинниками, що забезпечують таку властивість організаційної культури, як сприяння зростанню ефективності підприємства, є: зростання продуктивності праці та посилення конкурентних позицій. Отже, ефективна організаційна культура проявляється у внутрішньому середовищі через зростання продуктивності та якості праці, а в зовнішньому оточенні – через посилення конкурентних позицій підприємства.

Література

1. Хаєт Г. Л., Медведева О. А. Корпоративная культура и ценности человека / Донбасская гос. Машиностроительная академия. – Краматорск : ДГМА, 2001. – 268 с.
2. Сумцов В. Г., Гринчук С. О. Теоретико-методологічні принципи та особливості формування культури персоналу організації // Вісник СХУ ім. В. Даля. – № 10 (140). – Ч. 2. – 2009. – С. 166-171.

THE ROLE OF ORGANISATIONAL CULTURE IN INNOVATION PROCESSES IN INDUSTRIAL ENTERPRISES

Successful organizations must create an institutional framework in which creativity and innovation are accepted as basic cultural norms if they want to foster innovation. Organizational culture lies at the heart of innovation [3, p. 3-10].

Organizational innovativeness can be defined as an organization's overall innovative capability of introducing new products to the market, or opening up new markets, through combining strategic orientation with innovative behavior and process [4, pp. 303-313]. The extent to which an organization can be regarded as innovative will be circumscribed by its culture.

The standards for innovativeness are multi-dimensional, and grounded in product, process, behavioral (cultural), and infrastructure aspects. The literature provides a strong link reflecting relationship between culture and innovativeness. Hurley and Hult [1, pp. 42-54] found that levels of innovativeness in an organization are associated with cultures that emphasize learning development and participative decision making. Also, the antecedents of an innovation culture are similar to those of a market-oriented culture. Market orientation is widely known as an organizational culture that supports behaviours that dictate how employee's think and act as it relates to implementation of marketing concept [2, pp. 1-8].

Zdunczyk & Blenkinsop [5, pp. 25-40] suggest that higher-level learning, whilst not simply synonymous with innovation and creativity, clearly incorporates these processes. On this basis, one may expect that factors found to be enabling of higher-level learning will therefore be enabling of innovation and creativity. Factors, which influence organizational learning can be summarized as: organizational culture, strategy, structure, procedures, resources (including technology and training), and the stability of the environment.

References

1. Hurley R. F., Hult G. T. M., Innovation, market orientation, and organizational learning: an integration and empirical examination, *Journal of Marketing*, 1998. Vol. 62, July, pp. 42-54.
2. Kohli A. K., Jaworski B. J., Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications, *Journal of marketing*, 1990. Vol. 54, April, pp. 1-8.
3. Tushman M. L., O'Reilly C. A. III. *Winning through Innovation: A practical guide to Leading Organizational Change and Renewal*, Harvard Business Press, Boston, M. A 1997.

4. Wang C. L., Ahmed P. K., The development and validation of the organizational innovativeness construct using confirmatory factor analysis, *European Journal of Innovation management*, 2004. vol. 7, No. 4, pp. 303-313.

5. Zdunczyk K., Blenkinsopp J., Do organizational factors support creativity and innovation in Polish firms?, *European Journal of Innovation Management*, 2007. Vol. 10, No. 1, pp. 25-40.

Robul Y.

PhD, Associate Professor,
I. Mechnikov National University in Odesa (Ukraine)

HOLISTIC CONCEPT OF MARKETING, MARKETING EFFICIENCY, AND COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE

Marketing plays an increasingly important role in management of an enterprise as markets and consumers further develop their needs and capacities. However, increasing costs of common marketing tools and customers, getting more and more experienced determine decline in both results and efficiency of custom marketing policy. Marketing efficiency and its contribution to fulfilling strategic goals of an enterprise became widely discussed issues for companies' executives and a popular research domain for marketing scholars worldwide. In this domain two major streamlines could be seen: one dedicated to exploring and development of sophisticated methods of tracking marketing performance, while another is aimed at examination of conformity of marketing concept to the conditions of economics and entrepreneurship of nowadays.

Many researches believe that marketing might only be an efficient tool in strengthening of competitiveness of an enterprise when broadening its concept towards implication of issues, previously having not been considered to belong to the subject like sustainability, and macroeconomic impact thereof.

This communication is aimed at exploring to what extent should be developed a modern marketing concept in order to facilitate competitiveness of an enterprise.

In the framework of Resource Based View (RBV) competitiveness is determined by possession of resources, meeting four basic requirements – value, rarity, inimitability, non-substitutability: “(a) it must be valuable, in the sense that it exploits opportunities and/or neutralizes threats in a firm’s environment, (b) it must be rare among a firm’s current and potential competition, (c) it must be imperfectly imitable, and (d) there cannot be strategically equivalent substitutes for this resource that are valuable but neither rare or imperfectly imitable” [1, p.105-106].

However, the firm’s resources might not be sufficient to sustain competitive advantage, as only few resources are productive. Firms need to have distinct capabilities to integrate different resources and make them perform some advantageous task or activity [2, p.24, 85]. Resources are the source of a firm’s capabilities and capabili-

ties are the main source of achieving competitive advantage [3, p.375]. A firm's capabilities may be viewed as glue that binds together all the resources and enables them to be deployed advantageously.

Dominant economic drivers call for maximizing corporate profit and shareholder returns through efficient management of resources and competitive marketing that is responsive to customer needs [4, p.102]. Such an approach means that shareholders and customer needs be adjusted by distribution and allocation of resources harmonizing with a proper response to customer needs, which shapes not only rational or immediate utility, but also such popular concerns as subjective well-being, societal issues and long term prosperity. It results in development of a holistic marketing orientation and promotion of an organization to sustainability. Holistic marketing orientation has to mix a traditional marketing orientation [5, 6], macro marketing, corporate social responsibility, and ecological orientation as capabilities needed for exploring and integration of necessary resources. As sustainability heavily relies on management of knowledge [3; 7, p.110-111], reshaping marketing orientation has to include a building of learning organization. Thereby, in the market economy, a competitive organizational performance is to be a synthesis of sustainable oriented and learning organization with a broadened concept of marketing.

References

1. Barney J. Firm resources and sustained competitive advantage / J. Barney // *Journal of management*. – 1991. – Vol.17, Issue 1. – p. 99-120.
2. Penrose E. T. *The Theory of the Growth of the Firm* / E. T. Penrose. – 3rd Edition, Reprinted. – New York : Oxford University Press, 1995. – 296 p.
3. Grant R. M. Prospering in dynamically-competitive environments: Organizational capability as knowledge integration / R. M. Grant // *Organization science*. – 1996. – Vol.7, Issue 4. – p. 375-387.
4. Vorhies D. W. A Configuration Theory Assessment of Marketing Organization Fit with Business Strategy and its Relationship with Marketing Performance / D. W. Vorhies, N. A. Morgan // *Journal of Marketing*. – 2003. – Vol. 67, Issue 1. – p. 100-115.
5. Narver J. C. The effect of Market orientation on Business profitability / J. C. Narver, S. F. Slater // *Journal of Marketing*. – 1990. – Vol.54, Issue 4. – p. 20-35.
6. Narver J. C. Creating a Market Orientation / J. C. Narver, S. F. Slater, B. Tietje // *Journal of Market-Focused Management*. – 1998. – Vol.2, Issue 3. – p. 241-255.
7. Grant R. M. Toward a knowledge-based theory of the firm / R. M. Grant // *Strategic Management Journal*. – 1996. – Vol. 17, Winter Special Issue. – p. 109-122.

Бабій О.М.
к.е.н., доцент,
Зайцева Н.О.
викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ВИМІРЮВАННЯ РЕЗЕРВІВ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИНОРІБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Конкурентоспроможність підприємства – це спроможність підприємства існувати і розвиватися, ґрунтуючись на використанні тих чи інших сприятливих умов розвитку. Підвищення конкурентоспроможності підприємства відбувається лише за наявності резервів. Саме поняття «резерви» розглядається з двох точок зору: 1) резерви – запаси, наявність яких є необхідною у виробництві та обігу. Вони потрібні для безперервного розвитку виробництва як на рівні підприємства, так і на рівні галузі і всієї економіки [1, с.9]; 2) резерви – невикористані можливості розвитку підприємства [2, с.18; 3, с.115].

Останнє розуміння поняття «резерви» дотримано в даному дослідженні.

Вимірювання резервів підвищення конкурентоспроможності здійснено на основі інформації про діяльність виноробних підприємств Півдня України у 2004-2010 роках. Для встановлення резервів підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств використано кореляційно-регресійний аналіз із залученням методу канонічних кореляцій. Виявлення канонічної кореляції передбачає пошук максимально тісного кореляційного зв'язку між двома результативними величинами, який базується на певному лінійному перетворенні груп змінних заданої кількості об'єктів. Оскільки найбільшу зацікавленість викликає встановлення максимального зв'язку між двома групами вихідних змінних, доцільно використати саме канонічний аналіз, а не дискримінаційний, за якого відбувається пошук максимального поділу між двома кластерами об'єктів. Найкраща зі статистичної точки зору регресійна модель залежності конкурентоспроможності виноробних підприємств від найважливіших чинників має такий вигляд:

$$\hat{Y} = -2,13365 + 0,70993 X_3 + 0,66664 X_9 - 0,14816 X_{13} + 0,01953 X_{16}, \quad (1)$$

де \hat{Y} – рівень конкурентоспроможності підприємства;

X_3 – коефіцієнт використання виробничої потужності;

X_9 – коефіцієнт оборотності капіталу;

X_{13} – частка вартості ліцензії на оптову торгівлю вином у витратах підприємства;

X_{16} – темпи споживання шампанського населенням України.

Після побудови моделі необхідно виявити резерви підвищення конкурентоспроможності виробників винопродукції, для чого доцільно провести класте-

ризацію попередньо визначеної сукупності об'єктів і застосувати на базі отриманих груп підприємств регресійний аналіз.

Регресійну модель застосовано для розрахунку резервів підвищення результативної ознаки на основі порівняння об'єктів-лідерів та об'єктів-аутсайдерів (табл.). Для цього усю сукупність спостережень було поділено на 4 групи (лідерів, претендентів на лідерство, послідовників і аутсайдерів).

Таблиця

Резерви підвищення конкурентоспроможності виноробних підприємств

Змінні	Середні значення по групі лідерів	ПАТ «Цюрупинське», 2010 рік	Ефект або резерв	ЗАТ «Октябрський вино-коньячний завод», 2010 р.	Ефект або резерв
Коефіцієнт використання виробничої потужності (X_3)	0,70066	0,91403	-0,15148	0,97007	-0,19126
Коефіцієнт оборотності капіталу (X_9)	1,12170	0,72607	0,26374	0,40049	0,48078
Частка вартості ліцензії на оптову торгівлю вином у витратах (X_{13})	1,99295	1,42296	-0,08445	5,63861	0,54014
Темпи споживання шампанського (X_{16})	106,77569	104,95870	0,03549	104,95870	0,03549
Рівень конкурентоспроможності (Y)	1,12902	0,53416	0,06330	0,32632	0,86515

За врахування резервів підвищення конкурентоспроможності ПАТ «Цюрупинське» покращить свої позиції в групі претендентів на лідерство, а ЗАТ «Октябрський вино-коньячний завод» перейде до групи лідерів. Проте на практиці неможливим виявляється залучення одночасно всіх наявних резервів, тому, виявивши найбільший їх розмір, слід спрямувати зусилля на краще використання даного напрямку діяльності. ПАТ «Цюрупинське» і ЗАТ «Октябрський вино-коньячний завод» відстають від лідерів за оборотністю капіталу. Отже, наступним етапом має стати встановлення шляхів пришвидшення його оборотності за умови того, що ПАТ «Цюрупинське» і ЗАТ «Октябрський вино-коньячний завод» діють на межі можливостей.

Література

1. Нарежный В. В. Формирование и использование резервов / В. В. Нарежный. – М. : Главбух, 2002. – 224 с.
2. Бондаренко М. И. Производственные резервы: реализация и эффективность: учеб.-метод. пособ. / М. И. Бондаренко, А. Т. Евтушенко. – Х. : ХИБМ, 2003. – 212 с.
3. Нагорна І. В. Резерви підприємства як інструмент підвищення фінансової стійкості / І. В. Нагорна // Вісник ДоНУЕТ ім. М. Туган-Барановського. Економічні науки. – 2010. – № 4. – С. 114-117.

Бублик М.І.

к.ф.-м.н., доцент

Національний університет «Львівська політехніка»,

Коропецька Т.О.

к.е.н., доцент

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут (Україна)

ЕКОНОМІЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ТЕХНОГЕННОЇ ШКОДИ, ЗАВДАНОЇ ПРОМИСЛОВИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Проблема економічного оцінювання в Україні як в теоретичному, так і в практичному аспекті набуває розвитку у зв'язку із поширенням різних форм власності, потребою в оцінюванні матеріальних та нематеріальних об'єктів у вартісному виразі, а особливо при прогнозуванні величини збитків, спричинених господарською діяльністю як звичайного, так і надзвичайного характеру.

Розвиток промислових підприємств зумовлює збільшення техногенного навантаження на довкілля, суспільство і національне господарство України загалом. Особливо вражає шкода від господарської діяльності у Львівській (м. Стебник), Івано-Франківській (м. Калуш, м. Солотвино), Дніпропетровській (м. Запоріжжя, м. Кривий Ріг, м. Марганець, м. Нікополь, м. Дніпродзержинськ тощо), Донецькій (м. Донецьк, м. Макіївка, м. Маріуполь) та Луганській (м. Лисичанськ, м. Антрацит, м. Алчевськ) областях, де неконтрольовані гідрогеологічні процеси на рудниках (соле-, рудо-, вугіллевидобувних) у будь-який момент генерують техногенні катастрофи трансграничних масштабів.

Зокрема, у Львівській області відчутний негативний вплив на довкілля має добувна, металургійна, харчова, хімічна та нафтохімічна промисловості [1, с.168-176]. Результатом господарської діяльності у Червоноградському вуглевидобувному районі є утворення відвалів гірської породи – териконів, різноманітних хвостосховищ. Виникає загроза обвалів та зсувів, самозагоряння териконів, забруднення довкілля викидами сірчистого ангідриду, фенолами, нафтопродуктами, сульфатами, фосфатами тощо. Крім цього, потужним джерелом негативного впливу на довкілля області є харчова та переробна промисловості, яка представлена цукровою, м'ясною (Львів, Стрий, Дрогобич, Борислав, Золочів), молочною і масло-сироробною (Львів, Червоноград, Дрогобич), хлібопекарною, кондитерською та ін. галузями. Шкода довкіллю завдається рідкими, газоподібними та твердими відходами. Однак, найбільша шкода завдається великим споживанням води, що пов'язано із технологічним процесом виробництва продуктів галузі (пива, м'яса тощо) та відсутністю сучасних очисних споруд для очищення стічних вод, які мають високий вміст розчинених органічних речовин.

Література

1. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища у Львівській області в 2010 році. – Львів: ДУОНС. – 216 с.

АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НА РИНКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Важливим фактором конкурентоспроможності агропромислових підприємств є якісна підготовка фахівців, яку забезпечують заклади вищої освіти України різних рівнів акредитації. Сучасна Україна є однією з країн, де кількість осіб з вищою освітою у розрахунку на тисячу населення вище за середньоевропейську, але про насиченість ринку праці фахівцями говорити ще зарано. Так, наприклад, Єгоров Б.В. зазначає, що «харчова і зернопереробна галузь постійно відчуває дефіцит інженерних кадрів, що ставить задачі їх підготовки у новому, сучасному форматі» [1].

Реформування системи освіти спричинило ситуацію, в якій держава сприяє розвитку ринкової ситуації у сфері освіти, конкуренції як з боку постачальників, так і з боку споживачів освітніх послуг.

Конкуренція відбувається між вітчизняними закладами вищої освіти одного рівня акредитації, між закладами різних рівнів акредитації. Крім того, вітчизняні заклади вищої освіти відчувають сильний тиск з боку закордонних конкурентів. Які активно діють на ринку України та використовують агресивну маркетингову політику: відкривають представництва в обласних центрах, розміщують рекламу у мережі Інтернет, приймають участь у спеціалізованих виставках.

Сучасний заклад вищої освіти це не тільки освітня установа, це також організація, що здійснює ринкову діяльність. Серед основних видів діяльності є ті, що притаманні лише освітнім установам: навчальна, науково-дослідна діяльність, але більшість – суттєво ринкові: маркетингова, економічна, господарська. Саме тому актуальним є питання дослідження стану ринкового оточення, рівня конкуренції тощо.

Як зазначає Кузьміна Є.Є., конкуренція на ринку освітніх послуг – це «суперництво між освітніми установами, які намагаються досягти одну ціль – підготувати висококваліфікованих спеціалістів, затребуваних на ринку праці» [2, с. 137]. Проте Матвій М.Я. стверджує, що «обмеження взаємин із конкурентами тільки суперництвом безперспективне и безплідне. В освіті співробітництво вузів-конкурентів виявляється постійно і має значний ефект: при формуванні нових навчальних дисциплін, підготовці навчальних і методичних посібників, використанні науково-педагогічних кадрів, створенні й експлуатації дорогих комплексів навчального і наукового устаткування, а також інших об'єктів інвестування» [3, с.349-350]. Саме через це є особливості розробки моделі п'яти конкурентних сил для ринку вищої освіти, запропонованої професором Гарвардської бізнес-школи М. Портером.

П'ять чинників конкуренції відбивають той факт, що конкуренція в галузі не зводиться лише до гри між підприємствами, що вже закріпилися на ринку. Покупці, постачальники, товари-замінники та претенденти на вхід до галузі – це "конкуренти" підприємства на певному ринку, що відіграють різну роль залежно від обставин.

У моделі М. Портера значення і сила впливу кожного з факторів конкуренції змінюється від ринку до ринку і визначає ціни, витрати, розміри капіталовкладень у виробництво, збут продукції і прибутковість бізнесу [4, с.27].

Важливим є зауваження-рекомендація У. Бюргерса, що на галузевому рівні дані конкурентні сили майже не можливо контролювати, тоді як «на рівні сегменту їх можливо контролювати або уникати» [5, с.83].

Як було зазначено вище, заклад вищої освіти конкурує не на ринку в цілому, а на певному сегменті. По-перше, це географічний сегмент. Сьогодні, враховуючі вартість послуг пасажирських перевезень, стан транспортної інфраструктури, оптимальною є відстань до 300 км, тобто основні споживачі освітніх послуг знаходяться на відстані не більше 300 км. З часом, враховуючі розвиток освітніх технологій, транспортної інфраструктури, ця відстань може збільшитися. Виключенням є столичні заклади вищої освіти та декілька закладів з першої десятки лідерів галузі, наприклад, Львівська політехніка.

Другою ознакою сегментування є галузева належність: до спеціалізованого закладу вступають абітурієнти, які мають перспективу працевлаштуватися на певних підприємствах.

Третьою ознакою сегментування ми вважаємо такий фактор, як мета вибору спеціальності та закладу.

Таким чином, обираючи певний сегмент ринку, підприємство може отримати певні конкурентні переваги та досягти необхідного рівня конкурентоспроможності.

Література

1. Єгоров Б. В. Підготовка фахівців для харчової та зернопереробної переробної галузей України і сучасні моделі освіти: порівняння та різні погляди [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.egoroff.com.ua/news_28.html
2. Кузьмина Е. Е. Маркетинг образовательных услуг: [Учеб. пособие для магистров] Е. Е. Кузьмина. – М. : Издательство Юрайт, 2012. – 330 с.
3. Матвій М. Я. Маркетинг знань: методологічний та організаційні аспекти: [монографія] / М. Я. Матвій. – Тернопіль : Екон. думка, 2007. – 448 с.
4. Портер М. Конкурентная стратегия. Методика анализа отраслей и конкурентов [Текст]. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2007. – 454 с.
5. Бюргерс У. Откровения маркетинга: Пер. с англ. [Текст]. – К.: Companion Group, 2009. – 256 с.

КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ ФЕРМЕРСЬКИХ ГОСПОДАРСТВ: МОЖЛИВОСТІ ТА ФАКТОРИ ЗРОСТАННЯ

Активізація ринкових відносин, зростання соціально-економічної невідзначеності в Україні значною мірою обумовлює підвищення ризиковості господарювання підприємницьких структур агробізнесу, серед яких належне місце посідають фермерські господарства. Розвиток фермерських господарств відбувається в умовах нестабільності та зростання змін в зовнішньому середовищі, непрогнозований вплив яких позначається на показниках ефективності господарювання та призводить до зниження рівня їх конкурентоспроможності.

Тому актуалізується проблема забезпечення ефективного соціально-економічного розвитку фермерських господарств на основі розробки відповідних заходів, які б дозволили їм пристосуватись до існуючих змін ринкового середовища та посилити свої конкурентні позиції на ринку. За таких умов виникає потреба обґрунтування факторів та визначення потенційних можливостей підвищення їх конкурентоспроможності.

Конкурентоспроможність суб'єктів господарювання – це багатогранне поняття, яке визначається різними методичними підходами та кількісними критеріями виміру. Для її характеристики класиком теорії конкуренції М. Портером використовується порівняння конкурентних переваг, чинників управління та ефективності використання ресурсів [1, с.24-25, 196].

Досліджуючи проблеми забезпечення конкурентоспроможності в регіональному АПК, І.І. Червен та Л.А. Євчук до основних факторів впливу на конкурентоспроможність аграрних підприємств відносять ресурси, робочі процеси, менеджмент якості, попит, корпоративну культуру, економічну політику держави, стратегію підприємства, міжгалузеві зв'язки, диспаритет цін, природно-кліматичні умови, менеджмент підприємств [2, с.118].

Водночас, конкурентоспроможність фермерських господарств має характерні особливості, пов'язані як із специфікою сільського господарства, так і з особливостями функціонування фермерських господарств.

Для фермерського господарства конкурентоспроможність – це забезпечення оптимального співвідношення між обсягами виробництва і реалізації продукції та його ресурсним потенціалом, платоспроможності і інвестиційної привабливості підприємства, зменшення природних і економічних ризиків приватного господарювання. З іншого боку, під конкурентоспроможністю слід розуміти здатність фермерських господарств виробляти продукцію, яка користується попитом на ринку, а також шукати напрямки збільшення своєї частки на ринку.

Конкурентоспроможність фермерських господарств залежить від великої кількості факторів, які умовно можна поділити на внутрішні: виробничо-

ресурсний потенціал, маркетингова діяльність, підприємницька стратегія, спеціалізація і концентрація виробництва, кооперування господарської діяльності та інтеграція з підприємствами переробної галузі та зовнішні – селекційно-генетичний і агро-біо-кліматичний потенціал регіону, законодавча база, державна підтримка фермерських господарств, кредитна система, умови реалізації продукції та матеріально-технічного забезпечення, діяльність інших господарств-конкурентів.

Для досягнення відповідного рівня конкурентоспроможності фермерські господарства повинні, передусім, використовувати внутрішні можливості ефективного розвитку. Більшість науковців вважають, у що системі внутрішньогосподарських факторів, які позитивно впливають на ефективність виробництва та підвищення конкурентоспроможності фермерських господарств, чільне місце займає розширення розмірів їх землекористування та забезпечення оптимального рівня концентрації виробництва [3, с.65-66].

З метою забезпечення стабільного розвитку фермерських господарств та посилення їх позицій на аграрному ринку основними пріоритетами має стати реалізація внутрішніх чинників їх конкурентоспроможності, а саме: - оптимізація розмірів землекористування, що дозволить більш раціонально використовувати виробничий потенціал та забезпечить ефективність господарювання; - розробка оптимальної програми виробництва основних видів продукції відповідно до вимог ринку і потреб споживачів з урахуванням внутрішніх можливостей використання наявного ресурсного потенціалу, що дозволить оптимізувати отримання прибутків на одиницю залучених у виробництво земель та інших ресурсів; - поглиблення інтеграційних процесів і кооперування діяльності фермерських господарств, що сприятиме вирішенню проблеми маркетингової діяльності та матеріально-технічного забезпечення виробництва; - розробка власної стратегії розвитку, реалізація якої забезпечить формування стійкої конкурентної позиції на ринку.

Наведені пропозиції сприятимуть в перспективі підвищенню ефективності та конкурентоспроможності фермерських господарств, отриманню прибутків, необхідних для забезпечення розширеного відтворення сільськогосподарського виробництва.

Література

1. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер: [пер. с англ. под ред. В. Д. Шетинина]. – М. : Междунар. Отношения, 1993. – 896 с.
2. Забезпечення конкурентоспроможності і економічного зростання в регіональному АПК / За ред. І. І. Червена, Л. А. Євчук. – Миколаїв : МДАУ, 2005. – 440 с.
3. Макаренко П. М., Макаренко Ю. П. Переваги й обмеження концентрації виробництва у сільському господарстві / П. М. Макаренко // Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. – 2011. – № 3 (15). – С. 65-70.

Ігнашкіна Т.Б.

к.е.н., доцент,

Гончарук О.В.

к.е.н., доцент,

Садикова Е.В.

Національна металургійна академія України (Україна)

РИНКОВИЙ ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА: СТРУКТУРА СКЛАДОВИХ ТА АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ

Набуття вітчизняною економікою ринкового характеру потребує від промислових підприємств зміни стратегії і тактики поведінки, застосування новітніх технологій і моделей ведення бізнесу, більш ретельного ставлення до прогнозування і планування діяльності. У цьому контексті важливе місце в економічній теорії і практиці посідають питання оцінки ринкового потенціалу.

На сьогодні в країні вже є певний досвід використання напрацьованого методичного інструментарію такої оцінки, проте потрібно зауважити, що цей інструментарій не є досконалим, має місце неоднозначне трактування сутності даного потенціалу, надаються різні авторські пропозиції щодо структури та методики його оцінки [1-5]. Не зупиняючись детально на понятійному апараті, зазначимо лише, що під ринковим потенціалом підприємства ми розуміємо сукупність маркетингових, виробничих та фінансових можливостей підприємства, які дозволяють йому випускати конкурентоспроможну продукцію і забезпечувати, тим самим, стійкі позиції на ринку.

За результатами аналізу наукової думки щодо структури ринкового потенціалу виявлено, що найбільш логічною і прийнятною є ієрархічна побудова потенціалу, яка складається з трьох рівнів:

- перший рівень – основні складові ринкового потенціалу: маркетингова, виробнича, фінансово-економічна, конкурентоспроможність продукції. Виділення останньої в окрему складову вважаємо виправданим, враховуючи основне призначення будь-якого промислового підприємства;

- другий рівень – укрупнені групи показників за кожною складовою потенціалу. Для маркетингової складової це наступні групи: ефективність організації збуту, позиції підприємства на ринку, просування товару на ринку; для виробничої – ефективність виробничих витрат, ефективність використання основних виробничих фондів, додержання технології виробництва, організація праці на виробництві; для фінансово-економічної – фінансова стійкість підприємства, платоспроможність, прибутковість капіталу, професіоналізм фінансових працівників; для складової «конкурентоспроможність продукції» – це набір кількісних і якісних параметричних оцінок продукції;

- третій рівень – обґрунтовані в розрізі укрупнених груп конкретні одиничні показники. При цьому потрібно зауважити, що специфіка галузі, до якої відноситься досліджуване підприємство, враховується, по суті, за складовою «конкурентоспроможність продукції».

Зокрема, для досліджуваних нами підприємств з випуску дорожніх знаків обґрунтовано наступні укрупнені групи та відповідні їм параметри конкурентоспроможності продукції: надійність дорожніх знаків в період експлуатації (фактичний термін служби на автодорозі, періодичність технічного обслуговування); терміни виготовлення після отримання замовлення; характеристики якості та складу матеріалів, що використовуються для виготовлення знаків (сталь, фарбування та захист від корозії, світлоповертаюча плівка, стійки дорожніх знаків); технічні характеристики виробничого процесу (трудомісткість виготовлення продукції, наявність унікальних видів продукції в асортименті стандартних дорожніх знаків та стійок для дорожніх знаків, метод нанесення графічних символів (пиктограм); технічні характеристики конструкції та способів кріплення дорожніх знаків (відбортівка ребер жорсткості знаконосія, способи кріплення дорожніх знаків); інші якісні показники (наявність знижок за кількість купленої продукції, упаковка, наявність послуги установки, дипломів, сертифікатів якості продукції). Оскільки перелічені параметри є переважно якісними, для надання їм кількісного значення залучено спеціалістів-експертів.

Що стосується показників, які характеризують інші складові ринкового потенціалу, то вони, по-перше, є переважно кількісними, по-друге, традиційними. Задача у даному випадку полягає у відборі з великої кількості найбільш значущих показників. Наприклад, для оцінки ефективності організації збуту обрано такі показники: операційна рентабельність продажів, темп зростання виручки від реалізації, коефіцієнт затовареності готовою продукцією.

Для отримання інтегральної оцінки використано середню арифметичну зважену. Експертним шляхом встановлено вагомість окремих складових і укрупнених груп. Значущість одиничних показників в межах кожної групи прийнято однаковою. За запропонованою методикою здійснено оцінку ринкового потенціалу декількох конкретних підприємств.

Література

1. Аткина Н. А. Стратегическое планирование использования рыночного потенциала / Н. А. Аткина, В. Л. Ханжина, Е. В. Попов // Менеджмент в России и за рубежом. – 2003. – № 2. – С. 3-12.
2. Воронкова А. Э. Стратегическое управление конкурентоспособным потенциалом предприятия: диагностика и организация / А. Э. Воронкова. – Луганск : Изд-во Восточноукраинского университета, 2000. – 315 с.
3. Мерзликина Г. С. Оценка экономической состоятельности предприятия: Монграфия / Г. С. Мерзликина, Л. С. Шаховская. – Волгоград : ВолгГТУ, 1998. – 265 с.
4. Мойсеєнко І. П. Методологія аналізу ринкового потенціалу підприємства / І. П. Мойсеєнко, О. Б. Стефанишин // Науковий вісник НЛТУ України : Зб. Наук.-техн. праць. – Львів : НЛТУ. – 2006. – Вип.16.3. – С. 230-234.
5. Попов Е. В. Рыночный потенциал предприятия: Монография / Е. В. Попов. – М. : Экономика, 2002. – 559 с.

Криворак А.Д.

к.е.н., доцент,

Сорока Л.М.

к.е.н., доцент

Ізмаїльський державний гуманітарний університет (Україна)

ЯКІСНА СИРОВИНА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Молочна промисловість України представляє собою розвинену індустріальну галузь, основною метою якої є виробництво якісної і конкурентоспроможної продукції.

Виходячи з результатів процесу аналізу ринку молока та молокопродуктів, головним завданням молокопереробних підприємств на сучасному етапі, з метою підвищення показників господарської діяльності, має стати збільшення обсягів виробництва якісної продукції, розширення асортименту молочної продукції, зниження собівартості готової продукції тощо. Однак усі ці завдання неможливо виконати без розвиненої сировинної бази. Саме сировинні ресурси є головним чинником сталого розвитку підприємств, які виробляють молочну продукцію та забезпечують продовольчу безпеку держави.

Незважаючи на наявність значних можливостей для створення розвиненої сировинної бази молочної промисловості, особливу проблему в Україні для розвитку молокопереробних підприємств, створює саме слабка сировинна база [1, с. 100-103]. Важливим аспектом при розгляді питань щодо сировинних ресурсів молокопереробної галузі є якість молока, яке надходить на молокопереробні заводи.

Якість молока є надзвичайно складним поняттям, яке охоплює не тільки гігієнічно-санітарні характеристики, але й хімічний склад, і фізико-хімічні властивості. Якість молока, в першу чергу, залежить від вмісту жиру, однак на сортність молока також впливають такі показники як кислотність, ступінь чистоти, бактеріальної забрудненості та вміст соматичних клітин.

Базисні норми частки жиру та масової частки білка в молоці відповідно до спільного наказу Міністерства аграрної політики і Державного комітету з питань технічного регулювання та споживчої політики становлять: жиру – 3,4 %, білка – 3,0 % [2]. Молоко, яке не відповідає встановленим стандартам, відносять до негативного.

Особливої уваги потребує якість молока, яке надходить від господарств населення, що становить у цілому по Україні понад 70 % від загального обсягу надходження молока на переробні підприємства. Однією з основних проблем індивідуальних господарств є низький рівень виробничої гігієни. Селяни не мають ні умов, ні можливості забезпечити механізоване доїння і відповідне охолодження молока. З метою покращення якості молочної сировини, відповідно до наказу Мінагрополітики України № 262 від 05.08.2003 р. розроблено і впроваджено «Рекомендації щодо виробництва і реалізації молока від корів, які утримуються у господарствах населення відповідно до вимог ДСТУ 3262-97». Головним завдан-

ням Рекомендацій є чітке дотримання санітарно-гігієнічних вимог з утримання, догляду, годівлі та доїння корів, первинної обробки, зберігання та транспортування молока з метою забезпечення його високої якості.

Більшість заходів щодо дотримання санітарно-гігієнічних вимог з утримання та догляду, годівлі, доїння корів, первинної обробки, зберігання та транспортування молока, що мають забезпечити його високу якість, господарства населення та переробні підприємства у зв'язку з важким фінансовим станом забезпечити не в змозі без державної фінансової підтримки. Поштовхом до налагодження співпраці між державою та учасниками ринку молока та молокопродуктів стала Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження порядку нарахування та виплат дотацій сільськогосподарським товаровиробникам за продане ними молоко та м'ясо в живій вазі» від 16 лютого 1998 року № 145.

З метою стимулювання підвищення якості молока та виробництва конкурентної продукції згідно джерела [3], в Україні передбачається доплата до закупівельної ціни за молоко вищого та першого ґатунків, яке закуповується молокопереробними підприємствами від сільськогосподарських виробників.

Молоко, яке не відповідає встановленим законодавчими актами вимогам, має відноситися до несортного і оцінюватися за значно нижчими цінами. Це має зробити виробництво неякісного молока збитковим.

Для підвищення ефективності розвитку сировинної бази молокопереробної промисловості важливе значення має забезпечення збереження виробленої сировини, скорочення її невиправданих втрат при зберіганні та транспортуванні.

Висока питома вага витрат на закупку, транспортування та збереження сировини в загальному обсязі витрат на виробництво пояснює збільшення собівартості продукції українських молокопереробних підприємств, і як наслідок, зменшення їх конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.

Більшість вимог та рекомендацій, які встановлені в Україні, на сьогодні не можуть бути виконаними у зв'язку з фінансовим станом як господарств населення так і переробних підприємств, для їх реалізації потрібна державна фінансова підтримка. Без втручання держави проблема якості молока та продуктів його переробки не може бути вирішена.

Література

1. Євчук Л. А. Проблеми ринку молокопродуктів / Л. А. Євчук // Економіка АПК. – 2002. – № 12. – С. 100-103.
2. Наказ Міністерства Аграрної політики України «Про затвердження та надання чинності ГСТУ 46.069-2003 “Молоко коров'яче незбиране. Первинне оброблення, зберігання і транспортування. Основні вимоги” від 08.01.2004 р. – № 4.
3. Закон України «Про молоко та молочні продукти» // Відомості Верховної Ради. – 2004. – № 47, ст. 513.

ОРГАНІЧНЕ ЗЕРНОВИРОБНИЦТВО: МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Зернове господарство України має надзвичайно важливе соціально-економічне та політичне значення для національної економіки. Необхідність вирішення проблем виробництва екологічно чистої та небезпечної зернової продукції, формування ефективного функціонування ринку, поглиблення експортної орієнтації галузі, перехід на органічне землеробство визначає актуальність даного дослідження.

Згідно із проектом Закону України “Про органічне виробництво” органічне сільськогосподарське виробництво – це виробництво за встановленими правилами, які дозволяють продукувати органічні продукти з оздоровчими властивостями; а також зберігати та відновлювати природні ресурси у процесі виробничої діяльності [1, 2]. За даними Федерації органічного руху України в країні нараховується 120 фермерських господарств, які виробляють органічну сільськогосподарську продукцію, а їх площа перевищує 270 тис. га. За цими показниками Україна посідає 19-те місце у світі [3, с.42]. Створення перших сертифікованих органічних господарств в Україні було викликане, головним чином, широкою хвилею переходу на органічне землеробство у ЄС. На даний час близько 35 господарств різних форм власності, що опікуються даним проектом мають сертифіковане виробництво. Сертифікація здійснювалась ТОВ “Органік стандарт” та Інститутом екологічного маркетингу (ІМО, Швейцарія) [4]. Велика частина органічної продукції, виробленої на території України, йде на експорт, це: зернові, бобові, олійні культури. У 2012 р. компанія “Дакор Арго Холдинг” заявила про намір зайнятися виробництвом органічних зернових і експортувати їх у країни Євросоюзу, де ціна на них на 40 % вище, ніж на звичайну пшеницю.

Література

1. Проект «Якість зерна та система кредитування сільського господарства України – фаза I. Ranchlands Boulevard NW Calgary, Alberta T3G 2A7, Київ, квітень 2008 р.»
2. Проект закону України “Про органічне виробництво” від 19.07.2010 р., № 7003.
3. Скрипчук П. М. Концепція екологічної сертифікації об’єктів навколишнього природного середовища територіально-господарських систем стосовно екологічних вимог / П. М. Скрипчук // Стандартизація. Сертифікація. Якість. – № 4. – 2009. – С. 41-50.
4. Корніцька О. І. Екологічні та соціально-економічні передумови розвитку виробництва органічної продукції: дис. на здобуття наук. ступ. к.с.-г. наук : – К., 2009. – 133 с.

ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ У ПІДПРИЄМНИЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Методологію конкурентоспроможності і конкурентних переваг сьогодні не можна вважати остаточно завершеною, хоча багато її аспектів вже мають закінчений вигляд і допомагають правильно орієнтувати прикладні розробки і практичні дії з поліпшення конкурентних позицій підприємства.

Закономірності, властиві формуванню конкурентоспроможності, зводяться до такого:

- > досягнення найвищої конкурентоспроможності підприємства (його товару чи послуги) можливе за оптимальний рівень реалізації потенційної конкурентоспроможності, яка тільки можлива при сукупному впливі чинників зовнішнього та внутрішнього середовища;
- > формування потенційної конкурентоспроможності підприємства та її реалізація перебуває не лише під впливом тенденцій загального характеру, що притаманні багатьом країнам світу, але й тенденцій специфічного характеру, притаманних конкретній країні;
- > конкурентоспроможність підприємства формується у перебігу двох процесів: швидке підвищення операційної ефективності (зростання ефективності праці персоналу, наявного устаткування, коштів та інших ресурсів) і розроблення унікальної стратегічної концепції розвитку підприємства, яка базується на побудові непереборних бар'єрів для конкурентів (реальних та потенційних) та її реалізація, підкріплена, перш за все, фінансовими ресурсами та діями спеціально підготовленого та відповідним чином мотивованого персоналу.

Першим кроком у формуванні конкурентних переваг у підприємницької діяльності з урахуванням поданих закономірностей є уточнення їхньої природи: за М. Портером конкурентна перевага визначається перевагами у витратах ("продуктивність") або перевагами у ціні продажу ("ринкова сила"). Для вирішення дилеми у виборі конкурентної переваги потрібен аналіз основних чинників можливого успіху для конкретного ринку товару чи сегмента; уточнення сильних й слабких боків діяльності підприємства для кожної з двох конкурентних переваг; ретельний розгляд потенціалу підприємства, способів його використання та поповнення.

На другому кроці формування конкурентних переваг у підприємницької діяльності потрібно об'єктивізувати масштаб їхньої демонстрації – конкурувати на всьому ринку чи в окремому його сегменті. Перший варіант можуть собі дозволити великі підприємства або підприємства-учасники формальних та неформальних об'єднань. З другим варіантом зіштовхується переважна більшість підприємств. Зокрема це спостерігається в Україні. У другому варіанті викори-

стання конкурентних переваг підприємства мають зробити вибір – виробляти продукцію з найнижчими витратами або диференціювати продукцію (послуги) відповідно до потреб споживача, який згоден заплатити за них вищу ціну.

Після наданих двох принципових кроків, які, власне, визначають вектор формування у підприємницької діяльності, на третьому кроці необхідна генерація стратегічних альтернатив з найефективнішого використання наявних, посилення та розвитку потенційних та формування нових конкурентних переваг та способів їхньої реалізації. Зміст та способів реалізації конкурентних переваг вирішальною мірою залежать від виду підприємницької діяльності, інтенсивності конкуренції на вибраних ринках або в їхніх сегментах, виду (олігопольний, конкурентний тощо) та стану ринку (активне або сповільнене зростання, стагнаційний, ринок, що завмер тощо) і його кон'юнктури. Стратегічні альтернативи можуть бути численними завдяки комбінаторності конкурентних переваг, потенціалу підприємства, ресурсної забезпеченості діяльності підприємства, стану та кон'юнктури ринку.

Численність стратегічних альтернатив реалізації конкурентних переваг та завдання вибору однієї з них зумовлюють необхідність пошуку відповідного інструментарію. Аналіз наявних моделей формування стратегій підприємства (моделі стратегічного менеджменту Томсона, Девіда, модель стратегічного процесу Лінча тощо) показав, що при приблизно рівних моделюючих можливостях в частині формування конкурентних переваг моделі не "витримують" навантаження вимірювання. Тобто при збільшенні кількості параметрів стратегічних альтернатив реалізації конкурентних переваг зазначені моделі починають збоїти. Слабким місцем моделей виявилися обмеження у врахуванні швидких змін стану зовнішнього середовища та мірі його агресивності. Тому потрібне розширення кола інструментарію вибору однієї з численних стратегічних альтернатив реалізації конкурентних переваг. Таким інструментарієм можуть стати методи топологічної комбінаторики (у якій ідеї та методи комбінаторики застосовано при вивченні дерева ухвалення рішень, частково упорядкованих множин) або методи інфінітарної комбінаторики (у якій ідеї та методи комбінаторики застосовано до нескінченних множин).

Моделювання вибору стратегічних альтернатив реалізації конкурентних переваг за допомогою методів топологічної або інфінітарної комбінаторики є новим напрямом у формалізації обґрунтування такого вибору. Потреба у такому моделюванні зумовлена значною кількістю параметрів стратегічних альтернатив (причому ця кількість продовжує зростати), наявністю якісних параметрів, швидкою зміною значень (або стану) параметрів, а також обмеженими можливостями прогнозування цієї зміни.

За відсутності моделювання вибору стратегічних альтернатив за допомогою методів топологічної або інфінітарної комбінаторики приходиться задовольнятися традиційними критеріями відбору кращих альтернатив (витрати ресурсів, час, масштаб стратегічних змін і глибина їхнього впливу, спроможність персоналу здійснити ці зміни), які не завжди надають можливість здійснити правильний вибір.

ФОРМУВАННЯ МОТИВАЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Суттєві зміни і динамічні трансформаційні процеси в Україні, пов'язані з переходом національної економіки до ринкових відносин на фоні глобалізації й інформатизації суспільства, вимагають застосування більш досконалої системи соціально-економічної активізації трудової діяльності персоналу. Оскільки від цього залежить результат роботи всього колективу та підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку. У стратегічному підході значну роль відіграє мотивація, що є основою будь-якої поведінки людини і її зусиль, спрямованих на досягнення цілей підприємства.

Мотиваційна стратегія – це комплекс загальних довгострокових підходів до активної трудової діяльності персоналу, управління зайнятістю та ефективністю праці на підприємстві, яка є складовою загальної стратегії функціонування підприємства та підвищення його конкурентоспроможності [1, с. 211].

З метою ефективної дії мотиваційної стратегії на вітчизняних підприємствах, необхідно забезпечити дотримання таких основних принципів: підбір працівників, формування здорового, сприятливого доброзичливого клімату у колективі; сприйняття працівника як особистості, повага до нього, його потреб та інтересів; створення безпечних, комфортних умов праці; створення умов та надання однакових можливостей для професійного росту працівника; забезпечення відповідності винагороди працівника результатам його праці; справедливий розподіл доходів, участь працівників у прибутках; залучення працівників до управління виробництвом; забезпечення працівника на підприємстві не лише матеріальної, а й морально-соціальної захищеності працівника; турбота про соціальний розвиток колективу [2, с.213].

В свою чергу, мотиваційна стратегія підприємства передбачає виявлення основних важелів впливу на потреби працівників, що мають вирішальне значення для успіху реалізації загальної стратегії розвитку підприємства. Використання мотиваційної стратегії дозволяє підприємству скоротити виробничий брак, підвищити продуктивність праці, що, у свою чергу, призводить до підвищення прибутковості підприємства й підвищення його конкурентоспроможності (рис.).

Зауважимо, що мотиваційна стратегія підприємства визначає ефективні заходи стимулювання працівників до результативної трудової діяльності, враховуючи стратегічні орієнтири [3, с.217].

Стратегічні концепції розвитку підприємства реалізуються за рахунок ефективної політики управління персоналом і раціонального функціонування операційної системи виробництва. Підприємство має формувати мотиваційну

стратегію відповідно до стратегічних рішень і пріоритетних напрямків операційної діяльності, що дозволить забезпечити системне управління продуктивним господарюванням та на цій основі підвищувати загальну конкурентоспроможність підприємства [4, с.34].

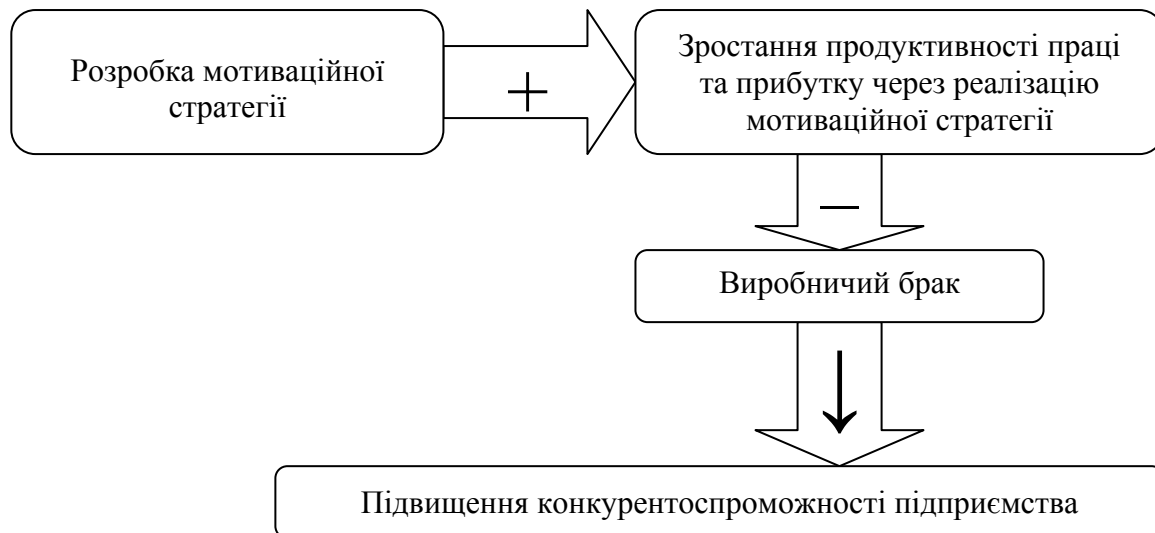


Рис. Схема впливу мотиваційної стратегії на підвищення конкурентоспроможності підприємства

Отже, мотиваційна стратегія персоналу підприємства – складний, відносно стійкий процес, обумовлений певними особистими характеристиками людини, а також необхідністю задоволення її потреб та їх відповідності зовнішнім умовам діяльності підприємства. Проведення діагностики рівня мотивації персоналу на підприємстві й розробка мотиваційної стратегії сприяє підвищенню продуктивності праці, збільшенню фінансових результатів підприємства і, як наслідок, підвищенню його конкурентоспроможності.

Література

1. Виноградський М. Д. Управління персоналом / М. Д. Виноградський, С. В. Беляєва. – К. : Центр навч. літератури, 2006. – 504 с.
2. Максимець Ю. В. Підвищення ефективності управління мотивацією праці на підприємстві / Ю. В. Максимець // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.12. – С. 211-215.
3. Міщенко А. П. Стратегічне управління / А. П. Міщенко. – К. : «Центр навчальної літератури», 2004. – 336 с.
4. Данюк В. Мотивування як чинник активізації трудової поведінки / В. Данюк // Україна : аспекти праці. – 2008. – № 4. – С. 32-36.
- 5.

ВПЛИВ ПЕСТИЦИДІВ НА ЯКІСТЬ ЗЕРНА ОЗИМОЇ ПШЕНИЦІ

Проблема безпеки та якості продукції є однією з центральних проблем не тільки рослинництва, але і харчової промисловості. Якість рослинної продукції визначається як сортовими особливостями та агротехнічними умовами вирощування культур, так і хімічними засобами захисту рослин, без яких неможлива жодна технологія їх вирощування.

Захист рослин озимої пшениці від шкідливих факторів при вирощуванні дозволяє підвищити врожай на 10-30 % і більше. Застосовувані при цьому пестициди (отрутохімікати): гербіциди, що знищують бур'яни; фунгіциди, що захищають рослини від хвороб; інсектициди, що знищують шкідників; ретарданти, що регулюють ріст і тим самим захищають рослини від вилягання і втрат урожаю; десиканти, що викликають підсихання рослин перед збиранням, при невмілому використанні можуть накопичуватися в зерні та негативно впливати на його якість. Відзначено, що накопичення деяких пестицидів в зерні може бути причиною їх попадання в продукти переробки, так як вони накопичуються не тільки в оболонках, але й в ендоспермі. Тому в більшості країн світу встановлені граничні норми вмісту пестицидів у харчових продуктах – їх кількість не повинна перевищувати 0,01-5,0 мг на 1 кг продукту залежно від токсичності та швидкості розпаду пестициду.

Боротьбу за безпечну та якісну продукцію необхідно починати з поля, впроваджуючи сучасні технології вирощування культур, що включають інтегровану систему захисту рослин.

Інтегрована система захисту – це комплекс заходів, в якому особлива роль відводиться пестицидам. Пестициди мають високу біологічну активність і здатні на 90-98 % пригнічувати розвиток шкідливих організмів. Однак їх використання безпосередньо пов'язано із забрудненням навколишнього середовища, так як тільки 0,1-1,0 % відсоток використаної діючої речовини досягають точок дії, а інша кількість втрачається. Незважаючи на це без них сьогодні неможливо отримати добрий урожай і забезпечити якість та безпеку продукції.

Забур'яненість посівів озимої пшениці також знижує врожайність і якість продукції. Так, насіння гречки татарської, костра житнього та деяких інших видів надають борошну чорний колір, збільшують вологість та відповідно прискорюють погіршення борошна.

Насіння ярутки польової надають борошну гіркий смак, роблячи його неїстівним. Домішки насіння куколю, гірчиці польової, блекоти чорної, живокості посівної та інших може викликати отруєння людини і тварин.

Для придушення бур'янів у посівах озимої пшениці в основному застосовуються гербіциди Дикань РК, Ділар ВГ, Гренадер ВГ та ін. При дотриманні

регламентів залишкові кількості цих препаратів зазвичай в зерні не виявляються.

Значний збиток озимій пшениці наносять шкідники, що вражають рослини в період їх вегетації. Так, клоп шкідлива черепашка шкодить протягом усього вегетаційного сезону. В результаті зернівка стає щуплою, зморшкуватою, а ендосперм рихлим. Все це призводить до зниження врожайності і вмісту клейковини, що відбивається на якості борошна. Обсяг врожаю озимій пшениці залежить також від заселення їх і іншими шкідниками (попелицями, злаковими мухами, блішками і т.д.).

У боротьбі з ними широко застосовуються фосфорорганічні сполуки (ФОС): карбофос, Бі-58 новий; синтетичні піретроїди: децис, карате; неонікотіноїди: моспілан, актара та ін., також проводять інкрустацію посівного матеріалу інсектицидами. Всі ці препарати досить швидко розкладаються в рослинах (протягом 10-25 днів) і при дотриманні вимог до їх застосування відсутні у продукції.

Обсяг урожаю і якість зерна залежать і від ураження рослин озимій пшениці збудниками захворювань. Так, при ураженні рослин сажковими захворюваннями колос руйнується і перетворюється на темну порошну масу, за допомогою якої відбувається поширення захворювання. Для знищення кореневих гнилей та збудників сажкових захворювань перед сівбою насіння обробляють фунгіцидами. Під час вегетаційного періоду фунгіциди повністю руйнуються до нетоксичних сполук і відсутні в зерні.

У процесі вегетації рослини озимій пшениці вражають борошниста роса, різні види іржі та інші плямистості, тому рослини обприскують системними і контактними фунгіцидами.

При ураженні колоса фузаріозом зерно стає щуплим, тьмяним, схожість насіння знижується. Воно покривається рожевим нальотом грибниці, яка проникає всередину зернівки, викликаючи розкладання білків і утворення токсичних сполук – мікотоксинів. Хліб з такого борошна викликає отруєння, які супроводжуються блювотою, розладом травлення, втратою працездатності.

Для попередження розповсюдження і розвитку фузаріозу проводять обприскування посівів пшениці (у фазі кінець колосіння – початок цвітіння). При порушенні періоду очікування або при завищенні норми витрати препарату в зерні залишаються фунгіциди.

Література

1. Интегрированная защита растений / Под ред. акад. ВАСХНИЛ Ю. Н. Фадеева и чл.-корр. ВАСХНИЛ К. В. Новожилова. – М. : Колос, 1981. – 335 с.
2. Пестициды в продуктах питания [Электронный ресурс]. – Режим доступа : hnb.com.ua
3. Попов С. Я., Дорожкина Л. А., Калинин В. А. Основы химической защиты растений. – М., 2006. – 189 с.

Арутюнян А.Р.

к.т.н., доцент,

Мазуренко Н.О.

магістрант

Криворізький національний університет (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

З даними звіту Всесвітнього Економічного Форуму у рамках структури Системи Глобальної конкурентоспроможності Україна займає 73 місце серед 131 країни світу з сумою балів 3,98 при максимальній 6 балів. В свою чергу, конкурентоспроможність країни значною мірою визначається конкурентоспроможністю підприємств.

Конкурентоспроможність підприємства не слід відділяти від конкурентоспроможності його продукції – це взаємообумовлені поняття, особливо коли йдеться про зовнішній ринок. Поліпшення якості продукту є одним з найважливіших чинників зростання ефективності виробництва. Іншими словами, під конкурентоспроможністю підприємства слід розуміти таку його здатність, яка забезпечує, в умовах конкурентного ринку, проведення ефективної фінансово-господарської діяльності і отримання прибутку.

Фатхутдінов Р.А. серед зовнішніх чинників, які впливають на конкурентоспроможність підприємства на мезоекономічному рівні, виділяє: використання доступних і дешевих ресурсів, прозорість ринку, система підготовки кадрів, рівень інтеграції всередині країни, низькі процентні ставки, якісне правове регулювання, сприяння місцевих органів, гармонізація системи сертифікації. До внутрішніх чинників на галузевому рівні слід віднести: попит на товар галузі, оптимальний рівень уніфікації і стандартизації продукції, експорт наукомісткої продукції, наявність конкурентоспроможного персоналу в галузі, оптимальний рівень галузевої концентрації, наявність конкурентоспроможних постачальників, оптимізація ефективності використання ресурсів, наявність радикальних нововведень, великий обсяг конкурентоспроможних підприємств в галузі, сертифікація та ексклюзивність продукції.

За ринкових умов різко зросли і змінилися позиції споживача щодо процесів придбання й використання товарів і послуг. Виробникам товарів необхідно постійно освоювати нові методи господарювання, які б відповідали вимогам економічних обставин, змінювати умови і принципи діяльності, результати якої прямо залежатимуть від конкурентоспроможності вироблених товарів. Довгостроковий курс розвитку підприємства повинен бути у сучасних умовах направлено на досягнення не стільки кількісних показників, скільки якісних, тому менеджерам підприємств доцільно звернути увагу на розробку пропозицій для свого підприємства з метою підвищення конкурентоспроможності продукції і виходу на міжнародний рівень.

ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Формування конкурентоспроможності підприємства, вибір стратегії підприємства не можливі без оцінки та аналізу загальної конкуренції в галузі.

Конкурентоспроможність галузі – це наявність у галузі технічних, економічних, та організаційних умов для створення виробництва і збуту високоякісної продукції, що відповідає вимогам конкретних груп споживачів

Практика стратегічного аналізу довела, що визначення конкурентоспроможності підприємства доцільно здійснювати за наступним алгоритмом:

1) Визначення конкурентної позиції підприємства та оцінка конкурентної ситуації в галузі. Ступень монополізації ринку виражається загальною часткою чотирьох перших підприємств, які реалізують на ньому найбільші обсяги продукції.

2) Визначення сегментації конкурентів за стратегічними групами. Здійснюється на підставі частки ринку у кількісному та вартісному вираженні. Залежно від їх співвідношення визначається ціновий сегмент, в якому працює підприємство. Якщо співвідношення дорівнює 1, то підприємство працює в середньому, більше 1 – в низькому, якщо менше 1 – у високому ціновому сегменті. Ступінь інтенсивності конкурентної боротьби (концентрації) та рівень протидії конкурентів визначається показником –індекс Херфіндала, який розраховується як сума квадратів ринкових часток конкурентів. Збільшення індексу Херфіндала свідчить про збільшення концентрації у галузі.

3) Побудова позиційної карти стратегічних груп. Для цього обирають дві найсуттєвіші характеристики продуктів або підприємств галузі, розраховують показники, що їх характеризують та розміщують на позиційній карті стратегічних груп.

Підприємства близькі за своїми показниками об'єднуються в одну стратегічну групу. Діагностика позиційної карти конкурентів дає можливість визначити рівень жорсткості конкурентної боротьби всередині групи, виявити конкурентні переваги та прибутковість різних стратегічних груп. Формування стратегічних груп за допомогою підходу «від потреб» дає змогу виділяти наступні групи:

- підприємства, орієнтовані на задоволення всього комплексу потреб;
- підприємства, які мають «нішову спрямованість», спеціалізовані;
- підприємства потенційних конкурентів, що мають намір вийти на ринок зі своєю аналогічною продукцією;
- можливі конкуренти, що оперують на інших ринках з аналогічною продукцією ;
- виробники товарів-замінників.

4) Встановлення конкурентного статусу підприємства в групі подібних за допомогою методів комплексної порівняльної оцінки:

- методу суми місць;
- методу відстані до еталону;
- методу, заснованому на теорії ефективної конкуренції.

Метод суми місць розраховується на підставі попереднього ранжування показників (індексів або коефіцієнтів), розрахованих за формулою:

$$R_{ij} = \sqrt{a_{1j}^2 + a_{2j}^2 + \dots + a_{nj}^2}, \quad (1)$$

де j – номер підприємства; a_{ij} – ранг i -го показника j -го підприємства.

Підприємство, комплексна рангова оцінка якого найменша, визначається найефективнішим.

Метод відстані до еталону полягає в порівнянні показників аналізованих підприємств з показниками еталонного підприємства (що має найкращі показники). Комплексний ранговий показник визначається за формулою:

$$R_{ij} = \sqrt{(1 - x_{1j})^2 + (1 - x_{2j})^2 + \dots + (1 - x_{nj})^2}, \quad (2)$$

де x_{ij} – значення коефіцієнта j -го підприємства.

Найефективнішим вважається підприємство, комплексний ранговий показник якого найменший, що свідчить про близькість до еталону.

Метод, заснований на теорії ефективності концентрації, передбачає розрахунок чотирьох групових критеріїв конкурентоспроможності:

- ефективність управління виробничим процесом;
- фінансовий стан підприємства;
- ефективність організації збуту та просування товару;
- конкурентоспроможність товару.

Оскільки кожен з перелічених критеріїв має різну важливість, необхідно враховувати коефіцієнт значущості (від 0 до 1)

Конкурентний статус визначається за формулою :

$$KC = \sum_{i=1}^n A_i \times K_i, \quad (3)$$

де A_i – коефіцієнт динаміки, або рівня показника;

K_i – коефіцієнт вагомості кожного критерію, встановлений експертним шляхом.

Ці методи можна використовувати як кожен окремо, так і в поєднанні, що дає змогу визначити можливості підприємства; внутрішню конкуренцію в галузі. Без результатів детального аналізу інформації про стан та умови конкуренції в галузі не можливо виробити стратегію діяльності підприємства, зробити висновки про привабливість і доцільність вкладення інвестицій.

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ ПРОМЫШЛЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ОСНОВА ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

В современных условиях процесс успешного функционирования и экономического развития промышленных предприятий во многом зависит от совершенствования их деятельности в области обеспечения экономической безопасности. Изучение экономической безопасности всех субъектов предпринимательской и других видов деятельности приобретает решающее значение в процессе принятия управленческих решений оперативного и стратегического направлений.

Категория «экономическая безопасность» сравнительно недавно появилась в понятийном аппарате экономической науки. Как всякое новое понятие она ещё не имеет общепризнанного толкования. По отношению к предприятию её рассматривают как интегральную оценку его ресурсного потенциала и степени защищённости от отрицательного действия внешней среды хозяйствования. А.Г. Шаваев считает, что экономическая безопасность предприятия - это положение наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечение стабильного функционирования предприятия на настоящее время и в будущем [1, с.53].

Экономическая безопасность предприятия – это состояние его защищенности от негативного влияния внешних и внутренних угроз, дестабилизирующих факторов, при котором обеспечивается устойчивая реализация основных коммерческих интересов и целей уставной деятельности.

Для каждого предприятия «внешние» и «внутренние» угрозы сугубо индивидуальны. Вместе с тем, на наш взгляд, указанные категории включают отдельные элементы, которые приемлемы практически к любому субъекту хозяйственной деятельности.

К внешним угрозам и дестабилизирующим факторам можно отнести противоправную деятельность криминальных (теневых) структур, конкурентов, фирм и частных лиц, занимающихся промышленным шпионажем либо мошенничеством, несостоятельных деловых партнеров, а также правонарушения со стороны коррумпированных элементов из числа представителей контролирующих и правоохранительных органов.

К внутренним угрозам и дестабилизирующим факторам относятся действия или бездействия сотрудников предприятия, противоречащий интересам его коммерческой деятельности, следствием которых могут быть нанесение экономического ущерба компании, утечка или утрата информационных ресурсов, подрыв ее делового имиджа в бизнес – среде, возникновение проблем во взаимоотношениях с реальными и потенциальными партнерами, конфликтных ситуациях с представителями криминальной среды,

конкурентами, контролирующими и правоохранительными органами, производственный травмизм или гибель сотрудников и пр.

Основными составляющими экономической безопасности предприятия являются: имущественная, технологическая, финансовая, инновационная, социальная, кадровая безопасность. Каждая из составляющих оценивается с помощью ряда качественных или количественных показателей-индикаторов. В экономической литературе уже предпринимались попытки количественной оценки уровня экономической безопасности предприятия с помощью, так называемых, индикаторов. Проблема заключается в том, что в настоящее время отсутствует методическая база определения индикаторов.

Определённые шаги в этом направлении сделаны в работе [2, с.112], авторы которой предлагают рассчитывать показатель уровня экономической безопасности на основе экспертных оценок. Оценка уровня экономической безопасности является отправным пунктом стратегического планирования, показателем инвестиционной привлекательности и надёжности предприятия, характеристикой его жизнеспособности.

При оценке экономической безопасности ряд положений оценки пересекается с отдельными видами деятельности предприятия. Это касается, прежде всего, формулирования стратегических интересов предприятия и их количественной интерпретации.

Таким образом, экономическая безопасность предприятия предусматривает устойчивое развитие, что достигается с помощью использования всех видов ресурсов и предпринимательских возможностей, при которых гарантируется наиболее эффективное их использование для стабильного функционирования и сбалансированного научно-технического и социального развития, предотвращения внешних и внутренних угроз функционирования хозяйствующего субъекта.

Литература

1. Шаваев А. Г. Безопасность корпораций. Криминологические, уголовно-правовые и организационные проблемы. – М. : «Банковский Деловой Центр», 2004. – 245 с.
2. Шлыков В. В. Комплексное обеспечение экономической безопасности предприятия. – СПб : «Алетейя», 2005. – 374 с.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СОКОВОЇ ПІДГАЛУЗІ

Сучасна економічна теорія, поглиблюючи та розширюючи теоретичну базу поняття конкурентоспроможності як товару(підприємства) висуває нові вимоги щодо методичного забезпечення та практичного управління конкурентоспроможністю в напрямках розвитку економічних систем. З наданням Україні статусу країни з ринковою економікою утворились сприятливі умови для розвитку конкуренції, зокрема на ринку соків.

Конкуренція (лат. *concurrere* – “змагатися”) передбачає економічний процес взаємодії, взаємозв’язку та боротьби між працюючими на ринку підприємствами з метою забезпечення кращих можливостей для збуту продукції, реалізації послуг, задоволення потреб покупців і отримання максимального прибутку [1, с.182]. Різні аспекти конкурентоспроможності підприємств досліджуються у наукових працях відомих фахівців. Вагомий внесок у розробку актуальних питань конкурентоспроможності, оцінки діяльності та мотивації підприємств внесли М. Малік, О. Нужна, А. Мазаракі, Й. Петрович, Р. Фатхутдінов, М. Портер та інші вчені [2-3]. Разом з тим, значна частина питань конкурентоспроможності підприємств потребують подальшого вивчення й удосконалення в сучасних умовах розвитку підприємств сокової підгалузі.

Проведений аналіз конкурентоспроможності підприємств сокової підгалузі довів, що необхідно приділити особу увагу модернізації обладнання, що дасть змогу підприємствам більш ефективно використати свій виробничий потенціал. Автором даного дослідження запропоновано заміна фізично зношеного та морально застарілого обладнання на лінію розливу соків моделі КА-180 у пакети “Дой-Пак” із застібкою zipper.

Встановлено, що підприємства, які аналізуються, працюють на досить привабливому ринку. Їх конкурентна позиція характеризується середнім рівнем переваг і вимагає розвитку сильних сторін та запобігання можливим загрозам і ризикам. При цьому сукупність та динаміка розвитку таких чинників, як можливості, переваги, сильні й слабкі сторони підприємства, зовнішні загрози та ризики є визначальними при формуванні стратегії розвитку підприємств.

Література

1. Портер М. Международная конкуренция / Пер. с англ. – М.: Международные отношения, 1993.
2. Економіка підприємства / За ред. Й. М. Петровича. – Л. : Новий світ, 2004. – 670 с.
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление. / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М. – 2000. – 312 с.

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

На сучасному етапі гостро постає питання подальшого функціонування вітчизняних підприємств в умовах економічної кризи. Найважливішою передумовою ефективної діяльності і стабільного економічного розвитку є систематичне надходження коштів, без яких неможливе їх існування. Адже метою кожного суб'єкта господарювання є отримання прибутку.

Конкурентоспроможність підприємства – це його здатність до ефективної діяльності. Вона включає сукупність споживчих властивостей виробу, що характеризують його відмінність від виробу конкурента.

М. Єрмоленко [1] визначає, що конкурентоспроможність – це можливість успішного продажу в певний момент часу. Ця можливість залежить від ціни, умов платежу, строків й умов постачання. Т. Петранєва [2] зауважує, що аналізу конкурентоспроможності продукції необхідно приділяти максимум уваги при організації діяльності будь-якого підприємства.

Таким чином, конкурентоспроможний товар є базою діяльності підприємства, оскільки він забезпечує відтворювальний процес і через нього здійснюється зв'язок підприємств один з одним та із споживачами. У сучасних умовах виробники повинні знати проблеми та потенційні ризики збуту продукції, що ними випускається. Дослідження показують, що основною причиною комерційних невдач є також неправильна оцінка цих показників. Якщо суб'єкт господарювання буде постійно налаштований на інновації, то забезпечить сильні конкурентні позиції в бізнесі. Інновацію можна вважати одним з етапів відновлення економіки, оскільки вона потребує використання комплексу науково-технічних і промислових факторів, що визначають ринкове середовище. Щодо інновацій у промисловості, то основними їх ознаками можна вважати дослідження, розробки та створення нових зразків продукції, товарів чи послуг. Важливою складовою нових технологій є зростання продуктивності праці та якості продукції.

В умовах жорстокої конкуренції та ситуації, що склалась в Україні, підприємства повинні зосереджувати свою увагу як на конкурентоспроможності продукції, так і на внутрішньому стані справ, розробляти довгострокову стратегію поведінки, що дасть змогу встигати за змінами, які відбуваються зовні.

Література

1. Єрмоленко М. Маркетинг : навч. посібник / М. Єрмоленко. – К. : Національна академія управління, 2007. – 544 с.
2. Петранєва Т. Економіка та управління в сільському господарстві / Т. Петранєва. – К. : Академія, 2003. – 352 с.

ВПЛИВ СПЕЦІАЛІЗАЦІЇ НА РЕЗУЛЬТАТИ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ВИРОБНИЧОГО КООПЕРАТИВУ

Однією з найважливіших умов ефективного розвитку і функціонування сільськогосподарського виробничого кооперативу є економічно обґрунтована спеціалізація, концентрація та раціональне поєднання галузей як спосіб найбільш повного і раціонального використання земельних та інших ресурсів.

Спеціалізації виробництва виражає його структуру, визначає напрямки господарської діяльності окремих підприємств. Процес спеціалізації виробництва зумовлює його концентрацію, централізацію і кооперування. Спеціалізація і оптимальні розміри сільськогосподарських кооперативів представляють собою процес зосередження обсягів виробництва продукції, засобів виробництва і робочої сили у все більш великих підприємствах, розміри яких, в сучасних умовах доцільно оптимізувати.

Аналіз діяльності виробничого кооперативу передбачає вивчення впливу оптимальної спеціалізації і розміру на якісний склад основних показників виробничо-господарської діяльності господарств і умов, які його оточують: місцезнаходження, економічні, природні умови і розміри господарства; спеціалізація господарства; рівень інтенсивності та ін.

Розмір землекористування кооперативу визначається певною кількістю об'єднаних паїв його членів та асоційованих членів. Отже, кількість членів кооперативів і їх об'єднані земельні та майнові паї скоріше за все можуть автокорелювати у визначенні оптимальних розмірів кооперативів. Поголів'я худоби та інші показники виробничо-ресурсного потенціалу кооперативу суттєво залежать від його спеціалізації. Тому, на нашу думку, слід погодитись з певним колом економістів-аграрників щодо можливості прискорення темпів поліпшення економічної ефективності функціонування сільськогосподарських кооперативів за умов оптимізації площ їх землекористування [1-2].

В Одеській області функціонує 236 сільськогосподарських виробничих кооперативів. Розміри їх характеризуються площею сільськогосподарських угідь, або поголів'ям худоби. В різних природно-економічних зонах ці показники різні. Проблема складається у визначенні оптимальних розмірів виробничих кооперативів, яку можна вирішити за допомогою методів групувань.

Поглиблення спеціалізації виробництва сприяє підвищенню рівня його інтенсивності та ступеню концентрації. Рівень інтенсивності у виробничих сільськогосподарських кооперативах Одеської області і ступінь концентрації виробництва суттєво змінюється від того, яких розмірів сільськогосподарських угідь мають ці кооперативи та ступеню спеціалізації господарств. По мірі підвищення рівня концентрації земельних ресурсів значно поліпшуються показники економічної ефективності господарської діяльності кооперативів. Так, в кооперативах четвертої групи (табл.) вихід товарної продукції на 1 га землі в обро-

бітку вище ніж в першій, другій та третій групах більш як на 60 %. На 23,3 % цей показник вище в четвертій групі в порівнянні з шостою, де площа сільськогосподарських угідь перевищує 6000 га. В кооперативах 4 і 5 груп значно зростає продуктивність праці (85,2 %).

Таблиця

**Економічна ефективність виробництва в СВК Одеської області
(2006-2010 рр.)**

Групи СВК за площею сільгоспугідь, га	Вартість товарної продукції в розрахунку (грн.)			Рівень рентабельності, %	Норма рентабельності, %
	на 1 га землі в обробітку	на 1000 грн. вартості засобів виробництва	на 1 людину-день		
перша - до 2000	1130	1436	103,4	9,3	33,6
друга-від 2001 до 3000	1127	1126	110,3	19,1	23,7
третя-від 3001 до 4000	1168	1585	106,5	24,0	12,3
четверта - від 4001 до 5000	1859	891	191,2	22,7	4,6
п'ята - від 5001 до 6000	1696	953	223,7	22,9	2,8
шоста - понад 6000	1507	879	169,3	23,7	5,8
По області	1266	1275	126,6	15,9	22,9

Аналіз показав, що економічна ефективність використання засобів виробництва в кооперативах з вищим рівнем концентрації землі знижується. При тому, якщо фондівдача в перших трьох групах кооперативів вище ніж в інших більш як на 26 %, то показник норми рентабельності перевищує показники кооперативів четвертої, п'ятої та шостої груп в рази. Як показали дослідження це пояснюється значно нижчим рівнем фондооснащеності кооперативів перших трьох груп. Проте, неможливо однозначно інтерпретувати співставлення розміру СВК і ефективність виробництва за умови концентрації сільгоспугідь.

Тому, на нашу думку, оптимальні розміри сільськогосподарських виробничих кооперативів в значній мірі залежить від оптимальної спеціалізації господарств. А ефективність функціонування кооперативу залежить від оптимальної спеціалізації та концентрації виробництва, а також рівня технічного забезпечення, налагодження переробки сільськогосподарської продукції.

Література

1. Канінський П. К. Особливості розвитку спеціалізації аграрного виробництва в умовах ринкових відносин / П. К. Канінський // Економіка АПК. – 2006. – № 10. – С. 43-47.
2. Макаренко А. П. Специализация и концентрация мелкотоварного предпринимательства в агропромышленном производстве / А. П. Макаренко // Економіка АПК. – 2000. – № 10. – С. 26-32.

Кобець М.М.
к.фарм.н, викладач,
Кобець Ю.М.
к.фарм.н, викладач,
Харькова Ю.О.

Національний фармацевтичний університет (Україна)

ВИВЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЛІКАРСЬКИХ ПРЕПАРАТІВ-ПРОСТАТОПРОТЕКТОРІВ

Метою нашого дослідження було визначення конкурентоспроможності препаратів-простатопротекторів (ПП) та вивчення тенденцій розвитку даного сегменту ринку. Після проведення маркетингових досліджень щодо визначення асортименту ПП [1, с.529], можна переходити до оцінки рівня їх конкурентоспроможності. Конкурентоспроможність препаратів – вирішальний фактор їх комерційного успіху на розвиненому конкурентному фармацевтичному ринку [2, с.45]. Для визначення конкурентоспроможності ПП було використано диференційний метод. Показник конкурентоспроможності визначався як відношення кількості певного реалізованого лікарського засобу до середньої суми реалізації аналогів за один і той же період часу [3, с. 9]. Для розрахунку показника конкурентоспроможності за цією методикою авторами проаналізовані надходження та реалізація ПП за 2011 р. в одній із аптек м. Харкова. Коефіцієнт конкурентоспроможності більше одиниці мають наступні препарати: НЕФРОФІТ, збір фільтр-пакет 1,5 г, №20 (5,18); КАНЕФРОН® Н, табл. п/о блістер, №60 (3,28); ПРОСТАМОЛ УНО кап. 320мг, №30 (1,5); ІМПАЗА таб. №20 (1,22). Експертам було запропоновано оцінити попит на препарати ПП за 10-бальною шкалою: високий попит – 8-10 балів, стабільний попит – 5-7 балів, низький попит – менше 5 балів, не має попиту – 0 балів. Найбільший попит на ринку мають препарати: ГЕНТОС, КАНЕФРОН® Н, НЕФРОФІТ, ПРОСТАМОЛ УНО. Проведений нами аналіз показав, що ринок ПП в Україні розвивається і є досить перспективним для вітчизняного виробника. Подальші дослідження доцільно спрямувати на прогнозування обсягів продажу ПП.

Література

1. Харькова, Ю. О. Аналіз асортименту препаратів простатопротекторів / Ю. О. Харькова, М. М. Кобець // Актуальні питання створення нових лікарських засобів : матеріали всеукр. наук.-практ. конф. студ. та молодих вчених, 19 квітня 2012 р., Харків – Х. : Вид-во НФаУ. – 2012. – С. 529.
2. Дремова Н. Б. Маркетинговые исследования лекарственного обеспечения больных доброкачественной гиперплазией предстательной железы / Н. Б. Дремова, А. И. Овод // Человек и его здоровье. – 2006. – № 3. – С. 41-54.
3. Мнушко З. М. Методики оцінки рівня конкурентоспроможності лікарських препаратів : метод. рек. / З. М. Мнушко, Ю. В. Попова. – К. – 2007. – 26 с.

Танасюк І.М.

к.е.н., доцент,

Казаків К.А.

магістрант

Одеський національний економічний університет (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНЦІЇ

Для сучасного розвитку ринкового середовища, в якому функціонують підприємства, характерним є нестабільність макро- та мікроекономічних показників розвитку економіки, у зв'язку з чим справжню цінність для підприємств має лише прогрес порівняно з конкурентами, а не з минулими досягненнями. Саме такий випереджальний розвиток має забезпечити підприємству стабільний дохід у довгостроковій перспективі, утримання та розширення своєї ринкової частини.

У сучасних умовах основне завдання кожного підприємства полягає в знаходженні, утриманні та розвитку своєї ніші на ринку в жорстких умовах конкуренції. Тому гостра потреба постійного врахування мінливості сучасного ринку, купівельної спроможності населення, дослідження насиченості ринку конкретними товарами та послугами вимагає здійснення аналізу дій своїх потенційних конкурентів підприємства на ринку. Щоб підприємство зуміло ефективно використати свої наявні ресурси та застосувати свій потенціал, необхідно вірно визначити яку позицію на ринці фірма займає.

Для цього економістами підприємства обирається низка інструментів, завдяки яким можливо надати всебічну, об'єктивну оцінку діяльності фірми. Одними з головних інструментів виступають: PEST-аналіз, SWOT-аналіз, матриця BCG, матриця General Electric-McKinsey та матриця Shell/DPM. За допомогою цих інструментів отримується інформація, яка дає змогу порівняти ефективність діяльності фірми у розрізі з її конкурентами на ринку. Після порівняння фірма знає свої слабкі сторони, які вона буде намагатися ліквідувати, щоб спочатку досягти рівня конкурентів, та сильні сторони, які будуть спрямовані на розвиток підприємства, що неминуче призведе до посилення своїх позицій на ринку.

На основі отриманих даних економісти підприємства мають побудувати нову або скоригувати стару стратегію фірми, яка має забезпечити посилення конкурентних переваг фірми. Найчастіше використовують 3 загальних конкурентних стратегії М. Портера: лідерство за витратами, диференціація та фокусування.

Кожна із загальних стратегій передбачає фундаментально різні шляхи до отримання конкурентних переваг, які складаються з поєднання вибору певного типу переваг, а також масштабу стратегічних цілей, в рамках якого ці переваги планується отримати. Але, конкурентні стратегії не є єдиними для застосування, а отже для кожної фірми слід адаптувати обрану стратегію під свої реалії існування.

Горлова Е.П.
старший преподаватель
Одесский национальный экономический университет (Украина),
Гжибовска-Бжежиньска М.
PhD, доцент
Варминско-Мазурский университет (Польша)

ДИНАМИЧНОСТЬ ФАКТОРОВ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Среди свойств, присущих факторам, влияющим на конкурентоспособность предприятий, динамичность остается наименее изученным. В связи с этим построение долгосрочных прогнозов развития конкурентоспособности предприятий является проблематичным. [1, с.349].

Динамичность факторов конкурентоспособности предприятия заключается в следующем: а) со временем может изменяться их значимость для обеспечения конкурентоспособности предприятия; б) может измениться направление действия на уровень конкурентоспособности предприятия; в) факторы могут взаимодействовать между собой, изменяя тем самым силу воздействия каждого на уровень конкурентоспособности предприятия.

Из этого следует несколько выводов.

Во-первых, любые изменения в характере воздействия фактора на уровень конкурентоспособности предприятия носят вероятностный характер, а значит, факторные модели оценки конкурентоспособности предприятий должны быть дополнены учетом и оценкой вероятности. Во-вторых, факторная модель конкурентоспособности должна включать не только факторы, которые на установленном для анализа отрезке времени являются конкурентными преимуществами выбранной совокупности предприятий, но также явным образом учитывать факторы, которые могут изменить уровень конкурентоспособности предприятий. В-третьих, модель должна учитывать разнонаправленность действий факторов.

Существующие факторные модели, в основе которых лежат методы математического моделирования [2-4], не могут с должной полнотой выполнить оценку и прогноз конкурентоспособности предприятий, так как охватывают только конкурентные преимущества, релевантные в данный момент времени, и не учитывают различную вероятность реализации факторов конкурентоспособности, а также возможной разнонаправленности их действия.

На уровне компании конкурентоспособность формируется определенной конфигурацией внутренних и внешних факторов. Однообразие или схожесть конфигураций обеспечивает сопоставимость оценки конкурентоспособности предприятий.

Таким образом, исследование динамичности факторов имеет смысл только применительно к их совокупности, а не к отдельным факторам. Систематизации конфигураций факторов конкурентоспособности предприятий

является самостоятельной, очень сложной задачей. Она должна решаться в трехмерном критериальном пространстве: для определенных групп предприятий, рынков и продуктов, выделенных на основании разных признаков [5, с.165].

Литература

1. Горлова О. П. Оцінка конкурентоспроможності підприємства: новий виток розвитку. / О. П. Горлова // Сталий розвиток та екологічна безпека суспільства в економічних трансформаціях. Матеріали Другої науково-практичної конференції 23-24 вересня 2010 р., м. Бахчисарай: тез. доп. – Сімферополь : Фенікс, 2010. – 516 с.
2. Мілевський С. В. Моделі аналізу та управління конкурентоспроможністю промислових підприємств. / С. В. Мілевський, О. В. Мілов – Харків : ХНЕУ, 2007. – 156 с.
3. Гарачук Ю. О. Методичні основи оцінки динамічної конкурентоспроможності підприємств автосервісу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 «Економіка та управління підприємствами (автомобільний транспорт і дорожнє будівництво)» / Ю. О. Гарачук. – Київ, 2009. – 22 с.
4. Бідник Н. Б. Математичні методи оптимізації конкурентоспроможності підприємства : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.11 «Математичні методи, моделі та інформаційні технології в економіці»/ Н. Б. Бідник. – Львів, 2007. – 18 с.
5. Горлова О. П. Стратегічна оцінка конкурентоспроможності підприємств з коротким виробничим циклом / О. П. Горлова // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 5. Т. 1. – С. 164-168.

ЯКІСТЬ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРІВ ЯК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ

Україна є державою з багатою історією, культурою та етнічними традиціями. Завдяки цьому вона набуває все більшої популярності як туристичний об'єкт. Необхідною умовою розвитку сучасного туризму в Україні є ефективне функціонування готельної індустрії. Готельний бізнес – один із самих перспективних і успішно розвинутих напрямків бізнесу в Україні. Особливістю цього бізнесу є орієнтація на Європейські сервісні стандарти та стрімкий перехід до них [1, с.4].

На думку фахівців та економістів усього світу, успішність функціонування підприємств готельного бізнесу має прямо пропорційну залежність від професіоналізму менеджерів, так як саме від рівня якості їх праці залежить результативність підприємства, задоволення потреб клієнтів та завоювання конкурентних переваг на ринку готельних послуг. Цей факт підкреслює Н. Гавкалова вказуючи, що «акцент переміщується з управління матеріальними ресурсами на управління людиною, яка є основною складовою прибутковості підприємства» [2, с. 31].

У теперішній час вирішальну роль розвитку підприємства готельного бізнесу відіграє його укомплектування висококваліфікованим та вмотивованим персоналом з необхідним потенціалом, що відповідає цілям суб'єкта господарювання, на що вказує В.С. Савельєва, стверджуючи, що «... успішність компанії на 50-70% залежить від кваліфікації персоналу, від правильної витрати кадрових сил та наявності необхідних фахівців на своїх місцях» [3, с.72].

З філософської точки зору, будь-який предмет має три основні характеристики: якість, кількість і міра. Якість – це така категорія, яка описує визначеність предмета і яку не можна відділити від існування самої речі. Ця визначеність (цілісність) проявляється через діалектичну єдність суттєвих властивостей, їх граней, які відрізняють одну річ від іншої. Отже, «якість» є складною філософською категорією, дослідження змісту якої розпочалося у стародавні часи та триває й до нині. В результаті проведених досліджень щодо визначення сутності поняття «якість» було визначено, що його трактували по-різному, а саме як: властивість та стан предмету, як тотожна поняттю «висококласний» і «дорогий», як кількісна характеристика речей у просторі і часі, як специфічна емпірична свідомість, якість як придатність для використання, як двоаспектна річ, як властивість, що реально задовольняє споживачів, як міра задоволення потреб тощо.

Ще Ісікава Каору запропонував розглядати якість у двох аспектах: як якість продукції, а також як якість праці, обслуговування, інформації, робочої

сили. Крім того, якість праці повинна залишатися незмінною (або змінюватися у межах міри) навіть при змінюваній економічній чи соціальній значимості тієї посади (більш/менш перспективної), яку обіймає даний працівник, оскільки, власне суспільна значимість, насамперед, обумовлене об'єктивно існуючою якістю того чи іншого виду праці.

На думку автора, на успішність функціонування сучасних підприємств готельного бізнесу вагомий вплив має саме якість праці менеджерів. З метою визначення сутності категорії «якість праці» було проведено системний аналіз щодо її трактування. Визначено, що у всіх визначеннях даної категорії спостерігається спрямованість процесу праці, обумовлених кваліфікацією працівників та умовами праці, на забезпечення більш ефективної діяльності підприємства.

Так, частина авторів (К. Куровський, Е. Лутохіна, І. Корогодін, А. Тельнов та ін.) розглядає якість праці як сукупність властивостей. Згідно міжнародного стандарту ISO 9000:2000 «якість праці визначається як сукупність властивостей процесу праці, обумовлених здатністю працівника виконувати певні завдання відповідно до вимог» [4]. Інші автори (М. Долішний, П. Беленький, Б. Цапенко В. Куренний, Л. Заяц, С.Струмилін) визначають якість праці як рівень кваліфікації працівника, вказуючи, що саме «праця високої якості – це складна або потребує більшої точності та тонкості у роботі, більше вмінь, ..., вимагає більш тривалого професійного навчання ...» [5, с.79].

Узагальнення наведених визначень поняття «якість праці» та прагнення найбільш точно визначити його зміст обумовило об'єктивну необхідність нової його інтерпретації. Таким чином, якість праці - це категорія бездефектності праці, рівень якої досягається залежно від складності праці, компетентності працівника, ступеня його самостійності з метою забезпечення від праці найкориснішого ефекту. Зазначимо, що могутнім ринковим фактором підвищення якості праці та її ефективності є саме конкуренція, яка, зумовлюючи жорсткі форми господарювання, спонукає фірми під загрозою банкрутства вдосконалювати техніку, технологію й організацію виробництва, підвищувати професіоналізм своїх менеджерів, їх освіченість.

Література

1. Готельний бізнес: стратегія розвитку (2000-2009 рр.) [Текст] : бібліогр. показник / Харк. нац. акад. міського господарства; уклад. : О. Ф. Сергієнко. – Х. : ХНАМГ, 2009. – 54 с; <http://eprints.kname.edu.ua/14458/1/готелі.doc>.
2. Гавкалова Н. Теоретичні засади ефективного менеджменту персоналу / Н. Гавкалова // Україна: аспекти праці. – 2005. – № 3. – С. 31-36.
3. Савельєва В. С. Кадровый аудит и оценка персонала: уч. пос. для студ. эконом. спец. / В. С. Савельева. – Краматорск : ДГМА, 2007. – 80 с.
4. ДСТУ ISO 9000-2001. Системи управління якістю. Основні положення та словник. – На заміну ДСТУ 3230-95; Введ. 27.06.2001. – К. : Держстандарт України, 2001. – 26 с.
5. Струмили́н С. Г. Проблемы экономики труда. – М. : Наука, 1982. – 470 с.

МЕТОДИКА КОНКУРЕНТНОГО АНАЛІЗУ СЕРЕДОВИЩА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Останніми роками нестабільний стан споживацької активності та спрощення процедури започаткування туристичного бізнесу зумовили суттєве загострення конкурентної боротьби та примусили вітчизняні туристичні підприємства приділяти більше уваги об'єктивному визначенню рівня власної конкурентоспроможності.

Серед фахівців давно побутує думка, що складовими конкурентоспроможності підприємств виступають чинники внутрішнього і зовнішнього середовища їх функціонування [1, с.42]. Технологічні та організаційно-економічні особливості надання туристичних послуг приковують основну увагу до внутрішніх, мікроекономічних факторів. Проте, глобальний характер туристичної діяльності, а також наявність міжрегіональної і міжгалузевої конкуренції у сфері залучення інвестицій, не дозволяють ігнорувати вплив чинників зовнішнього середовища. Поєднати внутрішню і зовнішню складові конкурентоспроможності дозволяють добре відомі у практиці стратегічного управління, матричні методи конкурентного аналізу.

Серед них, у першу чергу, слід згадати класичну модель портфельного аналізу – матрицю Мак-Кінсі (General Electric / McKinsey matrix). Ця матриця будувалася як квадрат, сформований за двома координатними осями – сила бізнесу (тобто конкурентоспроможність підприємства – стратегічної господарської одиниці) і привабливість ринку або галузі. Для визначення кожної з координат вперше застосовувався метод багатокритеріального вимірювання [2, с.172]. Тобто рівень конкурентоспроможності підприємства і привабливість регіонального або галузевого ринку на якому воно працює становили агреговані показники, що розраховувались шляхом інтеграції значної кількості часткових (факторних) ознак із відповідними ваговими коефіцієнтами.

Втім, модель General Electric / McKinsey, як і будь-яка інша, не була вільна від недоліків, що обмежували сферу її застосування і вимагали внесення певних корегувань. У подальшому це викликало появу інших моделей портфельного аналізу, зокрема матриці “спрямованої політики” (DPM), моделей компаній Shell, Arthur D. Little (ADL/LC), матриць Хінтерхубера, Дея та інших [3, с.87; 4, с.170-184].

Галузева специфіка туристичної діяльності також обумовлює власний підхід до вибору моделі конкурентного аналізу. І, якщо, внутрішні чинники конкурентоспроможності підприємств відносно універсальні, то оцінка привабливості середовища їх функціонування потребує спеціального обґрунтування. Тут, на нашу думку, слід максимально обмежити кількість суб'єктивно (експертно) визначених параметрів, на користь таких, що

об'єктивно вимірюються. Тим не менш, формування локальних експертних груп є необхідним для визначення вагових коефіцієнтів при розрахунку згаданих комплексних показників. Ми пропонуємо визначати інтегральну оцінку привабливості регіонального туристичного ринку, тобто одну з координат матричної моделі стратегічного аналізу за такою формулою:

$$I_{нпр} = 0,3 \frac{\epsilon_p}{\bar{\epsilon}_p} + 0,2 \frac{T_{зр}}{\bar{T}_{зр}} + 0,2 \frac{\bar{K}_{mn}}{K_{mn}} + 0,15 \frac{\bar{k}_{нр}}{k_{нр}} + 0,15 \frac{Pd}{\bar{Pd}}, \quad (1)$$

де $I_{нпр}$ – інтегральний показник привабливості регіонального туристичного ринку; ϵ_p – ємність регіонального туристичного ринку; $T_{зр}$ – темп зростання обсягів реалізації туристичних послуг на відповідному регіональному ринку; K_{mn} – кількість туристичних підприємств у регіоні; $k_{нр}$ – коефіцієнт насиченості регіонального туристичного ринку; Pd – рівень доходів населення регіону.

Наведеним у виразі (1) показникам відповідають обчислювані факторні ознаки – відповідно: обсяг реалізації туристичних послуг у грошовому вираженні, темпи зростання обсягу реалізації, кількість діючих туристичних підприємств, коефіцієнт насиченості ринку і середньомісячна номінальна заробітна плата. Коефіцієнт насиченості регіонального ринку визначають як відношення фактичної ємності такого туристичного ринку до потенційно можливої. Усі факторні ознаки, розраховані для певного регіону України та нормовані за принципом забезпечення єдиної спрямованості їхнього впливу, при розрахунку інтегрального показника співвідносяться із середніми по країні. Вагові коефіцієнти становлять усереднену думку експертів в якості яких виступали науково-педагогічні працівники кафедри економіки та управління туризмом ОНЕУ, зайняті у науково-дослідних роботах останніх років, присвячених конкурентоспроможності регіональних туристичних ринків.

Розглянута методика оцінки привабливості галузевого туристичного ринку може застосовуватись туроператорами для створення або розширення регіональної агентської мережі, у процесі прийняття рішення про створення нового туристичного підприємства, а також як один з інструментів конкурентного аналізу, що дозволяє турфірмі об'єктивно оцінити рівень зміни власної конкурентоспроможності на національному ринку.

Література

1. Портер М. Стратегія конкуренції / М. Е. Портер [пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільського]. – К. : Основи, 2008. – 390 с.
2. Слободян Н. Г. Стратегічний аналіз конкурентних позицій. / Н. Г. Слободян // Харчова промисловість. – 2008. – № 7. – С. 171-174.
3. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы / Г. Л. Азоев, А. П. Челенков. – М. : ОАО Типография “Новости”, 2000. – 254 с.
4. Зозулев А. В. Промышленный маркетинг: рыночная стратегия: учеб. пособие / А. В. Зозулев – К. : Центр учебной литературы, 2010. – 576 с.

ОСОБЛИВОСТІ ПОБУДОВИ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ НА ТУРИСТИЧНОМУ ПІДПРИЄМСТВІ

Туристичною діяльністю в Україні займається велика кількість різних типів туристичних підприємств, які надають різноманітні послуги туристам, задовольняючи їх попит. В спеціальній економічній літературі часто будь-яке підприємство, яке виробляє туристичні товари чи надає послуги туристам, трактується як туристичне підприємство. Однак не всі суб'єкти туристичної діяльності можна назвати туристичними підприємствами. В основу віднесення підприємств до туристичних слід покласти галузеву ознаку видів діяльності, згідно з Класифікатором видів економічної діяльності, за які воно отримує основну частину виручки. Виходячи з цього, туристичне підприємство – це підприємство, основною функцією якого є формування та реалізація комплексного туристичного продукту і питома вага виручки від реалізації туристичних послуг становить понад 50% обороту [1, с.38].

Типовим туристичним підприємством є фірми-туроператори, які займаються організацією внутрішніх та міжнародних подорожей з різноманітним асортиментом послуг.

Визначальною й найбільш характерною для фірми-туроператора вважається функція організації виробництва і продажу власних групових або індивідуальних туристичних подорожей, які являють собою пакет основних і додаткових туристичних послуг.

Крім зазначеної вище функції в діяльності фірм-туроператорів можна виділити і торговельно-обслуговуючу функцію. Вона відрізняється великою різноманітністю і охоплює процеси, пов'язані з обслуговуванням клієнтів в офісі, наданням їм інформації, продажем туристичних карт і таке інше.

Як і на будь-якому підприємстві на фірмі-туроператорі відбуваються управлінські відносини – зв'язки субординації (підпорядкування) і координації (співробітництва). Відносини субординації характеризуються вертикальними зв'язками – від керівника до підлеглих. Відносини координації здійснюються завдяки горизонтальним зв'язкам між окремими працівниками та організаціями, що вступають у взаємодію з ними заради забезпечення визначеного рівня якості турпродукту та належного ступеню обслуговування клієнтів.

Отже, враховуючи вищенаведене, слід зазначити, що при побудові системи якості управління туристичним підприємством необхідно використовувати комплексне поняття якості, яке включає якість турпродукту, якість обслуговування споживачів та якість організації управління бізнес-процесами на підприємстві.

Методичні основи оцінки якості всіх зазначених трьох компонентів системи розроблені автором й опубліковані в роботах [2-4].

Необхідність створення на туристичному підприємстві повноцінної системи управління якістю визначається, з одного боку, вимогами ринку, а з іншого тим, що зазначена система є важливою складовою загальної системи управління підприємством, що в свою чергу, впливає на конкурентоспроможність організації на ринку туристичних послуг.

Література

1. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу : навч. посібник / С. П. Гаврилюк. – К. : Київ. Нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 180 с.
2. Бедрадіна Г. К. Методика оцінки якості туроператорської діяльності. Розвиток туризму в період економічної кризи: Матеріали XII Міжнародної науково-практичної конференції студентів, аспірантів і молодих вчених (м. Донецьк, 13-14 квітня 2010 р.) / Донецьк. Ін.-т турист. бізнесу. – Донецьк, 2010. – С. 147-148.
3. Бедрадіна Г. К. Методика аналізу якості обслуговування споживачів на туристичному підприємстві / Г. К. Бедрадіна, В. Г. Герасименко. – «Економіка Крима». – 2010. – № 1 (30). – С. 178-183.
4. Бедрадіна Г. К. Оцінка якості менеджменту туристичної фірми на основі ключових економічних показників / Г. К. Бедрадіна. – Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 40 / Од. держ. екон. ун-т. – Одеса : ОДЕУ. – 2010. – С. 9-13.

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВ МАШИНОБУДІВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Формування експортного потенціалу як процес має увійти до переліку об'єктів, якими керує українська держава, в українському законодавстві, програмах діяльності українського уряду та інших нормативних документах мають формуватись засади експортного потенціалу, функція управління формування експортного потенціалу має покладатись на керівний орган країни [1].

Основними чинниками впливу на формування експортного потенціалу машинобудівної галузі, що є запорукою розвитку ЗЕД, є такі: інноваційно-ділова активність підприємств (випуск високотехнологічної, наукоємної, ресурсощадних видів техніки; використання передових методів управління підприємством, включаючи стратегічне планування; участь у міжнародних виставках; підвищення конкурентоспроможності продукції на внутрішньому ринку); підвищення економічного потенціалу підприємств (модернізація виробничих потужностей; впровадження новітніх технологій виробництва, залучення висококваліфікованих спеціалістів та підвищення кваліфікаційного рівня); підтримка та стимулювання підприємств з високим експортним потенціалом на рівні держави (надання податкових преференцій; виконання прийнятих урядових програм розвитку; надання однакових умов для всіх підприємств машинобудівного напрямку, незважаючи на політичну належність власника; створення сприятливого інвестиційного клімату; укладання міжнародних угод про співпрацю, які сприятимуть зменшенню тарифних та нетарифних бар'єрів).

Чинники, які сприяють реалізації експортного потенціалу України, є досить обмеженими, хоча їх роль поступово зростає. Розвиток зовнішньої торгівлі України відбувається під дією комплексу внутрішніх і зовнішніх чинників, причому як позитивного, так і негативного характеру. Домінуючий вплив на розвиток зовнішньої торгівлі України сьогодні мають негативні чинники.

Серед негативних чинників найголовнішим можна вважати низький рівень конкурентоспроможності машинобудівної продукції, що стає серйозною проблемою в умовах зростаючої глобалізації світової економіки і пов'язаної з нею жорсткої міжнародної конкуренції.

Слабка роль ринкових інституцій в регулюванні зовнішньої торгівлі України, недосконалість основних інструментів і механізмів її ринкового регулювання. Держава зберігає важелі адміністративно-бюрократичного впливу і контролю за експортними операціями, причому головною проблемою

експортерів є неявні обмеження на експорт. Політика захисту вітчизняного виробника в Україні здійснюється в спотворених формах, що не сприяє підвищенню конкурентоспроможності українських експортерів на міжнародних ринках.

Комплекс негативних чинників розвитку експортного потенціалу України обумовлений, передусім, низьким темпом економічних перетворень в Україні, що позначилось на потенціалі участі країни в міжнародному поділі праці. В результаті, Україна закріплюється на міжнародних ринках переважно як постачальник сировини, напівфабрикатів і продукції з незначною доданою вартістю.

Відсутність належної (організаційної, інформаційної) підтримки обмежує експорт з України машинобудівної галузі. Незадовільний рівень захисту прав інтелектуальної власності та вкрай низька оплата праці наукових працівників перешкоджають розширенню експорту науково-технічних послуг.

Невідповідність національного правового режиму міжнародним критеріям захисту прав інтелектуальної власності обмежує можливість участі України в крупних міжнародних проектах. Залишаються слабкими інститути банківської і страхової системи. Нерозвинутими є механізми надання гарантій та страхування експортних поставок, що підвищує ризики зовнішньої економічної діяльності.

Наявні позитивні чинники впливу самі по собі не забезпечать бажаних темпів нарощування експорту, а тим більше – якісних змін в експорті машинобудівної галузі України.

Важливим завданням зовнішньої економічної політики України має стати посилення дії позитивних чинників впливу, які охоплюють: розширення "точок економічного зростання", підвищення ефективності регулювання зовнішньої економічної діяльності на основі використання набутого досвіду та якісної професійної підготовки; гармонізацію національної нормативно-правової бази з міжнародним правом; послідовну лібералізацію зовнішньої економічної діяльності; активізацію переговорного процесу щодо співробітництва України з міжнародними інтеграційними об'єднаннями; проведення наступальної експортної політики, в т.ч. із застосуванням дипломатичних і політичних важелів.

Таким чином, основними напрямками удосконалення зовнішньо-економічної діяльності є підвищення конкурентоздатності продукції шляхом поліпшення її якості, розвиток стандартизації і сертифікації, а також вивчення і дотримання всіх правових норм міжнародного співробітництва.

Література

1. Скорнякова І. Обробна промисловість – основа експортного потенціалу України / І. Скорнякова // Економіст. – 2006. – № 3. – С. 32-35.

РОЛЬ ІНФОРМАЦІЙНОЇ СИСТЕМИ В ПІДВИЩЕННІ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Використовуючи інформаційну систему для підвищення конкурентоспроможності підприємства, слід зазначити, що промислове підприємство – складна система, яка представляє сукупність різних функціональних підсистем, взаємозв'язок яких забезпечує створення конкурентоздатного продукту [1, с.29]. Використання автоматизованої інформаційної системи забезпечення управлінських рішень призводить до покращання результатів функціонування підсистем підприємства, що підвищує конкурентоспроможність підприємства (табл.).

Таблиця

Результативність використання автоматизованої інформаційної системи у функціональних підсистемах підприємства

Функціональні підсистеми підприємства	Результативність використання автоматизованої інформаційної системи
Планування та прогнозування	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення точності планування та прогнозування; - скорочення витрат часу на технічну обробку даних; - вживання економіко-математичних моделей при формуванні прогнозів; - підвищення швидкості підготовки звітів; - підвищення оперативності при коректуванні планів.
Маркетинг	<ul style="list-style-type: none"> - пошук нових ринкових ніш; - можливість ідентифікації споживачів виробів; - створення нових можливостей по отриманню і розповсюдженню інформації; - більш ефективна взаємодія із замовниками (наочність, швидкість передачі повідомлень); - підвищується здатність гнучко реагувати на попит та оперативно задовольняти нові бажання споживачів - розширення властивостей продукції і сфери її можливого вживання.
Підготовка виробництва	<ul style="list-style-type: none"> - скорочення часу на проектування і виробництво; - скорочення числа конструкторських помилок; - підвищення рівня опрацювання виробів; - формування єдиної бази конструкторської і технологічної документації.
Виробництво	<ul style="list-style-type: none"> - підвищення надійності виробів; - скорочення витрат праці і засобів на приймання, обробку і виконання замовлень; - підвищення продуктивності праці; - підвищення якості товарів і послуг.

Матеріально-технічні ресурси	<ul style="list-style-type: none"> - встановлення довгострокових контактів і підтримка відносин з постачальниками; - раціоналізація матеріально-технічного постачання; - зниження рівня запасів; - формування єдиної бази технологічного обладнання та інструменту.
Збут	<ul style="list-style-type: none"> - підтримка продажів; - формування "досьє" на споживача з урахуванням індивідуальних особливостей замовника; - надання споживачам унікальних послуг; - формування єдиної клієнтської бази.
Управління персоналом	<ul style="list-style-type: none"> - скорочення кількості рівнів управління; - вивільнення працівників середньої ланки управління та скасування низки функцій; - звільнення працівників від рутинної роботи за рахунок її автоматизації; - вивільнення часу для інтелектуальної діяльності; - отримання раціональних варіантів рішення управлінських задач за рахунок впровадження математичних методів і інтелектуальних систем; - створення сучасної організаційної структури; - підвищення організаційної гнучкості; - економія часу; - підвищення кваліфікації і професійної письменності управлінців; - підвищення ефективності внутрішньофірмової координації; - вдосконалення структури потоків інформації і системи документообігу у фірмі; - раціоналізація організації переробки інформації.
Економіка і фінанси	<ul style="list-style-type: none"> - зниження адміністративних витрат; - зменшення витрат на виробництво і реалізацію продукції і послуг.

Використання автоматизованих інформаційних технологій забезпечує випуск конкурентоздатної продукції. Звичайно, самі інформаційні технології не є джерелом конкурентних переваг на промисловому підприємстві, але завдяки їх вживанню зростає якість всіх виробничих процесів. В результаті автоматизації виробничих процесів по функціональних підсистемах підприємства ми можемо констатувати, що вживання автоматизованих інформаційних технологій в інформаційній системі підприємства призводить до підвищення якості і скорочення витрат на виробництво продукції на всіх стадіях виробничого процесу, що, в свою чергу, призводить до зростання конкурентоспроможності підприємства.

Література

1. Лодон Дж., Лодон К. Управление информационными системами. 7-е изд. / Пер. с англ. под ред. Д.Р. Трутнева. – СПб. : Питер, 2005. – 912 с.

ЕКОЛОГІЧНО ЧИСТА ПРОДУКЦІЯ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В умовах глобалізації зростає вплив екологічних процесів на економіку України, що призводить до зростання конкуренції, посилення вимог до якості та безпеки продукції. Забезпечення відповідної якості продукції міжнародному рівню, збереження конкурентоспроможності на зовнішньому ринку вітчизняним підприємствам необхідно залучення додаткових ресурсів. Підприємства консервної промисловості безпосередньо зіштовхуються з проблемою якості сировини та готової продукції, тому питання контролю якості та безпеки є актуальною проблемою сучасного підприємства. У сучасних умовах господарювання зростає роль інноваційного розвитку. Інновації є тим єдиним шляхом, який дозволить забезпечити сталий розвиток підприємств.

Харчування – один із найважливіших факторів зв'язку людини з зовнішнім середовищем. Забезпечення безпеки продовольчої сировини та харчових продуктів – основний напрям, що визначає здоров'я населення та збереження його генофонду. З продуктами харчування в організм людини надходить 40 – 50 % шкідливих речовин, з водою 20 – 40 % [1]. В даний час у сільському господарстві використовують сотні різних пестицидів хімічного і біологічного походження, які потрапляють у продовольчу сировину, і як слід у продукти харчування. Збільшення кількості продовольства призвело до падіння його якості. Кажучи про безпеку продуктів харчування, необхідно в першу чергу вирішити питання щодо виробництва екологічно чистої сировини, цю проблему треба вирішувати як на державному так і на регіональному рівні. Необхідно докорінно змінити підхід щодо сертифікації сільськогосподарської продукції. Ситуація з харчовою безпекою залишається критичною. В Україні із 12000 підприємств харчової галузі лише 120 (1 %) впровадили систему харчової безпеки. Експерти пояснюють це тим, що статистика за отруєннями їжею і за якістю продукції відсутня [2]. У зв'язку з цим гостро постає питання впровадження реінжинірингу бізнес-процесів не тільки на підприємствах харчової та переробної галузі, але необхідно створити центри сертифікації фермерських господарств на базі прийнятих у світовому екологічному сільському господарстві правил і процедур.

Література

1. Никитин В. А. Особенности систем менеджмента качества инжиниринговых фирм, соответствующих Международным стандартам ISO сер. 9000: 2000. // Промышленные АСУ и контроллеры. – 2003. – № 5. – С.5-8.
2. Міністерство агропромислової політики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.minagro.kiev.ua/user>

МІКРОФАКТОРИ ЕКОНОМІЧНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ КОРПОРАЦІЯМИ В ТЕЛЕКОМУНІКАЦІЙНІЙ ГАЛУЗІ

Фактор є рушійною силою, що впливає на виробничо-господарську діяльність організації і забезпечує певний рівень отриманих результатів [1, с.35]. Це явище, умова, чинник і робота, які впливають на поточну (операційну) діяльність кого, чи чого-небудь. До групи мікрочинників ефективності управління корпораціями у телекомунікаційній галузі доповідач пропонує відносити:

а) так звані Вр-чинники – це біологічно-фізіологічні умови розвитку працівників і персоналу підприємств, властиві для мікрорівня національної суспільної господарської системи країни, що діяли, впливають або будуть мати вплив на економічну ефективність управління АТ в телекомунікаційній сфері. Сюди відносяться збуджуваність і моторика працівника, його окремі хімічні, фізіологічні, фізичні й біологічні параметри, моральний, психічний та загальний стан здоров'я працівників, його відповідність задекларованим нормативам і нормам, професійна придатність персоналу підприємств й інше.

б) так звані Fe-чинники – це інформаційні і технічні події, властиві для мікрорівня національної суспільної господарської системи країни, що діяли, впливають чи будуть мати вплив на економічну ефективність управління корпораціями в телекомунікаційній галузі. Сюди відносяться забезпеченість підприємств комп'ютерною технікою, технологіями і системами, розгалуженість й розвиненість інформаційних мереж, стан та поширеність їхнього застосування у процесах виробництва продукції тощо.

в) так звані Isr-фактори – це фінансово-економічні події, властиві для мікрорівня національної суспільної господарської системи країни, що діяли, впливають або будуть мати вплив на економічну ефективність управління АТ в телекомунікаційній сфері. Сюди відносимо структуру і стан статутного й позичкового капіталів підприємств, їхню дебіторську та кредиторську заборгованість, ліквідність, фінансову стійкість, ділову активність, прибутковість та рентабельність, конкурентоспроможність і інвестиційну привабливість, розміри реінвестованого прибутку, фондів й інше.

Таким чином, групування факторів і група мікрочинників економічної ефективності управління корпораціями у телекомунікаційній галузі, які наводяться в доповіді, є досить умовними. Їх умовність обумовлюється тим, що кожен фактор і кожна група чинників економічної ефективності управління АТ в телекомунікаційній галузі є особливими за своїми характеристиками й характеристиками.

Література

1. Кузьмін О. Є. Основи менеджменту : підруч. [для студ. вищ. навч. закл.] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник. – К. : Академвидав, 2003. – 416 с.

МІСЦЕ ПЕРСОНАЛУ В ВИЗНАЧЕННІ ПОНЯТТЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасній науковій економічній літературі приділено достатньо уваги визначенню поняття конкурентоспроможності та конкурентоспроможності підприємства.

У якості об'єктів конкурентоспроможності Р.А. Фатхутдинов, наприклад, у своїх працях розглядає нормативні акти, науково-методичні документи, проектно-конструкторську документацію, технологію, виробництво, продукцію (виконувану послугу), яка виготовляється, робітника, фахівця, менеджера, цінні папери, інфраструктуру (зовнішню середу), інформацію, фірму (організацію, заклад) [1, с.67-68].

Однак, на думку М. Портера [2, с.55-57], П.С. Зав'ялова [3, с.210], Е.А. Волкової, Е.В. Калінікової [4] не існує універсального визначення поняття конкурентоспроможності для всіх суб'єктів і об'єктів. Вони пропонують досліджувати та формувати визначення поняття конкурентоспроможності для кожного окремого об'єкту з урахуванням відповідної його специфіки.

Проведене нами дослідження наукових праць як вітчизняних, так і закордонних науковців, підтвердило відсутність єдиного визначення, зокрема, і поняття конкурентоспроможності підприємства. Дослідження показало, що більшість науковців визначає конкурентоспроможності підприємства через конкурентоспроможність продукції цього підприємства. Однак, на нашу думку не менш важливою складовою, яка визначає рівень конкурентоспроможності підприємства, є його персонал та рівень його використання.

Науковці у своїх дослідження виділяють чотири підходи до визначення конкурентоспроможності підприємства: компаративний, ресурсний, сполучення компаративного та ресурсного підходів та системний [5, с.23].

Та тільки Е.А. Волкова та Е.В. Калінікова, досліджуючи поняття конкурентоспроможності підприємства на основі ресурсного підходу, яке характеризує ефективність використання ресурсів, які має підприємство, дійшли висновку, що «ключовим ресурсом підприємства є робоча сила. ... Від людей, від їх інтелекту, здібностей, кваліфікації, досвіду роботи та мотивації до праці залежить ефективність використання всіх видів ресурсів підприємства (матеріальних, організаційних, фінансових, інформаційних та ін.)» [4]. Ми згодні з цією думкою.

На їх погляд, «на основі розробок, які існують, можна встановити, що конкурентоспроможності підприємства представляє собою здатність ведення ефективної господарської діяльності в умовах зовнішньої середовища, яка змінюється, шляхом раціонального використання наявних ресурсів, серед яких пріоритетним виступає робоча сила».

О.А. Журан в своєму дослідженні у складі факторів конкурентоспроможності економіки країни визначила трудові ресурси [6, с.6].

Таким чином, ми дійшли висновку, що на основі проведеного нами дослідження можна визначити конкурентоспроможності підприємства як здатність підприємства протидіяти на ринку підприємствам-конкурентам шляхом ефективного використання наявних у підприємства ресурсів, серед яких пріоритетним є персонал підприємства, виготовлення та реалізації конкурентоспроможної продукції та отримання прибутку від ведення ефективної господарської діяльності.

Література

1. Фатхутдинов Р. А. Стратегический маркетинг : учебник / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2000. – 640 с.: ил. – (Серия Учебники для вузов).
2. Портер М. Международная конкуренция. Конкурентные преимущества стран / М. Портер: пер. с англ. / Под ред. и с предисл. В. Д. Щетинина. – М. : Международные отношения, 1993. – 896 с.
3. Завьялов П. С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах : учеб. пособ. / П. С. Завьялов. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 496 с. – (Серия «Высшее образование»).
4. Волкова, Е. А., Калиникова Е. В. Повышение конкурентоспособности предприятия на основе совершенствования качества рабочей силы / Е. А. Волкова, Е. В. Калиникова. – Ульяновск : УлГТУ, 2010. – 229 с., с. 25-27. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://venec.ulstu.ru/lib/disk/2010/Volkova.pdf>.
5. Иванов Ю. Б. Конкурентні переваги підприємства: оцінка, формування та розвиток / Ю. Б. Иванов, П. А. Орлов, О. Ю. Иванова ; НАН України, Науково-дослідний центр індустріальних проблем розвитку. – Х. : ІНЖЕК, 2008. – 352 с.
6. Журан О. А. Умови формування характеристик конкурентоспроможності підприємств: Автореф. дис. На здобуття навч. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами / О. А. Журан. – Одес. нац. акад. зв'язку ім. О.С.Попова. – Одеса, 2006. – 20 с. – укр.

ІННОВАЦІЙНА ПОЛІТИКА ЯК ГОЛОВНІШИЙ ЧИННИК КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сьогодні бізнес стає все складнішим, різноплановішим і динамічнішим. Технології, люди, інформація, гроші, система менеджменту міняються набагато швидше ніж раніше, приводячи до створення все більш конкурентних ринків. Підприємства вимушені постійно розробляти і застосовувати інноваційні стратегії, щоб зайняти конкурентну позицію на ринку. Ще в 30-і роки Й. Шумпетер ввів поняття інновації, трактуючи його як зміну з метою впровадження та використання нових видів споживчих товарів, нових виробничих і транспортних засобів, ринків і форм організації в промисловості.

Для забезпечення постійного відновлення продукції й удосконалення виробничих процесів на підприємстві необхідно постійно виявляти існуючі і перспективні проблеми, пов'язані зі зміною життєвого циклу продукції і технології. Це значить, що треба здійснювати пошукову інноваційну діяльність у різних напрямках з виділенням окремих пріоритетних інноваційних проектів.

Інноваційна політика свідчить про відношення керівництва до інноваційної діяльності підприємства, визначає мету, напрямки, функції й організаційні форми. Сучасна інноваційна політика є сукупністю науково-технічних, виробничих, управлінських, фінансових і інших заходів, направлених на виробництво і просування нової або покращеної продукції на ринок збуту. Інновація – це не просто нововведення, це сучасний техніко-економічний процес, який, завдяки використанню нових ідей і винаходів, приводить до створення кращих по своїх якостях виробів, технологій, що допомагає фірмі зайняти певну конкурентну позицію на ринку. Основний сенс інновації – це поліпшення продукції, способів її розподілу і виробництва. У основі інновацій лежать якісно нові ідеї і технології. Необхідно розуміти, що із зростанням НТП збільшуються і видозмінюються потреби, споживач висуває все складніші вимоги до ринку товарів і послуг [1].

Таким чином, інноваційна політика – форма стратегічного управління, яка визначає цілі та умови здійснення інноваційної діяльності підприємства, спрямованої на забезпечення його конкурентоспроможності та оптимальне використання наявного виробничого потенціалу. Розглядаючи конкурентоспроможність підприємства чи галузі, не можна оминати увагою її дуалістичний характер. Адже існує два полюси «привабливості» ринкових пропозицій: за ціною та за якісно-технічними характеристиками продукції. Відповідно, підприємство може бути конкурентоспроможним за ціною, за якісно-технічними характеристиками продукції та одночасно і за ціною і за якісно-технічними характеристиками продукції. Дуалістичний характер конкурентоспроможності підприємства знайшов своє відображення і розвиток в

теорії конкуренції М. Сторпера. На його думку, для підтримки конкуренції на високому рівні необхідно виробляти не тільки продукти, які б коштували дешевше, ніж продукти фірм-конкурентів, але і продукти, які б відрізнялися більшою інноваційністю характеристик. Виходячи з цього, конкуренцію він розділяє на два типи [2]: 1) сильна конкуренція між якісно-конкурентними фірмами («strong competition» between «quality-competitive» firms); 2) слабка конкуренція між цінно-конкурентними фірмами («weak competition» between «price-competitive» firms). М. Сторпер робить важливий висновок, що прибутки у випадку, коли підприємство якісно-конкурентоспроможне є набагато вищі за прибутки ціново-конкурентного підприємства [2, с.19]. На сучасному етапі, як справедливо зауважує Л. Антонюк, все більшої ваги у світовій конкурентоспроможності набувають нецінові фактори, з яких найважливішого значення має якість товару, його новизна, наукомісткість та інтелектомісткість виробів [3, с.14]. Важливо відзначити, якщо підприємство забезпечує привабливість своїх ринкових пропозицій виключно за ціною, то часовий горизонт такої конкурентоспроможності є досить коротким.

Для того щоб фірма перемогла в конкурентній боротьбі треба підвищувати продуктивність праці, знижувати собівартість за рахунок нових передових технологій, матеріалів, устаткування, поліпшення кваліфікації працівників. У сукупності це робить ціни привабливішими, товари і послуги – конкурентоспроможнішими, а, зрештою, досягається вищий прибуток для підприємства, що досягло бажаного стану: висока якість продукції і невисокі ціни на неї. У результаті виграє споживач.

Таким чином, завдання інноваційної політики – це задоволення потреб споживача. Для підприємства важливо заздалегідь передбачати інноваційні можливості, комплексно управляти всім інноваційним циклом, що забезпечує його конкурентоспроможність і довгострокову ефективність.

Забезпечення стійкого розвитку підприємства вимагає від його керівництва постійно звертати увагу на підтримку високого рівня конкурентоспроможності на ринку. Досягти цього у сучасних умовах все важче самотійними зусиллями, оскільки світова економіка стає все глобалізованішою. Враховуючи потенціал розвитку економіки України, важливо створити умови для активізації інноваційної діяльності.

Література

1. Голодова О.А. Маркетинговое обеспечение конкурентоспособности промышленных предприятий в условиях интеграционного взаимодействия. – Волгоград: ВГУ, 2007. – 25 с.
2. Storper M. The Regional World: Territorial Development in Global Economy / M. Storper. N.Y.; Guilford Press, 1997. – 338 p.
3. Антонюк Л. Л. Конкурентоспроможність національної економіки в умовах глобалізації : Автореф. дис... д-ра екон. наук: 08.05.01 / Київський національний економічний ун-т. – К., 2004. – 32с.

ЗАХОДИ ПІДТРИМКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВИНОРОБНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ УЧАСТІ УКРАЇНИ В СОТ

Виноробна галузь України в усі часи була важливою складовою АПК країни. Промислове виноградарство в Україні розвинене в Автономній Республіці Крим, Одеській, Миколаївській, Херсонській, Запорізькій і Закарпатській областях. Найбільшу питому вагу за площами виноградників в Україні має Одеська область – 39,8 %, Крим – 39,1 %, Миколаївська область – 7,5 %, Херсонська – 6,6 %, Закарпатська – 4,9 %. Виноробна галузь України має велике значення в соціальному та економічному розвитку регіонів [1, с.311].

У вітчизняній виноробній галузі за минулі роки нагромадилося безліч проблем, в результаті чого українські вина втратили конкурентоспроможність навіть на традиційних ринках на пострадянському просторі. Сьогодні важко знайти українське вино в Грузії, у Вірменії, в Казахстані.

Українські вина традиційно поставляються лише на ринок Росії. На її частку в 2010 р. припадало 91,9 % експорту тихих та 66,8 % ігристих вин. Обсяги експорту коньяку в Росію й Білорусію склали 86,7 % від загального обсягу експорту цього виду продукції [2, с.18]. Грузія та Вірменія самі виробляють досить багато оригінальних вин, якими насичують власний ринок. Що стосується інших республік, то для розширення географії експорту необхідна широка популяризація вітчизняних високоякісних вин.

Виробництво вин має свої специфічні риси: повна залежність виробництва вина від якості та кількості зібраного винограду; виготовлення високоякісних марочних вин, шампанського за класичною технологією потребує багато часу, що іноді налічує роки та уповільнює обертання коштів; необхідність використання спеціальної тари для розливу вина та особливих місткостей для зберігання, перевезення та витримки виноматеріалів. Все це перелічене потребує значних інвестицій [3, с.35].

Проте, нещодавно інтеграція України до СОТ та незбалансована державна політика у цій сфері вивили низку проблем, які дозволяють констатувати неспроможність вітчизняних виноробних підприємств ефективно працювати у жорсткому конкурентному середовищі. Іноземні виноробні підприємства, що все більше виходять на український ринок, є технологічно сильнішими та більш конкурентоспроможними. Однак, оцінюючи стан і тенденції розвитку виноробних підприємств, слід зазначити, що в країні є можливості для відродження та подальшого розвитку виноробної галузі.

За таких умов проведений аналіз визначив необхідність основних практичних заходів по підтримці конкурентоспроможності виноробної галузі в умовах участі України в СОТ:

1. За сортовим складом насаджень структура виноградників знаходиться в нестабільному стані: з 90,2 тис. га виноградників на кінець 2010 року, лише 73,4 тис. га плодоносні і 47 % перебувають у віці 5-15 років. При цьому близько 49,7 тис. га займають старі і сильно зріджені насадження, які потребують зміни [1, с.313]. З метою забезпечення виноробної галузі якісною сировиною необхідно проводити реструктуризацію сортового складу винограду за допомогою науково обґрунтованої системи розміщення виноградних насаджень з урахуванням агрокліматичних факторів і біологічних особливостей сорту.

2. Впровадження ресурсозберігаючих технологій, що забезпечують високу врожайність плантацій, необхідну якість сировини. Якісна сировина є запорукою випуску високоякісних і рентабельних вин, які здатні гідно конкурувати на внутрішньому і зовнішньому ринках виноробної продукції.

3. Сертифікація вітчизняного виноградного розсадництва, яка необхідна для організації єдиного центру сертифікації сортів і садивного матеріалу винограду за участю державних структур на основі реалізації сучасних наукових методів з прив'язкою центру до наукових організацій.

4. Інтенсифікація боротьби зі шкідниками і хворобами виноградників, що впливає на розвиток біологічного та біодинамічного виноградарства. Попит на таку продукцію у світі зростає.

5. Необхідність підтримки малих підприємств (наприклад, 10-100 га) зі своїм виробництвом. Всі кращі вина світу – саме з таких господарств. Їм легше і швидше підвищити якість виноробної продукції. Як правило, такі господарства управляються самими власниками, які особисто зацікавлені в якості та конкурентоспроможності своєї виноробної продукції.

Крупним виноробним підприємствам доведеться рівнятися на малі підприємства і повільно підвищувати якість своєї виноробної продукції. Для розвитку малих господарств необхідно: 1) знизити вартість алкогольної ліцензії; 2) компенсувати витрати на проектування і будівництво цехів з переробки; 3) компенсувати витрати на купівлю обладнання; 4) спростити процедуру отримання земель для будівництва виноробних цехів; 5) надати пільги на підключення до комунікацій та ін.

Вищезазначені практичні заходи у довгостроковій перспективі призведуть до підвищення рівня конкурентоспроможності вітчизняної виноробної галузі.

Література

1. Статистичний щорічник України за 2010 рік. – К. : Август Трейд, 2011. – 560 с.
2. Лобовко В. Рынок вина 2010 : экспорт стабилен, импорт растёт // ВиноГрад. – 2010. – № 9. – С. 18-22.
3. Павлова О. С. Актуальні проблеми розвитку виноградарства та виноробства // Економіка харчової промисловості. – 2009 – № 4 – С.35-39.

КЛАСИФІКАЦІЯ ФАКТОРІВ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Створення конкурентного середовища та організація взаємодії економічних суб'єктів виступають умовами становлення і розвитку ринкової економіки та подальшого просування на ринок товарів та послуг. Конкурентоспроможність – це властивість об'єкта, що характеризується ступенем реального чи потенційного задоволення ним конкретної потреби в порівнянні з аналогічними об'єктами, представленими на даному ринку [1].

Наукові основи класифікації факторів конкурентоспроможності підприємств (далі КСП) були закладені такими авторами, як Р. Фатхутдінов, А. Олів'є, Н. Ліфіц, М. Портер, А. Ніколаєв, Н. Яшин, А. Костин, О. Філатов тощо [2-5]. Проте слід зазначити, що питання теорії і практики щодо КСП та класифікації факторів ще недостатньо вивчені й вимагають поглибленого дослідження. Факторами конкурентоспроможності підприємства є ті або інші причини (обставини), що частково впливають на рівень і характер КСП, або ж повністю визначають його.

А. Ніколаєв [2] та Н. Яшина [5] пропонують класифікувати фактори КСП на внутрішні і зовнішні. До внутрішніх факторів Н. Яшин відносить потенційні можливості самого підприємства: фінансово-економічний, виробничо-технологічний, науково-технічний, маркетинговий, кадровий потенціал, ефективність виробничого контролю і реклами, рівень матеріально-технічного забезпечення, рівень сервісного й гарантійного обслуговування, рівень підготовки та розробки виробничих процесів. А до зовнішніх факторів, по-перше, заходи державного економічного й адміністративного впливу на виробника, по-друге, основні характеристики ринку діяльності підприємства (його тип, місткість, наявність і можливості конкурентів, забезпеченість, склад і структура трудових ресурсів). По-третє, діяльність суспільних і недержавних інститутів, політичних партій, рухів, блоків.

А. Костін фактори конкурентоспроможності підприємства ділить на: зовнішні і внутрішні; контрольовані і неконтрольовані; керовані та некеровані [6]. Зовнішні – це економічні фактори навколишнього середовища, які виявляються у сферах виробництва, обігу і споживання. Внутрішні – це фактори самого підприємства, що впливають на ринок. Керовані – це ті фактори, на які підприємство впливає і може контролювати. До некерованих відносяться ті фактори, на які в підприємства відсутні засоби і способи впливу. Можна відзначити, що зовнішні фактори зазвичай є некерованими і неконтрольованими. Внутрішні – найчастіше контрольовані і керовані.

Н. Ліфіц при визначенні КСП виділяє фактори, які впливають на забезпечення необхідної якості і рівня ціни продукції, доповнюючи їх факторами макроекономічними. До першої групи автор відносить фактори виро-

бничі (сировина, конструкція, рецептура, технологія), збутові (умови транспортування, зберігання), сервісні (допомога у виборі товару тощо), а до другої: економічну політику держави, стан нормативно-технічної бази, фінансової системи, зовнішньоекономічну стратегію країни, її науково-технічний потенціал, рівень розвитку інформаційних технологій, вартість ресурсів, географічне, політичне і економічне становище країни, продуктивність праці, витрати виробництва [7]. О. Філатов виділяє інтегральні і специфічні фактори. До інтегральних факторів він зарахував інноваційні, інвестиційні, фінансові, соціальні й економічні. До групи специфічних факторів, характерних для зовнішнього середовища підприємства, на його думку, відносяться законодавчі, правові, транспортні, а для внутрішнього середовища – нормативні, науково-технічні та виробничі [8].

Відсутність загальної теорії, що забезпечувала б встановлення складових елементів, обґрунтовувала послідовність формування конкурентоспроможності підприємства та систематизувалися фактори, що визначають її рівень, ускладнює можливість формування та використання ефективного механізму управління конкурентоспроможністю та зменшує шанси підприємств на досягнення та підтримку необхідного рівня конкурентних переваг. У зв'язку з цим виникає потреба у здійсненні системного та комплексного підходу до визначення факторів конкурентоспроможності підприємств.

Література

1. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление / Р. А. Фатхутдинов. – М. : ИНФРА-М, 2000. – 312 с.
2. Николаев А. Ю. Механизм управления конкурентоспособностью предприятия как основа его экономического развития : дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / А. Ю. Николаев. – М., 2003. – 170 с.
3. Оливье А. Академия рынка: Маркетинг /А. Оливье, А. Дайан, Р. Урсе ; [пер. с франц. А. Дайан и др.]. – М. : Экономика, 1993. – 512 с.
4. Портер М. Международная конкуренция / М. Портер ; [пер. с англ. под ред. В. Д. Щетинина]. – М. : Междунар. отношения, 1993.
5. Яшин Н. С. Исследование конкурентоспособности промышленного предприятия : Методология и опыт : дис. д-ра экон. наук : 08.00.05 / Н. С. Яшин. – Саратов, 1997. – 273 с.
6. Костин А. В. Конкурентоспособность и ее формирование в переходной экономике : дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / А. В. Костин. – Казань, 2003. – 145 с.
7. Лифиц Н. М. Теория и практика оценки конкурентоспособности товаров и услуг. / Н. М. Лифиц. – М. : Юрайт. – М., 2001. – 224 с.
8. Филатов О. К. Проблема повышения уровня конкурентоспособности продукции предприятий / О. К. Филатов // Пищевая промышленность. – 1999. – № 3. – С. 30.

НАПРЯМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ ОЛІЙНО-ЖИРОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

В умовах глобалізації економіки та інтеграції України у світове торгівельне співтовариство, питання підвищення якості та конкурентоспроможності олійно-жирової продукції стають все більш актуальними. Адже українським виробникам, які є найбільшими світовими виробниками та експортерами олійно-жирової продукції, щоб утримувати ці позиції, необхідно мати можливість конкурувати як за якістю продукції так і за ціною. Тому необхідно постійне вдосконалення і оптимізація виробничих процесів для підвищення ефективності виробництва та зниження собівартості готової продукції. Олійно-жирова галузь України займає провідне місце в структурі харчової промисловості. Галузь являє собою потужний промисловий комплекс, що забезпечує своєю продукцією не тільки український, але й зарубіжні ринки, зберігаючи при цьому істотний експортний потенціал. Частка олійно-жирової продукції в структурі експорту продукції АПК України – 30 %, частка олійно-жирової продукції в структурі експорту продукції харчової промисловості – близько 50 %.

Завдяки протекціоністській державній політиці, що направлена на обмеження експорту насіння соняшнику та максимальне перероблення всередині країни, за відносно короткий період олійно-жировий комплекс України значно відновив і збільшив свій виробничий потенціал. У переробні потужності соняшнику надходить багато інвестицій. Так, потужності по переробці насіння соняшника в 2011 р. склали 10,3 млн. тон.

Україна є найбільшим виробником соняшникової олії в світі, її частка у світовому виробництві в 2011 р. складає 23 %, а частка експорту складає 51 %. За обсягами експорту соняшникової олії галузь вийшла на перше місце в світі і поставляє її до 90 країн. З України в основному експортується нерафінована олія на протязі 2010/11 МР, експорт нерафінованої олії склав 2653,0 тис. тон, а виробництво при цьому склало 2950,2 тис. тон. Основними покупцями нерафінованої соняшникової олії стали Індія (717,31 тис. тон), Турція (308,55 тис. тон), Єгипет (212,55 тис. тон), на частку яких доводиться 50 % загального експортованого із України обсягу [3, с.16].

Зараз на вітчизняних підприємствах докладається багато зусиль для нарощування експорту олії рафінованої, маргарину та майонезу. Для цього заводи обладнано сучасним обладнанням. Але через те, що в країнах ЄС, Турції та Близького Сходу побудовані заводи, які очищують українську соняшникову олії, саме тому темпи зростання експорту української рафінованої соняшникової олії та продукції з високим ступенем обробки дуже низькі. Так, виробництво рафінованої соняшникової олії у 2010/11 МР

склало 567,6 тис. тон, а експорт при цьому склав всього 191, 2 тис. тон (чи 33,7 % від виробництва). В 2010/11 МР вироблено 358,8 тис. тон маргарину, а експортовано 72,0 тис. тон. Експорт майонезу в 2010/11 МР складає всього 6 % (9,5 тис. тон) від виробництва (163,7 тис. тон). Найбільшими імпортерами рафінованої олії, маргарину та майонезу є країни СНГ (Білорусь, Узбекистан, Грузія).

Однією з важливих проблем підприємств олійно-жирового комплексу України є питання якості продукції, оскільки соняшникова олія, що постачається на експорт, повинна відповідати певним загальноосвітнім стандартам і правилам. Діюча система стандартизації в Україні за своєю структурою та влаштуванню принципово відрізняється як від систем стандартизації, прийнятих у міжнародній практиці, так і в ЄС зокрема. Необхідна гармонізація цих документів у тій частині, яка допускається чинним в Україні законодавством. Все це вимагає розробку та впровадження відповідних документів в законодавчій базі [2, с.30].

Діяльність підприємств олійно-жирової галузі містить певну екологічну загрозу. По-перше, це виснаження ґрунтів на яких, на жаль, з порушенням фіто-санітарних норм вирощується соняшник. По-друге, аналіз небезпечних відходів, що утворюються, на підприємствах олійно-жирової промисловості, акумуляція значної кількості таких відходів може спричинити негативний вплив на довкілля та працюючих на цьому виробництві робітників [1, с.7].

Таким чином, для забезпечення конкурентоспроможності продукції олійно-жирових підприємств необхідно: - освоювати прогресивні технології, підвищувати кваліфікацію персоналу, а також потрібно посилювати контроль над якістю та безпекою продукції, розробляти стандарти та норми які б відповідали міжнародним; - спрямовувати наукові розробки на створення маловідходних технологій переробки олійної сировини, що дасть змогу підвищити економічну ефективність виробництва та збільшити випуск олійно-жирової продукції; - поступово скорочувати частку нерафінованої олії в структурі експорту та сприяти розширенню асортименту експортованої олійно-жирової продукції з високим ступенем обробки; - розробити та впровадити державні санітарно-технічні норми із зберігання та використання відходів промисловості.

Література

1. Ємцев В. Сучасний стан конкурентоспроможності підприємств олійно-жирової галузі / В. Ємцев // Продовольча індустрія АПК. – 2011. – № 4. – С. 4-7.
2. Развитие масложировой отрасли Украины : бег с препятствиями // Масложировой комплекс. – 2011. – № 1. – С. 28-31.
3. Экономические показатели работы предприятий масложирового комплекса Украины в 2010/11 МГ // Масложировой комплекс. – 2011. – № 4. – С. 14-17.

ПРОБЛЕМИ КОНКУРЕНТНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ КАБЕЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Кабельно-провідникову продукцію (КПП) в Україні виготовляють понад 30 різних підприємств. Умовно їх можна розділити на дві групи – заводи, створені в роки планової економіки, і підприємства, сформовані в перші роки незалежності України. В даний час український ринок пропонує широкий вибір КПП – від проводів для підключення побутової техніки до монтажу зовнішніх і внутрішніх силових та інших мереж.

Складнощами на ринку КПП можна назвати низьку рентабельність і нестабільність цін на сировину, вихід на український ринковий простір імпоротної дешевої і низькоякісної продукції. Якщо раніше така продукція в основному надходила з Китаю та Туреччини, то зараз і в Україні з'явилися свої «лжевиробники». Компанії, які прагнуть заробити грошей пошвидко, допускають численні порушення технології виробництва заради зниження собівартості готової продукції, що призводять до скорочення строку служби кабелю або проводу. Також невирішеними і чекають з року в рік свого рішення залишаються проблеми реалізації КПП, яка не відповідає нормативним вимогам. Такі невідповідності, наприклад, як нестача міді в кабелі, викликана банальним бажанням недобросовісного виробника заощадити на виробництві та отримати максимальну вигоду.

В даний час, для сумлінного українського виробника на ринку кабельної продукції існує дві основні проблеми: - неякісна дешева продукція місцевого виробництва (без технічної документації), яка не гарантує споживачеві безпеки і довговічності в експлуатації; - відсутність мит і квот в Україні на імпорту кабельну продукцію, що забезпечує її дешевизну і не регламентує якість. Тому що кабель, який увозиться нелегально, найчастіше є низькосортним, але займає істотну частку українського ринку.

Експерти стверджують, що зарубіжні компанії розглядають Україну як перспективний ринок збуту свого товару і всіляко прагнуть збільшити об'єми поставок. Звичайно ж, це жодним чином не сприяє розвитку українських кабельників. В Україну ввозять сучасну високотехнологічну продукцію (потужні силові, коаксіальні, самонесучі кабелі), яку наші виробники не випускають або випускають ще недостатньо (кабелі з ізоляцією зі зшитого поліетилену, кабелі для комп'ютерних мереж, кабельного телебачення, гнучкі кабелі в гумовій ізоляції), а експортують в основному традиційні товари. Частка українських виробників на ринку високотехнологічних видів продукції поки що невисока.

Асортимент КПП постійно розширюється за рахунок нової високотехнологічної продукції, у той же час традиційна продукція з ринку не витісняється, а зберігає свої позиції. Сегмент високотехнологічної продукції за-

йняли зарубіжні виробники без особливого опору з боку українських підприємств. Європейська КПП перевершує вітчизняну як за якістю, так і за ціною, але, не дивлячись на це, має стабільний попит у споживача.

Галузь має проблеми, які можуть бути вирішені лише на державному рівні. Головна з них – це відсутність власної сировини. В Україні немає промислових запасів міді. Ще одна проблема – «сірий» імпорт кабелю з Росії і країн Східної Європи, що створює на ринку ефект недобросовісної конкуренції і проблему контролю якості. За порівняльною оцінкою регіони, де в основному розміщені кабельні заводи, відносяться до ядра промислового розвитку країни. Рівень інноваційного потенціалу (кадри, матеріально-технічне оснащення, фінансове забезпечення, інформаційне забезпечення, організаційно-управлінська структура) дуже високий. Тобто, є основа для розвитку високотехнологічного виробництва. З іншого боку, інноваційна активність кабельних підприємств залишається низькою. Профільний Науково-дослідний інститут кабельної промисловості у м. Бердянську в основному виживає за рахунок виробництва власної продукції. У висококонкурентній і зрілій кабельній галузі ціна кабелю визначається ціною використаних матеріалів. Виробництво КПП само по собі не вимагає великої різноманітності сировини (використовуються ізоляційні матеріали, а також алюмінієва або мідна катанка). Зростання ціни міді та алюмінію пропорційно відбивається на зростанні ціни кінцевої продукції. Україна не здійснює промислового видобутку мідної руди. Мідь та сировина для кінцевого виробництва міді та продукції з неї ввозиться в Україну з країн СНД, переважно Росії та Казахстану (близько 70 % необхідної сировини). Ряд хімічних матеріалів в Україні не виробляється. З використанням імпортованих полімерів ціна кабелю піднімається, як мінімум, на 25 %.

Несприятливим фактором розвитку галузі є відсутність в Україні виробників обладнання для КПП світового класу. Виробники сучасного обладнання – закордоні, зокрема MAG (Австрія), Nokia, NEXTRON (Фінляндія), PROTON (Великобританія), SKET (ФРН), Caballe, Rosental, Coilpac, Nextrom, Swisscab (Швейцарія), Troester (Німеччина). Робочі взаємини, як правило, обмежуються закупівлею обладнання.

Умовою виживання українських підприємств-виробників КПП є орієнтація на високотехнологічне виробництво та впровадження передових наукових досягнень. Як зазначають експерти, шанс на довгостроковий розвиток в машинобудуванні мають лише високотехнологічні виробництва, якими володіють крупні приватні корпорації. Але в галузі 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 оперативною швидкістю і в необхідних масштабах.

НАУКОВО-МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО КЛАСИФІКАЦІЇ МЕТОДІВ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ГОТЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Конкурентоспроможність виступає найважливішим чинником забезпечення безпеки об'єкта (його виживання в умовах фінансово-економічної кризи і зниження попиту) і його подальшого ефективного розвитку.

Для виживання в конкурентній боротьбі та досягнення поставлених цілей необхідно вибрати оптимальний метод оцінки конкурентоспроможності підприємства на ринку, постійно досліджувати та аналізувати внутрішнє та зовнішнє середовище, вдосконалювати процес управління конкурентоспроможністю підприємства.

Аналіз існуючих у сучасній літературі джерел свідчить про відсутність єдиного підходу до оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств. Також немає єдиної класифікації існуючих методів цієї оцінки. Систематизація даних методів дозволить створити необхідні умови для отримання достовірної оцінки та розробки певних заходів для підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Багато вчених не виділяють певну класифікацію, а тільки наводять характеристики методів оцінки конкурентоспроможності, які можна застосувати для готельних підприємств [1-4].

А. Кухарук [5] відмічає, що методи оцінки конкурентоспроможності можна класифікувати за двома ознаками:

- за ступенем охоплення аспектів функціонування підприємства (спеціальні та комплексні);
- за формою вираження результату оцінки (матричні, індексні та графічні).

Кількість виявлених класифікаційних ознак не є вичерпною. На сучасному етапі розвитку економічної науки не представляється можливим класифікувати усі методи оцінки конкурентоспроможності у їх різноманітті. Поглиблення аналізу методів може призвести до виявлення безлічі чинників, які визначають конкурентоспроможність, а отже, класифікація методів може суттєво збільшитися. Надмірне збільшення класифікаційних ознак призведе до відмітної складності при користуванні даною класифікацією.

Таким чином, метою даного дослідження методологічних аспектів оцінки конкурентоспроможності є класифікація за окремими ознаками груп методів, які є важливими і необхідними. На основі результатів аналізу наукових досліджень пропонуємо свою систему класифікації методів оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств (див. табл.).

Таким чином, структурування методів оцінки конкурентоспроможності повинно сприяти вибору того чи іншого методу не тільки з позиції переваг ме-

тоду, але й з позиції порівняння з іншими методами і доцільності його застосування для вирішення даної конкретної задачі.

Таблиця

Класифікація методів оцінки конкурентоспроможності готельних підприємств

№ п/п	Класифікаційна ознака	Групи методів оцінки конкурентоспроможності
1	За видами показників	– диференційовані; – комплексні; – змішані
2	За способом здійснення оцінювання	– графічні; – математичні; – матричні; – аналітико-прогностичні
3	За джерелами використання інформації	– маркетингові; – експертні; – документальні
4	За об'єктом дослідження	– методи, засновані на оцінці продукції підприємства; – методи, засновані на аналізі діяльності підприємства; – методи, засновані на аналізі порівняльних переваг підприємств конкурентів; – комплексні методи

Література

1. Гаврилюк С. П. Конкурентоспроможність підприємств у сфері туристичного бізнесу: навч. посіб / С. П. Гаврилюк. – К. : Київ. нац.торг. – екон. Ун-т, 2006. – 180 с.
2. Леонт'єва Ю. Ю., Рудакова К. А. Дослідження можливості використання існуючих методів оцінки конкурентоспроможності для готельних підприємств // Ю. Ю. Леонт'єва, К. А. Рудакова // Науково-технічний збірник, Комунальне господарство міст, Серія: Економічні науки, № 102. – Х. : "Техніка", 2012, С. 499-503.
3. Азоев Г. Л., Челенков А. П. Конкурентные преимущества фирмы. – М. : ОАО «Типография “Новости”», 2000. – 255 с
4. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью организации. Учебник. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : Изд-во Эксмо, 2005. – 544 с.
5. Кухарук А. Д. Класифікація та аналіз методів оцінки конкурентоспроможності промислових підприємств / А. Д. Кухарук // Проблеми системного підходу в економіці : електронне наукове видання. – № 1. – 2011. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/e-journals/PSPE/2011_1

СПЕЦИФИКА УЧЕТА ВЕСОМОСТИ ФАКТОРНОГО ПОКАЗАТЕЛЯ ПРИ ОПРЕДЕЛЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ

Как сложная экономическая категории, конкурентоспособность многие свои особенности позаимствовала от качества продукции. В квалиметрии существует несколько конструктивно разных методов определения коэффициента весомости. Все существующие на практике методы оценки весомости свойств продукции можно разделить на две больших группы: аналитические методы и экспертные методы. Из аналитических методов оценки наиболее распространены следующие три метода [1, с.61]: метод стоимостных регрессионных зависимостей; метод предельных и номинальных значений; метод эквивалентных соотношений.

Метод стоимостных регрессионных зависимостей (стоимостной метод). Метод стоимостных регрессионных зависимостей основан на предположении, что свойство изделия, которое требует для своего получения больших затрат (в денежном выражении), должно иметь большую весомость. Устанавливаемая пропорциональность стоимостей определяет соотношение весомости для всех показателей свойств изделия. Данный метод применяют при выполнении следующих основных условий: 1) стоимостная зависимость определяется для продукции, у которой цена отвечает необходимым затратам на ее создание и эксплуатацию (это условие считается выполненным для продукции, которая производится продолжительное время и пользуется стойким спросом, т.е. не является ни остродефицитной, ни «неходовой»); 2) число показателей качества, которые входят в стоимостную зависимость, существенным образом меньше числа вариантов продукции, по которым построена стоимостная зависимость.

Этот метод будет требовать некоторой модификации в случае применения его для определения коэффициентов весомости факторов конкурентоспособности продукции, так как в состав конкурентоспособности входят показатели дестимуляторы (такие как цена товара), т.е. чем меньше значения такого показателя, тем лучше. Кроме того для данного метода нужна информация по затратам на производство большого количества товаров-конкурентов, которая на сегодняшний день является закрытой.

Метод предельных и номинальных значений (вероятностный метод). Этот метод используется в тех случаях, когда есть довольно большое количество модификаций рассмотренной продукции, что позволяет использовать аппарат математической статистики. Основу метода представляет предположение, что важность свойства характеризуется степенью приближения номинального (среднего) значения показателя качества к его предельному значению. При этом из всех свойств изделия стремятся приблизить к предельному значению наиболее важные, определяющие свойства. Поэтому на основе статистической

обработки показателей качества изделий одного назначения можно получить значение показателей весомости отдельных свойств продукции. Достоинство этого метода заключается в возможности оценивать большую выборку продукции. Недостаток метода – то, что метод может использоваться при наличии предельных значений этих показателей.

Метод эквивалентных соотношений при определении коэффициентов весомости показателей качества продукции применяется в том случае, когда есть возможность обосновать, какому относительному изменению объема производства эквивалентно относительное изменение показателя качества (при условии сохранения объема прибыли). Или, необходимо знать, на сколько процентов можно уменьшить объем производства при изменении показателя качества на 1 процент, при сохранении объема прибыли. Недостатками метода является то, что его нельзя использовать для определения коэффициентов весомости показателей качества продукции, не связанных непосредственно с эффективностью ее использования (эстетичных, эргономичных и др.), которые имеют значение при определении конкурентоспособности продукции.

Более информативным и соответствующим современным требованиям производителей в условиях конкурентной борьбы является экспертный метод, основанный на усреднении оценок весомости, которые даются экспертами. К экспертными методами определения коэффициента весомости относят: метод рангов и метод непосредственной оценки.

По методу рангов эксперт осуществляет упорядочение исследуемых объектов в зависимости от их относительной значимости (преимуществу). При этом наиболее преобладающему объекту присваивается ранг 1, а наименее преобладающему – последний ранг, равный по абсолютной величине числу упорядоченных объектов. Таким образом, этот метод разрешает определить место исследуемого объекта среди других объектов. Достоинством метода рангов является его простота. Недостатками – невозможность с достаточной точностью ранжировать объекты, количество которых превышает 15–20, а также не дает представление об удаленности объектов друг от друга.

Методом непосредственной оценки является упорядочение исследуемых объектов в зависимости от их важности путем приписывания баллов каждому из них (например, при отборе параметров для составления параметрической модели). При этом наиболее важному объекту приписывается (дается оценка) наибольшее количество баллов по принятой шкале.

Литература

1. Федюкин В. К. Методы оценки и управления качеством промышленной продукции / В. К. Федюкин, В. Д. Дурнев, В. Г. Лебедев. – М. : Филинь, Рилантю. – 2001. – 328 с.

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА СХЕМА ОЦІНКИ СКЛАДОВИХ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Процеси інтеграції та проникнення на вітчизняний ринок продукції іноземних молокопереробних підприємств, що активно посилилось в останні роки, призвели до посилення конкуренції на ринку молокопродуктів між його учасниками. Забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних молокопереробних підприємств це об'єктивна проблема, що закономірно виникає в цих умовах. Її вирішення пов'язане із рівнем економічної та організаційної ефективності діяльності заводів. Отже оцінка організаційно-економічних складових є актуальним питанням для забезпечення конкурентоспроможності молокопереробних підприємств.

Праці багатьох зарубіжних та вітчизняних вчених присвячені дослідженню окремих складових конкурентоспроможності. Серед них Б.В. Буркинський, М.І. Комков, А.В. Лазарєв, Н.В. Гришко, Р.М. Тихонова, І.П. Отенко та багато інших.

Однак в цих працях не має єдиного підходу до оцінки усіх організаційно-економічних складових конкурентоспроможності підприємства у сукупності. Таким чином, на основі проведених досліджень, ми пропонуємо структурно-логічну схему оцінки складових, засновану на методах багатовимірного аналізу, яка включає наступні етапи:

1. Визначення статистичної сукупності спостережень, тобто підприємств-конкурентів для яких безпосередньо пропонується провести розрахунки;
2. Розрахунок організаційно-економічних показників, що характеризують діяльність підприємства та його конкурентоспроможність. В рамках цього етапу пропонується об'єднати всі складові у дві великі групи: організаційні та економічні, в рамках кожної виділити найвагоміші чинники та показники їх оцінки, і, відповідно, провести розрахунки;
3. Визначення рівня життєздатності досліджуваних підприємств, з метою виявлення лідерів та аутсайдерів на молочному ринку. Необхідність цього етапу пов'язана з тим, що останні роки більшість підприємств, зокрема молочної галузі зіштовхнулися з проблемами технологічної відсталості виробництв, низьким рівнем продуктивності праці, відсутністю нововведень та модифікацій, нестачею коштів. Порушення виробничо-

господарських, економічних і фінансових зв'язків у взаємовідносинах із споживачами та постачальниками ще більше загострило проблему виживання молокопереробних підприємств в сучасних умовах господарювання. У зв'язку з низькою або відсутньою перспективністю, нездатністю більшості виробництв самотійно увійти в стихійно організований ринок та вести гідну економічну боротьбу ми вважаємо необхідним для керівництва фірм проводити розрахунки та володіти інформацією щодо рівня життєздатності підприємств, як однієї з найважливіших складових, що забезпечують конкурентоспроможність. Оцінка рівня життєздатності підприємств та ранжирування їх за цим показником пропонується проводити за допомогою метода оцінки латентних показників, використовуючи метрики відстані та схожості. Таким чином, вся вибірка розділиться на три групи: підприємства-лідери, підприємства-середняки та підприємства-аутсайтери;

4. Виділення із всієї сукупності організаційно-економічних складових тих, що найістотніше впливають на конкурентоспроможність підприємства та, таким чином, є найважливішими для розрахунку на підприємствах при прийнятті стратегічних рішень. Проведення цього етапу стає можливим при використанні методу кореляційно-регресійного аналізу;
5. Розроблення рекомендацій та заходів для підприємств-аутсайдерів за рівнем життєздатності, пов'язаних із посиленням складових, виявлених на попередньому етапі, з метою забезпечення та підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств молокопереробної галузі. Пропонується не тільки розробити рекомендації, але й провести розрахунки, щодо виявлення резервів окремих складових, та зміни конкурентоспроможності підприємства в залежності від використання тих чи інших резервів.

Запропонований нами алгоритм є трудомістким, проте він надає можливість розрахунку всіх обраних показників, використовуючи відкриті дані підприємств. Разом з тим, він дозволяє оцінити не тільки конкурентоспроможність за окремими показниками, але й, по-перше, оцінити життєздатність підприємства, тобто його здатність до існування та наявність у підприємства можливостей для підтримання певного рівня господарської діяльності з метою уникнення збитковості; по-друге, даний алгоритм дозволяє не тільки в цілому оцінити конкурентоспроможність, але і стан окремих її складових, ступінь залежності між ними та цільовою функцією, власне конкурентоспроможністю підприємства.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗАСТОСУВАННЯ АУТСОРСИНГУ ПІДПРИЄМСТВАМИ МОРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Загальноекономічні проблеми та специфічні особливості ведення бізнесу в морській галузі формують несприятливе середовище для становлення та розвитку невеликих підприємств морського транспорту, внаслідок чого лише незначна їх частина виявляються життєздатними та характеризуються відносно стабільними показниками діяльності. Однак, навіть вони змушені шукати шляхи та розробляти заходи з підвищення власної стійкості. Попередні дослідження стану невеликого бізнесу галузі морського транспорту дали можливість стверджувати, що одним з шляхів ефективного розвитку та підвищення рівня конкурентоспроможності даних підприємств є взаємодія з представниками великого бізнесу, що може бути реалізовано на основі різних організаційно-економічних форм. З-поміж усіх відомих більш перспективною, враховуючи стан невеликого бізнесу та тенденції розвитку галузі, є аутсорсинг. Оскільки саме його характеристики та можливості задовольняють умовам функціонування невеликих підприємств морського транспорту та здатні вирішити проблеми, які перешкоджають становленню та розвитку даних підприємств, що, в свою чергу, сприятиме суттєвому покращенню результатів їх діяльності.

Розглядаючи можливість переходу на аутсорсинг, керівництво підприємства повинно прийняти обґрунтоване рішення, зважаючи на комплекс умов, факторів та власних можливостей. В основі формування даного рішення лежить збалансування потенційних вигод та ризиків. Вигода як мотивуючий елемент застосування даної форми взаємодії ґрунтується на її перевагах, тобто кожна перевага є, в певному розумінні, вигодою та спонукальним мотивом. Застосування аутсорсингу передбачає реалізацію наступних переваг: оптимізація організації, зменшення витрат, доступ до новітніх технологій, надійність виконання задач, розподіл відповідальності, обслуговування на вищому кваліфікаційному рівні, підвищення конкурентоспроможності та інше. Дана форма також має свої недоліки, що виражається у наявності перехідного періоду, втраті контролю над певними процесами, доступ до конфіденційної інформації сторонніх осіб, встановлення тісних взаємовідносин та інше.

Таким чином, перехід на аутсорсинг є важливим стратегічним рішенням, що здатне змінити на краще ситуацію, що утворилась в секторі невеликого бізнесу морської галузі. Для цього важливим є детальне дослідження та аналіз переваг та недоліків даної форми взаємодії та побудова на їх основі ефективної моделі взаємодії.

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ШЛЯХОМ ВЗАЄМОДІЇ З ОРГАНАМИ ВЛАДИ (НА ПРИКЛАДІ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Для підтримки своєї конкурентоспроможності, кожне підприємство постійно відстежує і намагається негайно реагувати на зміни в економічному середовищі. В тій економічній ситуації, що склалася в Україні, аналіз конкурентоспроможності підприємства є необхідністю, яка ставить за мету комплексно характеризувати наявні, формувати та в повному обсязі використовувати новостворені конкурентні переваги [1, с.134].

На конкурентоспроможність промислового підприємства впливають фактори конкурентоспроможності – економічні, політичні та інші процеси, явища, закономірності. Вони безпосередньо впливають на збільшення або зменшення конкурентоспроможності підприємства.

Фактори конкурентоспроможності промислових підприємств мають безліч походжень. Вони розділяються на групи, за ознаками кожену групу слід розглядати окремо. Загальноприйнятої класифікації факторів конкурентоспроможності промислових підприємств сьогодні не існує, проте у будь якій класифікації система державного регулювання виступає безпосереднім фактором конкурентоспроможності.

Промислова і конкурентна політика держави мають за мету забезпечення стійкого економічного зростання, максимізацію суспільної корисності [2, с.22].

Від регулювання ринкових відносин, ефективності дії антимонопольного законодавства, формування конкурентної політики взагалі залежить процес формування з боку держави середовища, в якому здійснюють економічну діяльність промислові підприємства усіх форм власності.

Сьогодні Одеська область максимально вживає заходів для забезпечення розвитку промисловості.

Розпорядженням голови Одеської обласної державної адміністрації від 14 жовтня 2011 р., № 938 /А-2011 створено перелік промислових підприємств регіону, діяльність яких має стратегічне значення для економіки області та які формують економічний потенціал області. Відповідно до розпорядження для входження до зазначеного переліку підприємства повинні відповідати ряду умов, а саме середня заробітна плата повинна становити не менше 2 мінімальних заробітних плат в Україні, середньомісячний обсяг реалізованої продукції (робіт, послуг) – не менше 1,0 млн. грн. До зазначеного переліку увійшло 21 промислове підприємство харчової, легкої, хімічної та машинобудівної галузей промисловості області.

Відповідно до зазначеного розпорядження доручено структурним підрозділам обласної державної адміністрації та рекомендовано територіальним під-

розділам центральних органів виконавчої влади відповідно до вимог законодавства надавати сприяння розвитку підприємств, їхній поточній операційній діяльності, реалізації програм розвитку, зокрема, їх інвестиційній діяльності [3].

В подальшому розпорядженнями голови облдержадміністрації від 6 березня 2012 р. та від 13 червня 2012 р. перелік стратегічних підприємств розширено до 24 та до 28 підприємств відповідно [4].

Тобто, сьогодні в Одеській області існує перелік підприємств, розвитку, поточній операційній та інвестиційній діяльності яких надається сприяння структурними підрозділами обласної державної адміністрації, територіальним підрозділами центральних органів виконавчої влади відповідно до вимог законодавства. Владою створено сприятливі умови для розвитку зазначених підприємств та підвищення їх конкурентоспроможності в обмін на дотримання ряду вимог, у тому числі соціального характеру. В обмін на це підприємствам, відповідно до чинного законодавства, надається сприяння при взаємодії з органами податкової, митної, екологічної служб, інших контролюючих органів. Це яскравий приклад успішної взаємодії влади з бізнесом.

Наявність підприємства у зазначеному переліку є одним з факторів його конкурентоспроможності, який забезпечує значно кращі умови ведення господарської діяльності.

Сьогодні 28 підприємств Одеської області мають свою конкурентну перевагу, яка відсутня у інших. Це один із факторів конкурентоспроможності зазначених підприємств. Відповідно до груп факторів конкурентоспроможності промислових підприємств, сформованих нами у роботі [5, с.112], зазначений фактор відноситься до груп: «По відношенню до середовища підприємства» – зовнішній, «За сферою дії» – нормативно-правові чинники, «За природою виникнення» – штучно створений, «За напрямом дії» – прямої дії.

Література

1. Радулов Д. Д. Проблеми визначення поняття конкурентоздатності підприємства / Д. Д. Радулов // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2010. – № 40. – С. 134-139.
2. Б. В. Буркинський, В. М. Лисюк. Стратегія розвитку промислового комплексу регіону (орієнтири, ресурси, обмеження): [монографія] / Б. В. Буркинський, В. М. Лисюк. – Інститут проблем ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України – Одеса, 2008. – 321 с.
3. Каталог промислових підприємств Одеської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://odessaprom.org>.
4. Офіційний сайт Головного управління економіки Одеської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://gue.odessa.gov.ua>.
5. Радулов Д. Д. Фактори конкурентоздатності підприємств / Д. Д. Радулов // Науковий вісник. – 2011. – № 6 (131). – С. 103-114.

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ

Залучення корпорацій у процес модернізації промисловості є важливою умовою формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі, без якої процеси адаптації до ринків інших країн практично нереальні.

Конкурентоспроможність потенціалу підприємства переробної галузі забезпечується за умов нових технологій. Проте, у технологічній частині капітальних вкладень в переробну галузь домінує 3-й технологічний уклад. Такі тенденції є надзвичайно загрозливими для виробництва бетону на підприємствах, в яких домінуватиме саме цей технологічний уклад.

В межах економічних реформ необхідною стає системна модернізація підприємства виробництва бетону щодо поліпшення конкурентоспроможності його потенціалу. Якісним результатом системної модернізації підприємства виробництва бетону стає реальне скорочення економічного та соціального розривів між Україною та країнами з розвиненою ринковою економікою.

Особливе місце в організації корпоративного управління займає оцінка конкурентоспроможності потенціалу підприємства, що на засадах системного підходу, по-перше, характеризується зовнішнім оточенням та внутрішньою структурою, а по-друге, необхідна для обґрунтування вибору суб'єктів інвестиційної діяльності.

За умов трансформаційних змін економіки стають необхідними системні дослідження факторів формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства з виробництва бетону, зокрема методичного інструментарію їх оцінки.

Методологія оцінки факторів конкурентоспроможності підприємства ґрунтовно розроблена в науковій літературі. Зокрема, на основі системних принципів побудована система видів конкурентоспроможності потенціалу підприємства на конкурентному ринку [1, с.284]. Узагальнення теоретичного досвіду дало змогу зробити висновок, що оцінка конкурентоспроможності потенціалу є відносно самостійним напрямом дослідження факторів з метою економічного розвитку потенціалу підприємства в умовах корпоративного управління.

Концепція оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства з виробництва бетону побудована на загальних засадах методології системного підходу на основі аналізу основних факторів і тенденцій розвитку переробної галузі.

Формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства переробної галузі визначають різноманітні фактори. Їх класифікацію представлено на рис.

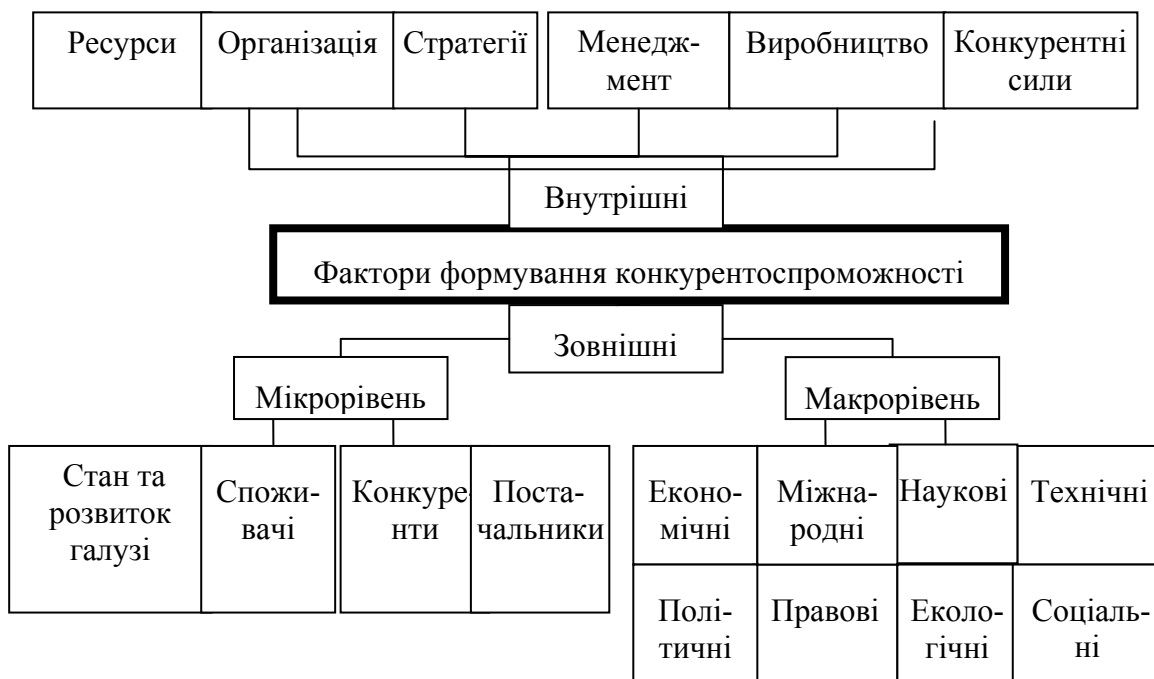


Рис. Класифікація факторів формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства

Фактори формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства з виробництва бетону враховують особливості організації корпоративного управління в умовах глобального ринку.

Теоретичні та прикладні результати дослідження факторів формування конкурентоспроможності потенціалу підприємства з виробництва бетону в переробній галузі опубліковано в наукових виданнях на прикладі Компанії з іноземними інвестиціями «Дікергофф» (Україна) [2, с.284].

Література

1. Салавеліс Д. Є. Удосконалення оцінки конкурентоспроможності потенціалу підприємства // Вісник Хмельницького національного університету. – Вип. 2, том 2. – Хмельницький : ХНУ, 2011 – 310 с.
2. Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень: Монографія // За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2010. – 389 с.

Кошельок Г.В.

к.е.н., доцент,

Белік Д.О.

студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

АУТСОРСИНГ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах господарювання підприємство повинно володіти високою гнучкістю, високими темпами інноваційної діяльності, ефективно використовувати наявні ресурси та потенціал підприємства. Зміна управління та використання нових методів і засобів менеджменту, що направлені на посилення конкурентоспроможності, стає базою для стратегії розвитку підприємства. Одним із найважливіших інструментів підвищення конкурентоспроможності підприємства є аутсорсинг [1, с.213].

Проблемі аутсорсингу присвячено багато наукових робіт. Проте більшість з цих робіт носять не теоретичний і прикладний характер, а – інформаційний. Також ряд дослідників розглядають лише певні аспекти аутсорсингу або окреслюють його дуже стисло. Тому проблема аутсорсингу потребує комплексного теоретичного розгляду [3, с.47].

У сучасному менеджменті під аутсорсингом розуміють виконання окремих функцій (виробничих, сервісних, інформаційних, фінансових, управлінських і ін.) або бізнес-процесів (організаційних, фінансово-економічних, виробничо-технологічних, маркетингових) зовнішньою організацією, що має в своєму розпорядженні необхідні для цього ресурси, на основі довгострокової угоди. Це зручно для обох сторін, оскільки кожна з них може зосередити власні ресурси на розвитку конкурентних переваг і перспективних напрямів діяльності [3, с. 47].

Аутсорсинг є стратегією управління підприємством, а не просто як вид партнерських відносин, оскільки передбачає певну реструктуризацію внутрішньо корпоративних процесів та зовнішніх відносин компанії [1, с.213].

Мета аутсорсингу полягає у зниженні собівартості виробництва продукції та одночасного підвищення її якості за рахунок концентрації на основних функціях; підвищення гнучкості підприємства; зниженні невиробничих витрат. Тобто аутсорсинг має безпосередній вплив на конкурентоспроможність підприємства [1, с.214].

Проте незважаючи на високу ефективність аутсорсингу, він є достатньо ризикованим способом ведення бізнесу через те, що пов'язаний з радикальними змінами у системі господарювання підприємства [2, с.181-182]. При використанні аутсорсингу підприємство зустрічається із: ризиками втрати комерційної таємниці, підвищення залежності від аутсорсерів, виникненням конфліктної ситуації та опору персоналу через впровадження аутсорсингу [1, с.215].

Аутсорсинг є явищем широко розповсюдженим за кордоном. Результати досліджень науковців засвідчують, що сьогодні 54 % від загальної суми витрат зарубіжних компаній на закупівлю ресурсів становлять витрати на оплату аутсорсингових послуг. Однак в Україні, як інструмент управління підприємством, він не набув достатнього розвитку. Основними перешкодами для розвитку аутсорсингу в Україні є відсутність нормативної бази, яка б регулювала аутсорсингові відносини; недостатня підтримка держави; складність контролю за діяльністю аутсорсера та непередбачуваність його економічного стану; недостатньо розвинута ринкова інфраструктура [2, с.178].

Незважаючи на ряд перешкод для розвитку аутсорсингу в Україні, існують і певні переваги, що роблять нашу країну привабливою для здійснення аутсорсингових операцій, зокрема із залученням іноземних компаній, а саме: велика кількість незайнятих кваліфікованих кадрів; нижча оплата праці, ніж в європейських країнах і в США; достатньо високий рівень володіння іноземними мовами [2, с.179-180].

Головною перешкодою для розвитку аутсорсингу в Україні є ненадійність партнерських відносин, оскільки аутсорсинг можливий тільки за умови великої прозорості та надійності партнерських відносин. Також дуже важливою в сучасних умовах є державна підтримка розвитку аутсорсингу. Зокрема, можна навести приклад Індії й Ірландії, що стали лідерами ринку аутсорсингу у світі за рахунок державної підтримки та державних програм розвитку. Основними з цих заходів були: лібералізація зовнішньої торгівлі; побудова технопарків; створення спеціальної профільної комісії з питань розвитку ІТ-сфери. Особливу увагу треба приділити ІТ-аутсорсингу, оскільки Україна має великий міжнародний потенціал в його розвитку [2, с.178-179].

Отже, аутсорсинг має великий потенціал розвитку в Україні та є важливим резервом підвищення конкурентоспроможності для українських підприємств. Тому комплексні теоретичні дослідження проблеми аутсорсингу та проблем його розвитку в Україні є дуже актуальними. Також детального вивчення потребують ризики аутсорсингової діяльності, що дасть змогу визначити основні шляхи та методи регулювання їхнього впливу на діяльність підприємства [2, с. 181-182].

Література

1. Куцин Є. М. Теоретичні та прикладні аспекти аутсорсингу // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 1 – С. 213-217.
2. Дідух О. В. Сутність аутсорсингу та перспективи його застосування в Україні // Економічний простір. – 2011. – № 54 – С. 173-182.
3. Грозний І. С. Використання аутсорсингу в процесі досягнення конкурентних переваг промисловим підприємством // Економічний вісник Національного гірничого університету. – 2009. – № 1. – С. 47-51.

Литвинов А.С.

к.э.н., доцент,

Бусарева А.Г.

студент

Одесский национальный экономический университет (Украина)

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ПРОДУКЦИИ ЗА СЧЕТ УЛУЧШЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ТРУДА

Одним из важнейших показателей деятельности предприятия является качество продукции. Повышение качества продукции дает возможность предприятию увеличить объем реализации и соответственно прибыли, снизить риск банкротства, обеспечить стабильное финансовое положение предприятия, а также поднять конкурентоспособность предприятия.

Качество – это совокупность свойств продукции, обуславливающих ее пригодность удовлетворять определенные потребности в соответствии с ее назначением. Совпадение этих свойств, характеристик товара и требований потребителя, при котором соблюдаются интересы производителя и потребителя, означающее полное соответствие товара условиям рынка, называется его конкурентоспособностью [1, с.584].

Качество продукции характеризуется следующей системой показателей:

1) единичные показатели (показатели предназначения, надежности, стандартизации и унификации, эргономические показатели, экологические показатели, эстетические показатели, экономические показатели); 2) комплексные показатели (стандартная продукция, нестандартная, брак, сорт, марка, класс); 3) обобщающие показатели это показатели, характеризующие качество продукции по всем его составляющим, в общем.

Существуют различные пути решения проблемы повышения качества и конкурентоспособности, по своему содержанию их можно объединить в три взаимосвязанные группы: технические – усилия, направленные на повышение технического уровня производства; организационные – усилия, направленные на улучшение организации производственной деятельности; социально-культурные – усилия, направленные на повышение заинтересованности и культуры труда работников [2]. Среди организационных путей повышения качества продукции можно выделить обеспечение работников подробными инструкциями о работе; всестороннее обучение работников; разработка средств для проверки и оценки результатов действий работников и др.

Литература

1. Экономика предприятия: Учебник / Под ред. проф. Н. А. Сафронова. – М. : «Юрист», 1998. – 584 с.

2. Теслюк Н. П. Стратегії підприємства по досягненню конкурентних переваг // Економіка, Фінанси, Право. – 2005. – № 11.

Літвінов О.С.

к.е.н., доцент,

Гриценко Є.В.

студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Важливим показником діяльності підприємства є якість продукції. Проблема підвищення якості в даний час є однією з найбільш важливих, актуальних і водночас складних. Вона є стратегічною, оскільки питання забезпечення якості в умовах ринкової економіки є запорукою того, що підприємство не припинить своє існування. Багато підприємств стали використовувати програми загального управління якістю, підвищуючи якість товару, що призводить до отримання прибутків. Проте процес поліпшення якості необхідний не тільки для отримання прибутку окремими суб'єктами господарювання, але і суспільству в цілому. Це обумовлено тим, що якість є найважливішим чинником підвищення рівня життя населення, економічної, соціальної і екологічної безпеки держави [1].

В економічній літературі велика увага приділяється розгляду проблем управління якістю. Вагомий внесок у дослідження зазначених питань внесли такі вчені, як Новицький М.І., Хачатуров А.Є., Шаповал М.І. та ін. Тому важливо узагальнити та доповнити основні положення теорії і практики управління якістю продукції [2, с.162].

Якість продукції – це поняття, що характеризує її властивості й можливість відповідати вимогам споживача. Якість як економічна категорія відбиває сукупність властивостей продукції, що зумовлюють міру її придатності задовольняти потреби людини відповідно до свого призначення.

Підвищення рівня конкурентоспроможності підприємства тісно взаємопов'язане з якістю продукції, що виготовляється, тому необхідно створювати ефективну систему з управління якістю, під якою слід розуміти адміністративну діяльність, котра складається з чотирьох етапів: встановлення вимог до якості, оцінка відповідності продукції цим вимогам, прийняття заходів при невідповідності цим вимогам, подальше підвищення вимог до якості.

Діяльність з якості поширюється на всю структуру організації, має багатогранний характер, і полягає, по-перше, в чіткому розподілі функцій і задач між існуючими підрозділами та працівниками, а, по-друге, в створенні спеціального координуючого органу – відділу управління якістю.

Контроль якості суттєво впливає як на створення конструкції високого технічного рівня, так і на високоякісне виготовлення і обслуговування продукції в сфері експлуатації. Тому контроль якості продукції посилюється на всіх стадіях життєвого циклу продукції, він носить не тільки перевірочний але й аналітичний характер. Такий контроль прийнято називати всебічним. Він

поділяється на чотири стадії: контроль за розробкою нової конструкції, вхідний контроль матеріалів і комплектуючих виробів, контроль якості виготовлення, і контроль якості обслуговування продукції у споживача.

Система всебічного контролю охоплює всю організацію і є організаційною формою розподілу прав і обов'язків між підрозділами та персоналом, пов'язаних із забезпеченням якості, а також дозволяє здійснювати постійний, скоординований контроль за ходом створення і виготовлення продукції [3, с.17].

В системах управління за якістю продукції для підвищення конкурентоспроможності підприємства доцільно запропонувати наступні заходи: 1) передбачати спеціальні випробування і дослідження, які забезпечують виключення причин виникнення дефектів при виготовленні продукції; 2) приділяти значну увагу витратам, пов'язаним зі створенням високоякісної продукції, які складаються з витрат на технічний контроль, на розробку та проведення заходів профілактичного характеру і втрат від браку; 3) використовувати статистичні методи, тобто контрольні карти і таблиці вибіркового контролю, які дозволяють систематизувати і накопичувати інформацію про дефекти продукції, що повторюється і поширювати результати оцінки якості на всю сукупність продукції, використовуючи методи теорії ймовірності як для оцінки надійності, так і для прогнозування змін інших показників якості; 4) використовувати вмонтовані засоби контролю, в яких запрограмовані ті чи інші методи статистичного контролю, які накопичують та обробляють цю інформацію і видають необхідні дані для прийняття рішень; 5) посилити юридичну відповідальність, що призведе до активізації і значного поліпшення діяльності щодо гарантії виробника; 6) використовувати метод складання програм поліпшення якості, що передбачають систематизований перелік всіх необхідних заходів технічного, організаційного або іншого характеру, виконання яких дозволить досягнути встановленого рівня якості.

Отже, на сьогоднішній день в ринковій економіці велику увагу приділяють проблемам якості. Серйозна конкурентна боротьба обумовила у країнах з розвинутою ринковою економікою розробку програм підвищення якості [2, с.162]. Постійне прагнення до покращення якості продукції є одним з найважливіших чинників зростання ефективності виробництва. Підвищення якості зумовлює зростання як конкурентоспроможності продукції, так і підприємства в цілому.

Література

1. Блудова А. А. Проблеми підвищення якості продукції для забезпечення її конкурентоспроможності [Електронний ресурс] / А. А. Блудова. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>
2. Жильченкова В. В. Проблеми підвищення якості продукції на підприємстві // Наукові праці ДонНТУ. Серія: економічна. Випуск 36-1. – Донецьк, ДонНТУ, 2009. – С. 162-166.
3. Методы обеспечения качества продукции // Стандарты и качество. 2000. – № 7. – С. 16-19.

Літвінов О.С.
к.е.н., доцент,
Холостенко В.А.
студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

КРЕАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ ЯК КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА ПІДПРИЄМСТВА

Конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, що виражає відмінності розвитку підприємства від підприємств-конкурентів за ефективністю господарсько-фінансової діяльності. Висока довготермінова конкурентоспроможність зумовлюється набуттям конкурентних переваг на ринку у визначений час [1, с.249]. У сучасному світі, в якому з кожним роком збільшуються обсяги інформації та з'являються все більш потужні й функціональні технології, усе більшої актуальності набуває ефективне управління підприємством як внутрішня конкурентна перевага. При цьому конкурентна перевага значно зростає, якщо окрім традиційних методів управління використовується креативний підхід. Треба враховувати, що для створення дійсно ефективної системи управління підприємством необхідне досягнення “системності”, тобто злагодженості та збалансованості усіх підсистем управління. Організацію потрібно розглядати системно, у єдності взаємопов'язаних та взаємодіючих елементів замкненого ланцюга, розташованих у суворій послідовності та закономірності у просторі та часі [2, с.87]. Тобто в той час, як управління традиційно засновано на раціональних процесах мислення, креативність заснована на ірраціональних (хаотичних) процесах. Таким чином, при управлінні креативністю треба розробляти такі стилі управління, які дозволили б поєднати ці протилежні по структурі процеси [3, с.54]. Цікаво, що якщо раніше креативність розглядалась як властивість особистості, то сьогодні актуальним стає управління колективною творчістю. Креативність персоналу, являючись джерелом розвитку інтелектуального капіталу, дозволяє розробляти інновації, нові засоби просування товару, тобто підвищує ефективність діяльності підприємства, наслідком чого є підвищення його конкурентоспроможності [3, с.54]. Отже, в сучасному бізнес-середовищі підприємство постійно повинне дбати про свою конкурентоспроможність, яка в значній мірі підвищується завдяки креативному управлінню.

Література

1. Лупак Р. Л., Дідич А. М. Економічні основи забезпечення конкурентоспроможності підприємства в умовах ринкових відносин // Науковий вісник НЛТУ України. – 2010. – Вип. 20.6. – С. 248-252.
2. Владыкин А. А., Гершанок Г. А. Снимая ограничения // Креативная экономика. – 2010. – № 8. – С. 87-93.
3. Цыганкова В. Н. Управление невидимыми ресурсами // Креативная экономика. – 2010. – № 9. – С. 54-58.

ІНТЕГРОВАНА ЛОГІСТИКА ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних ринкових умовах господарювання надзвичайно актуальним є пошук нових шляхів конкурентоспроможного управління підприємством. Необхідним для вітчизняних підприємств є обґрунтування та впровадження в практику управління новітніх підходів до оптимізації функціонування економічного механізму. Серед таких підходів чільне місце посідає логістика, яка в Україні має потужний потенціал розвитку.

Перспективи розвитку логістики в Україні можна звести до трьох основних напрямків:

- інтеграція організацій України у світову логістичну мережу;
- впровадження новітніх технологій і обладнання;
- розвиток інтегрованої логістики.

Найбільшою проблемою для України є інтеграція у світову логістичну мережу, оскільки спостерігається відставання у розвитку логістичних технологій порівняно із провідними країнами. Для того, щоб пришвидшити інтеграцію України у світову логістичну мережу, необхідно приблизити рівень розвитку логістичної системи підприємств до світового рівня шляхом впровадження новітніх технологій та обладнання [1, с.102].

Сучасна теорія логістики використовує велику кількість економічних інструментів (приймів, методів, алгоритмів та моделей) під час планування та організації логістичної діяльності підприємства. Але в практичній діяльності українських підприємств застосовується лише невелика частина цих інструментів. Це пояснюється з одного боку тим, що наші підприємства ще недостатньо усвідомили потребу використання інструментів логістики. З іншого боку, йде мова про низьку поінформованість керівників підприємств щодо застосування інструментів логістики.

Великим поштовхом до розвитку може стати застосування елементів електронної комерції в логістичній системі, з використанням мережі Інтернет і завдяки сформуванню паралельного логістичного ланцюга: виробник – сайт – відділ оброблення замовлень – споживач.

Такі нововведення дають змогу збільшити обсяг продажу, забезпечити більш високий рівень обслуговування споживача, зменшити рівень запасів, а також розширювати ринкові сегменти. Також істотним резервом підвищення ефективності логістики на підприємствах є використання системи GPRS у транспортній логістиці.

Інтегрована логістика ґрунтується на використанні «ланцюжка цінностей», орієнтовано на всіх учасників. Ланцюжки цінностей (логістичні ланцюжки) містять п'ять областей ефективності:

- зв'язок з постачальниками;
- зв'язок із споживачами;
- технологічні процеси всередині одного підрозділу;
- логістичні процеси між підрозділами середині підприємства;
- логістичні зв'язки між підприємствами в логістичному ланцюжку.

Інтегрована логістика дозволяє об'єднати зусилля керуючого персоналу промислової фірми, її структурних підрозділів та логістичних партнерів у наскрізному управлінні матеріальними та супутніми потоками у повному логістичному ланцюгу «закупівля – розподіл – продаж». Використовуючи функціональні логістичні можливості, підприємці зможуть досягнути багатьох переваг: зниження витрат виробництва, ефективного управління запасами, якісного обслуговування клієнтів, гнучкого реагування на потреби ринку [1, с.51].

Таким чином, інтегрована логістика підтримує системну стійкість промислової компанії на ринку, узгоджує внутрішньо-фірмові протиріччя між закупівлями, маркетингом, фінансами і продажем та оптимізує між організаційні взаємозв'язки із логістичними посередниками.

Застосування концепції інтегрованої логістики а також впровадження новітніх технологій дозволить логістичній системі України вийти на світовий рівень та забезпечити високу конкурентоспроможність українських підприємств.

Література

1. Гаджинський А. М. Логистика: Учеб. пос. – 5-е изд., перераб. и доп. – М. : Маркетинг, 2004. – 408 с.

Слепухіна І.Д.

економіст

ТОВ НВП «Херсонський машинобудівний завод» (Україна)

ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Становлення конкурентних відносин в економіці незалежної України має своєрідний характер – їх формування відбулося за умов реформування монополізованої одержавленої власності, чіткого законодавчого та нормативного забезпечення. Ці процеси мали й мають свою специфіку, що вплинула на розвиток конкуренції в економічному житті країни [1, с.442].

Надмірна лібералізація вітчизняної зовнішньої торгівлі породила ефект обвального згортання виробництва. Поступово почався занепад підприємств та цілих галузей. Боротьба за споживача на внутрішньому ринку України між іноземними та вітчизняними виробниками продемонструвала практичну нездатність останніх скласти гідну конкуренцію [2, с.30].

Проблеми якості необхідно вирішувати спільно з державою, яка повинна сприяти виробникам своєю політикою технічного регулювання [3, с.13].

Розвиток машинобудування – основа науково-технічного прогресу у всіх галузях народного господарства, значна підтримка конкурентоспроможності країни [4, с.20]. ТОВ НВП «Херсонський машинобудівний завод» засновано у 1887 р. підприємцем Гуревичем і за 125 років підприємство пододало більш десятикратку реорганізацій і структурних перетворень [5, с.27]. Завдання машинобудівного підприємства – випуск комбайнів високотехнологічного рівня, які повинні забезпечити підвищення продуктивності праці, зниження матеріалоємності та енергоємності, сприяти покращенню якості продукції [4, с.20]. Але вітчизняне машинобудування розвивається нерівномірно. Важливим залишається питання, пов'язане з освоєнням нових технологій, підвищення якості продукції, і, звичайно, конкурентоспроможності підприємства взагалі [7, с.149].

Без ефективної сучасної сільгосптехніки на успіх годі й розраховувати. Працювати на випередження – таке гасло херсонських машинобудівників. Одне з найдавніших і, наразі, єдине в Україні підприємство з виробництва зернозбиральних комбайнів – Херсонський машинобудівний завод – постійно працює над удосконаленням своєї діяльності, впроваджує сучасні розробки сільськогосподарської техніки. [6, с.35].

На ТОВ НВП «Херсонський машинобудівний завод» важливу роль має контроль якості продукції. Одночасно ВТК співпрацює з постачальниками сировини та комплектуючих по здійсненню вхідного контролю [5, с.27]. Основними шляхами підвищення якості є: удосконалення технології виробництва машинобудівної продукції і підвищення її економічності; розробка довгострокових програм по запобіганню дефектів; вимоги споживачів та їх оцінки, що вони дають товарам; більш повне залучення постачальників в частині постачання якісних матеріально-технічних ресурсів [8, с.56].

Література

1. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. – Львів : Вид. центр ЛНУ ім. І.Франка, 2001. – 608 с.
2. Бакун А., Газизулин И. Сухой паёк економики // Бизнес.–2004.–№ 12.
3. Комбайн зернозбиральний самохідний «СКІФ – 230А». – ХМЗ. Впевнений крок у майбутнє, 2012. – 11 с.
4. Шарупов О. О. Стан і тенденції розвитку машинобудування // Актуальні проблеми економіки, 2009.
5. Комбайн зерноуборочный самоходный КЗС-9-1 «Славутич». – ХМЗ. Техника для щедрого урожая, 2011.
6. Сандракова О. Херсонський комбайновий завод. Зберемо врожай разом // Техніка і технології АПК. – 2012. – № 7 (34).
7. Синькевич Н. І., Мазуренок О. Р. Роль машинобудівного комплексу в економічному розвитку країни // Актуальні проблеми економіки. – 2011.
8. Фатхутдінов Р. А., Осовська Г. В. Управління конкурентоздатністю організацій : Підручник. – К. : «Кондор», 2009. – 470 с.

Деренько Х.І.

студент,

Літвінов О.С.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ТА ЇЇ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК З КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ПРОДУКЦІЇ

В сучасних умовах глобалізації, якість продукції є важливим показником діяльності промислових підприємств та несе в собі соціальну значимість. Його підвищення – одна з форм конкурентної боротьби, завоювання і утримання позицій на ринку. Високий рівень якості продукції сприяє підвищенню попиту на продукцію і збільшенню суми прибутку за рахунок не тільки обсягу продажів, але і більш високих цін. Постійно зростання потреб споживачів щодо якості продукції та послуг супроводжується необхідністю підвищення як якості так і конкурентоспроможності товарів та послуг на ринку не лише в конкретній країні, але й на світовому ринку.

Подальше освоєння нового для нашої країни економічного середовища відтворення, тобто ринкових відносин, диктує необхідність постійного поліпшення якості з використанням для цього всіх можливостей, всіх досягнень прогресу в області техніки й організації виробництва. Якість – це ступінь, до якого сукупність власних характеристик продукції, процесу або системи задовольняє сформульовані потреби або очікування загальнозрозумілі або обов'язкові. Найбільш повне і всебічне оцінювання якості забезпечується, коли враховані усі властивості аналізованого об'єкта, які виявляються на всіх етапах його життєвого циклу: при виготовленні, транспортуванні, збереженні, застосуванні, ремонті, техобслуговуванні [2].

Основними причинами зниження якості продукції є погана якість сировини, низький рівень технології, організації виробництва і кваліфікація виробників, неритмічність виробництва тощо. Підвищення якості – одна із форм конкурентної боротьби, завоювання і втримання позицій на ринку [3, с.180].

Високий рівень якості продукції сприяє підвищенню попиту на продукцію і збільшенню суми прибутку не лише за рахунок обсягів продажів, а й за рахунок вищих цін. Саме в цих умовах відкритої ринкової економіки немислимої без гострої конкуренції, проявляються фактори, які роблять якість продукції умовою виживання товаровиробників, результативності господарської діяльності, економічного добробуту країни Проблема підвищення якості продукції має кілька аспектів: технологічний, організаційний, економічний, соціальний, юридичний, комерційний, при цьому вирішення економічних питань є першочерговими [3, с.180].

Підвищення якості та конкурентоспроможності продукції:

- впливає на зростання продуктивності суспільної праці; темпи й ефективність науково-технічного прогресу; структуру виробництва та функціональний розподіл потужностей;
- забезпечує ефективне використання основних фондів; економію сировини, матеріалів, палива, енергії; зростання ефективності інвестицій;
- сприяє повнішому задоволенню різноманітного попиту споживачів; виходу підприємств на світовий ринок, збільшенню експорту; формуванню іміджу підприємства як економічного надійного партнера.

Вирішення проблеми підвищення якості продукції на підприємстві – це, насамперед, високий його імідж серед покупців, це вихід не тільки на внутрішній, а й на зовнішній ринок, це основа для одержання максимального прибутку та забезпечення стійкого фінансового становища [3, с.180].

Вдосконалення системи управління якістю, поліпшення якості бізнес-процесів виробничої діяльності, продукції і послуг призводить до зростання кількості споживачів та тривалої тенденції збільшення прибутків. Відтак формування ефективної системи управління якістю на підприємстві позитивно вплине на економічний розвиток і конкурентоспроможність. Впровадження такої системи дозволить підприємству вийти на якісно новий рівень обслуговування споживачів, що повинно позитивно відзначитися на іміджу підприємства, підвищити його прибутковість та створити додаткові конкурентні переваги на зовнішніх та внутрішньому ринках.

Подальше освоєння нового для нашої країни економічного середовища відтворення, тобто ринкових відносин, диктує необхідність постійного поліпшення якості з використанням для цього всіх можливостей, всіх досягнень прогресу в області техніки й організації виробництва. Найбільш повне і всебічне оцінювання якості забезпечується, коли враховані усі властивості аналізованого об'єкта, які виявляються на всіх етапах його життєвого циклу: при виготовленні, транспортуванні, збереженні, застосуванні, ремонті, техобслуговуванні. Політика підприємства повинна бути спрямована на досягнення високої якості. Брак, що є її протилежністю, може виникнути на будь-якій підприємстві. Але в будь-якому випадку витрати на брак також необхідно аналізувати.

Література

1. Богомолва В. А. Оценка конкурентоспособности полиграфических предприятий / В. А. Богомолва, Э. В. Никольская, О. Г. Исаева // Проблемы полиграфии и издательского дела. – 2002. – № 4.
2. Вакуленко А. П. Управління якістю : Навч. метод. посіб. для самост. вивч. дисц. К. КНЕУ, 2004.
3. Різніченко Л. В. Розробка стратегії підвищення якості продукції як гаранту зростання конкурентоспроможності підприємства // Вісник Хмельн. нац. університету. – 2010. – № 1, Т. 2 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.nbu.gov.ua/portal/natural/Vchnu/Ekon/>

2. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Grzybowska B.,

Ph.D

Warmia-Mazury University in Olsztyn (Poland)

INNOVATIVENESS OF POLAND – RESULTS AND LIMITATIONS

In contemporary economic conditions implementation innovation is a necessity. First of all, it results from conditions of global competition, the dynamic changes shaped by technological advances and the scarcity of resources. Willingness and motivation to implement innovative solutions, backed by a real commitment to this activity, influences the level of innovation of companies, regions and countries. It is not the same. Differences arise among others of economic policy and innovation policy and the feedbacks that occur between the elements of the national innovation system [5, p.56]. In the long term innovation policy should focus on scientific capacity building and the creation of linkages between science and the economy.

Poland in international rankings of innovativeness is on distant positions. In a recent report, Innovation Union Scoreboard (from 2012) was among the moderate innovators (Figure). However, took the last place there. The result Summary Innovation Index (0.296) was much lower than the average EU-27 (0.539). European innovation leaders (among EU members) are: Sweden (0.755), Denmark (0.724), Germany (0.700) and Finland (0.691). The least innovative countries: Latvia (0.230), Bulgaria (0.239), Lithuania (0.255) and Romania (0.263).

Polish companies are not yet prepared for the fact that through innovation they can compete with foreign competition [6, p.10]. This is due largely to the low investment in innovation. This in turn is a consequence of the attitude of business to reduce costs and invest in new and innovative solutions which generally require significant financial resources. In addition, the diffusion of innovation in Poland hinders poor cooperation of R&D sector with enterprises. The supply of new solutions to meet the needs of enterprises is low. Firms, in turn, are rarely looking in Polish scientific solutions for their technological or organizational problems. Also the intermediary in the transfer of technology are relatively underdeveloped. Not without significance is the uneven distribution of innovative business support units on territories of the country (concentration mainly in agglomerations and large and medium cities) [3, p.238].

There are many other barriers that inhibit the activity of innovative companies. These are primarily economic factors (high innovation costs, too high interest rates on loans, the lack of its own resources and the limited access to external financing) and the regulations of law. Among the important internal factors is the lack of recognition of the needs of the market and the consequent lack of information on technology [1, p.53; 4, p.29].

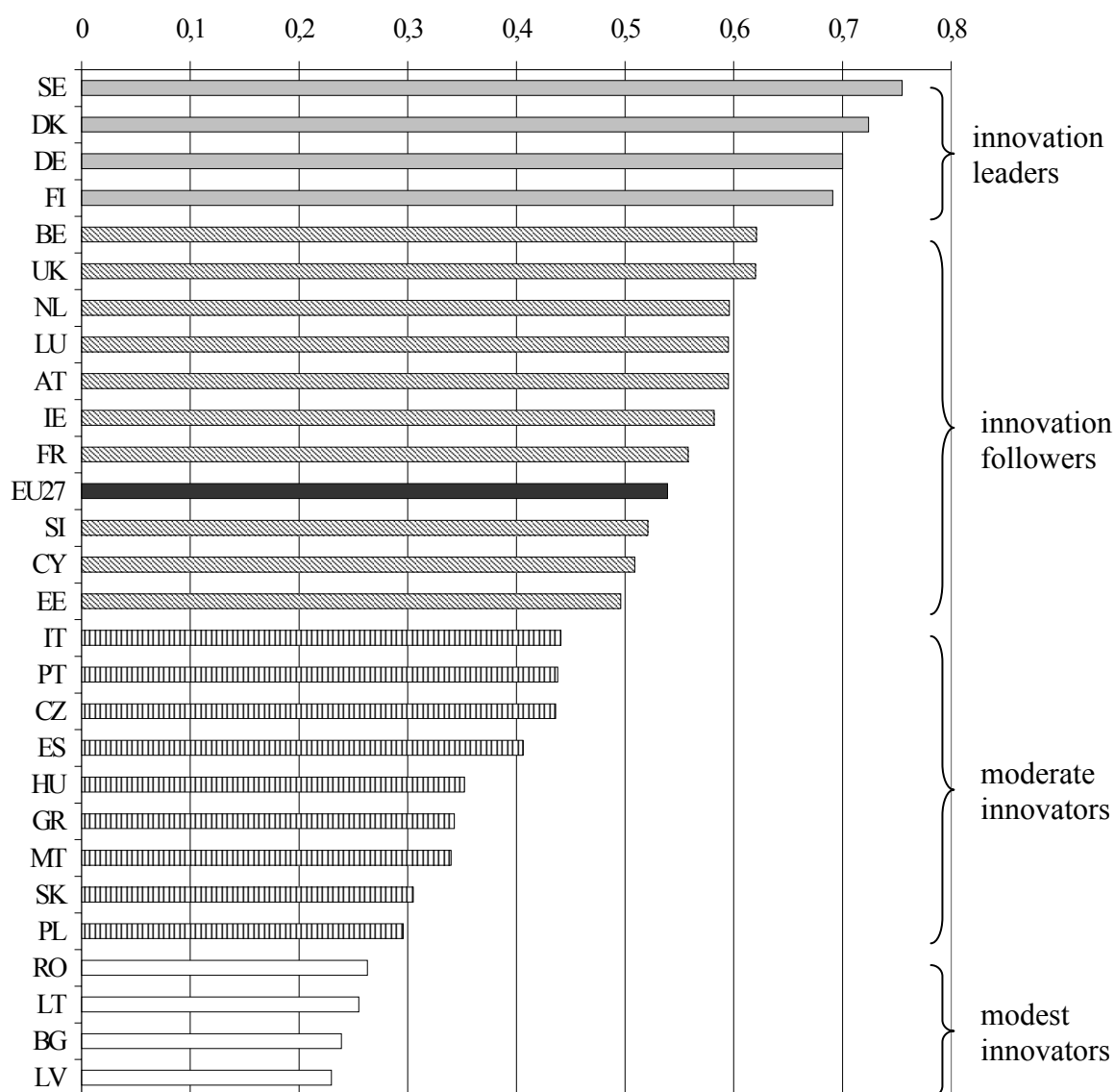


Figure. EU member States' Innovation Performance. Source: [2, p.7].

References

1. Grzybowska B., Juchniewicz M. Bariery działalności innowacyjnej polskich przedsiębiorstw. *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*. – 2005. – No. 4 (663). – pp. 51-57.
2. Innovation Union Scoreboard 2011. Enterprise and Industry. European Union. – 2012. <http://www.proinno-europe.eu/metrics>
3. Juchniewicz M. Polityka wspierania innowacyjności przedsiębiorstw. *Prace Naukowe UE we Wrocławiu*. – 2010. – No. 111. – pp. 236-243.
4. Moszoro B., Platonoff A. L., Gadomska-Lila K. Kluczowe źródła i bariery innowacyjności przedsiębiorstw w świetle badań empirycznych. *Przegląd Organizacji*. – 2010. – No. 3. – pp. 28-30.
5. Pangsy-Kania S. Polityka innowacyjna państwa a narodowa strategia konkurencyjnego rozwoju. Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk. – 2007.
6. Zientek-Varga J. Innowacyjność – warunek konkurencyjności. *Fresh&Cool Market*. – 2009. – No. 2. – pp. 10-13.

ПРО ПРИНЦИПИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління інвестиційною привабливістю підприємства (ІПП) – це процес цілеспрямованого впливу керівництва підприємства на систему фінансових, економічних та інших відносин, що виникають у процесі забезпечення ефективного розвитку підприємства і задоволення вимог потенційних інвесторів. Метою цього процесу є забезпечення ІПП.

Виходячи з основних завдань і напрямів діяльності щодо забезпечення ІПП, можна виділити наступні основні принципи управління ІПП:

1) *принцип системності та комплексності*, що підкреслює важливість розгляду управління ІПП як комплексного процесу впливу на сукупність взаємопов'язаних і взаємообумовлених підсистем відносин (економічних, фінансових, трудових і т.д.), що входять до складу системи ІПП, які взаємно доповнюють один одного і забезпечують ефективне розвиток підприємства і задоволення вимог потенційних інвесторів;

2) *принцип обумовленості* управління ІПП цілями підприємства, який виключає виникнення протиріч між основними орієнтирами підприємства (стратегічними, тактичними й оперативними) і процесом управління ІПП;

3) *принцип оптимального поєднання інтересів*, що припускає, що процес управління ІПП повинен здійснюватися не тільки в інтересах потенційного інвестора і керівництва (власника) підприємства, але і з урахуванням інтересів співробітників і груп працівників підприємства, що беруть участь в даному процесі, а також не суперечити інтересам суспільства;

4) *принцип забезпечення зворотного зв'язку*, що передбачає створення системи оцінки і контролю, що дає керівництву регулярну інформацію про хід виконання плану дій з управління ІПП;

5) *принцип гнучкості*, що передбачає можливість перегляду плану дій, орієнтирів і поточних завдань управління ІПП при виявленні недоліків у системі, корегування цілей підприємства або істотній зміні ситуації (внутрішнього або зовнішнього середовища);

6) *принцип науковості*, що передбачає використання при здійсненні управління ІПП досягнень науки і техніки;

7) *принцип обґрунтованості*, пов'язаний з необхідністю обґрунтування доцільності здійснення процесу управління ІПП в цілому або його окремих складових (етапів, дій) в конкретній господарській ситуації.

Виконуючи розглянуті принципи, управління ІПП забезпечує досягнення ефективного розвитку підприємства і задоволення вимог потенційних інвесторів.

Півень О.П.
д.фарм.н., ст.н.с.,
Андрюкова Л.М.
д.фарм.н., ст.н.с.,
Фетісова О.Г.
к.фарм.н.

Національний фармацевтичний університет (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ФАРМАЦЕВТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Якісні зрушення, що відбуваються на фармацевтичних ринках економічно розвинутих країн, пов'язані з інноваційною спрямованістю стратегії і тактики розвитку виробничих підприємств. Фармацевтичне виробництво в усьому світі відноситься до наукоємних галузей промисловості. Високі темпи його розвитку безпосередньо пов'язані зі значними вкладеннями грошових коштів у розробку нових лікарських засобів і технологій. Не винятком є і світовий офтальмологічний ринок, обсяг якого перевищує \$ 14 млрд., що обумовлено різними чинниками, включаючи демографічні тенденції, досягнення медичної технології, вдосконалення методів лікування.

Перспективи розвитку цього ринку також засновані на значній кількості інноваційних розробок кожний рік (318 позицій), що мають тенденцію к зростанню (6 % на рік). Така кількість офтальмологічних інноваційних розробок порівняна з кількістю розробок нових препаратів для лікування серцево-судинних хвороб, що характеризуються найбільшою захворюваністю [1, 2].

Дослідження діяльності провідних виробників офтальмологічних препаратів, якими є фірми США (Alcon, Allergan Pharmaceutical, Pfizer та ін.) та Японії (Santen), показав, що їх стратегічний розвиток заснований на проведенні інноваційної політики зі створення нових ефективних препаратів. Товарний портфель цих компаній формується, переважно, на основі власних і спільних з провідними фармацевтичними фірмами і дослідницькими організаціями всього світу розробок оригінальних (принципово нових) препаратів, а також придбання ліцензій на виробництво і розподіл препаратів-брендів, що лідирують за обсягами продажу. Товарний асортимент провідних фармацевтичних компаній представлений перспективними інноваційними препаратами, а також генериками (відтворений препарат після виходу препарату-бренду з під патентного захисту) основних фармакотерапевтичних груп, що добре зарекомендували себе на ринку. Так, у даний час компанія Alcon працює на усіх сегментах ринку офтальмологічних препаратів. Основний асортимент, виходячи з міжнародних непатентованих найменувань з врахуванням комбінованих препаратів, перевищує 40 позицій. Практично всі групи препаратів, разом з традиційними, представлені препаратами-брендами, які входять до числа лідерів по кількості рецептів, що виписуються, або є інноваційними розробками, які інтенсивно просуваються на ринок [3, 4].

Інноваційні компанії свою продукцію представляють у більшості регіонів світу (компанія Alcon продає свою продукцію у 180 країнах світу). Про це свідчить ідентичність субстанцій, що використовуються у складі лікарських препаратів у економічно розвинутих країнах світу [4].

Сучасною інноваційною стратегією вирішення загальних проблем фармацевтичного виробництва є розширення кооперації з іншими компаніями і створення її нових форм разом з процесами злиття і поглинання. Так, компанія Pfizer, як і інші фармацевтичні компанії, разом з проведенням власних досліджень прагне до співпраці з компаніями, що займаються синтезом нових сполук. Діяльність провідних компаній також спрямована на розширення спектру діяльності через диверсифікацію в альтернативні сфери (біотехнологія, виробництво генериків, вакцин, діагностичних засобів), а також спільне з іншими фірмами просування продукції у різних регіонах світу.

Зміни і реструктуризація, що відбуваються у провідних фармацевтичних компаніях, спрямовані на зміну загальної політики роботи з клієнтами, пацієнтами та іншими зацікавленими сторонами. Це дозволяє удосконалити стратегію пошуку лікарських речовин і розробки нових препаратів.

Аналіз виробництва фармацевтичної продукції в Україні свідчить про те, що провідні підприємства цієї галузі для забезпечення своєї конкурентоспроможності поряд з переозброєнням у відповідності з міжнародними вимогами до виробництва лікарських препаратів проводять інноваційну політику. Це дозволило їм суттєво розширити асортимент вітчизняних ліків і вивести на ринок як принципово нові препарати, так і значну кількість препаратів – генериків різних фармакотерапевтичних груп. Такі підприємства, як АО ФФ «Дарниця», АО ФК «Здоров'я», АО «Фармак» за останні 10 років розширили асортимент своєї продукції більше ніж у 2 рази.

Таким чином, інноваційна спрямованість діяльності фармацевтичних підприємств є пріоритетною складовою їх подальшого розвитку.

Література

1. Півень О. П. Маркетингові дослідження світових тенденцій та аналіз патентно-ліцензійної ситуації в галузі створення нових протиглаукомних очних крапель / О. П. Півень // Вісник фармації. – 2008. – № 3. – С. 44-49.
2. Пивень Е. П. Современное состояние и перспективы развития рынка офтальмологических препаратов на примере деятельности ведущих зарубежных фармацевтических компаний / Е. П. Пивень, Л. Н. Андрюкова // Фармаком. – 2009. – № 1. – С. 99-106.
3. Штьор У. Куда дует ветер – мировой фармацевтический рынок 2009 / У. Штор // Новая медицина тысячелетия. – № 1. – С. 28-31.
4. Alcon Signs Agreement With AstraZeneca On Eye Drug Development [Електронний ресурс] // Pharmaceutical Business Review. – 2009. – Режим доступу : www.pharmaceutical-business-review.com
5. Rote List. 2007: Arzneimittelhersteller für Deutschland.-Frankfurt/Main: Service GmbH, 2007.-535 p.

ВИРТУАЛЬНЫЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК НОВАЯ ФОРМА УЧАСТНИКА РЫНКА

1. Развитие информационных технологий и глобальной коммуникационной сети рынок способствует формированию новых возможностей для традиционного бизнеса, особенно на промышленном рынке. Имеется в виду промышленный рынок (B2B), субъекты которого ведут хозяйственную деятельность как в реальной, так и в виртуальной экономике, либо только в виртуальной.

2. Виртуальные рынки динамично развиваются. Они функционируют в реальном времени, позволяют осуществлять процесс производства и торговлю, охватывающую весь мир, круглосуточно, в результате чего на виртуальном рынке трансформируются представления, связанные с пространством и временем. В такой интерпретации рынок включает все виды электронного взаимодействия на уровне организаций с использованием специальных технологий, которые дают возможность обмениваться информацией, находить новых партнеров и поставщиков и проводить торговые операции. Он выступает как результат новых качественных изменений, связанных с внедрением информационно-инновационных технологий в традиционно существующий бизнес и является логичным развитием идеи автоматизации и компьютеризации: автоматизируются не только внутренние, но и внешние процессы на предприятии.

3. На рынке B2B появились новые виды предприятий – гибридные по Ф. Котлеру [1] и виртуальные по М. Уорнеру [2].

Гибридными называются предприятия, использующие в бизнесе как реальную, так и виртуальную среду. Они успешно интегрируют в новые бизнес-процессы информационные технологии, используя преимущества Интернет-среды и добиваются за счет новых возможностей и скорости их применения эффективности производства и конкурентоспособности. Для успешного функционирования на электронном рынке предприятия делят виды деятельности в Интернете на три категории: интернетовские, интранетовские (внутренние), экстранетовские (внешние с ограничением). Каждая категория отличается пользователями, назначением, уровнем ответственности за работу.

4. Виртуальные предприятия осуществляют свою деятельность, в том числе экономическую, исключительно с помощью информационных технологий в Интернет-среде. Виртуальные предприятия – это добровольная временная форма кооперации нескольких, как правило, независимых партнеров (предприятий, институтов, отдельных лиц), обеспечивающая благодаря оптимизации системы производства благ большую выгоду клиентам. На базе согласованных представлений о содержании хозяйственного процесса совместно используют свои ключевые компетенции в форме ресурсов и

способностей, чтобы добиться результата лучше, дешевле, быстрее, гибче и с конкурентным преимуществом, в том числе международном масштабе.

Главная цель такого гибкого предприятия на основе сетевых технологий, – получение выгоды благодаря расширению ассортимента товаров и услуг, скорости реакции на спрос на рынке, создания маркетинга взаимоотношений с клиентами.

Можно определить следующие характерные черты виртуальных предприятий [3]:

- незначительная физическая структура, малые материальные активы;
- интенсивное использование коммуникационных технологий;
- мобильность работы;
- отсутствие границ и вовлечение;
- гибкость и ответная реакция.

Объединение ресурсов при создании виртуальных предприятий характеризуется территориальной независимостью. Формирование ресурсов и решение задач по принципу разделения труда происходят, невзирая на региональные границы. Сотрудничество часто носит временный характер или на определенный срок.

Преимущества виртуальных сетей в таком случае очевидны:

- расширение действующего ресурсного потенциала идет без утраты гибкости;
- внутренняя координация осуществляется с помощью информационной технологии, подкрепленной культурой взаимного доверия;
- возможно параллельное управление самыми разнообразными процессами производства благ.

5. Растущая виртуализация ведет и к изменению традиционных представлений о рынках, границах отраслей, стратегических альянсов компаний. Формы и роли отдельных участников рынка определяются заново. Возникают нетрадиционные инновационные пакеты товаров и услуг. Все это требует теоретического осмысления и системного синтеза.

Литература

1. Котлер Ф. Маркетинг-менеджмент. 11-е изд. / Ф. Котлер. ; пер. с англ. А. Железниченко, С. Жильцов. – СПб. : Питер, 2003 – 800 с.

2. Уорнер М. Виртуальные организации. Новые формы ведения бизнеса в XXI веке / М. Уорнер, М. Витцель; [пер. с англ. Ю. Леонова]. – М. : Добрая книга, 2005. – 296 с.

Литовченко И. Л. Генезис и эволюция информационной концепции маркетинга: Монография / И. Л. Литовченко. – К. : Наукова думка, 2011. – 200 с.

Поповенко Н.С.
к.е.н., професор,
Морохович І.М.
магістр

Одеський національний політехнічний університет, ІБЕІТ (Україна)

РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ В ФОРМУВАННІ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ

Сучасні тенденції переходу провідних країн від індустріальних до постіндустріальних економік, зумовили формування нового глобального простору світової економіки. Кожна країна намагається покращити чи зберегти свої позиції в умовах жорстокої конкуренції на ринку наукомісних технологій, товарів і послуг. Інтелектуальний капітал стає домінуючим фактором, що забезпечує конкурентоспроможність національної економіки.

Сьогодні в Україні відбувається перехід до інформаційного суспільства, який повинен характеризуватися тим, що саме інтелектуальний продукт є основою для розвитку економіки, саме високотехнологічна продукція є головною при формуванні ВВП. Проте частка України на світовому ринку складає лише 0,1 %, в той час, як лідерами впровадження передових технологій є Південна Корея, Китай, Сінгапур, США, Японія та ін.

Рушійною силою технічного прогресу є, насамперед, інтелектуальний потенціал – капітал нації, який створюється в науково-дослідних інститутах, лабораторіях та вищих навчальних закладах. Розвиток економіки, заснованої на інтелекті, вимагає підготовки та залучення висококваліфікованих дослідників і фахівців для забезпечення суспільного господарства країни наукоємними високотехнологічними розробками, спрямованими на вирішення питання енергетичної і сировинної незалежності держави [2]. Формування людського капіталу набуває нових особливостей: перша – це безперервність навчання та нерозривний зв'язок освіти з виробничою діяльністю людини; друга – здатність творчого застосування накопичених знань, навичок для генерації нових ноу-хау; третя полягає в тому, що розвиток інноваційної економіки обумовлює вимоги безперервного навчання та елементів творчості не лише окремих працівників, а й цілих колективів підприємств, фірм та організацій.

Роль людського та інтелектуального капіталів у промислових видах економічної діяльності постійно зростає та поширюється не тільки на великі промислові підприємства, що виробляють наукоємну інноваційну продукцію, але і на малі підприємства, частка інноваційної продукції яких поки що досить незначна. В умовах процесу інтелектуалізації праці особливого значення набуває проблема збереження та примноження людського капіталу. Одним з головних чинників управління інноваційне орієнтованим підприємством стає підвищення рівня загальної та професійної освіти кадрів, посилення їх зацікавленості в розвитку та вдосконаленні виробництва, використання належних особистісних якостей працюючої людини – здатність швидко сприймати нову інформацію, цілеспрямованість, критичність мислення тощо.

Для цього застосовуються різні форми підготовки та перепідготовки кадрів: програми стимулювання бізнес-лідерства, самоосвіта, вдосконалення навичок спеціалістів різних ланок управління, курси підвищення кваліфікації та інше.

Інноваційний розвиток економіки будується на прямих та зворотних зв'язках між наукою, виробництвом і підготовкою кадрів. Інакше не може здійснюватись безперервний процес розробки високих технологій та просування нових видів промислової продукції на ринки. Внаслідок цього основним принципом удосконалення системи підготовки та перепідготовки кадрів стає чітке узгодження із завданнями інноваційного промислового виробництва [1]. Інноваційна діяльність як вид інтелектуальної діяльності значною мірою залежить від здатності активізувати, реалізувати і розвивати інтелектуальний креативний потенціал колективу працівників підприємства, наявності сприятливого мікроклімату, тобто інноваційної культури. Вона є одним із основних елементів здатнісної частини потенціалу інноваційного розвитку, зокрема, таких його потенціалів-підсистем: інноваційного та виробничо-збутового. На рівні підприємства її слід розглядати як накопичені знання, досвід, особливості поведінки і взаємовідносин персоналу, систему його мотивації, порядки в організації тощо, які характеризують ступінь сприятливості окремих працівників, груп працівників і організації у цілому до розроблення і впровадження нововведень, готовність втілити їх у нові продукти, технології, управлінські рішення тощо. З цих позицій інноваційна культура розглядається переважно як частина інтелектуального капіталу підприємства, яка характеризує спроможність його реалізації [3].

Інтелектуальний капітал у сучасних умовах господарювання набуває особливого значення як інструмент інноваційного розвитку. Під впливом технологічного прогресу змінюються основи організації промислового виробництва й управління підприємством. Це ставить нові вимоги до підготовки спеціалістів, коли інтелектуальний капітал все ширше охоплює промислове виробництво – від великих підприємств, які виробляють унікальну продукцію, до малих. Комплексний підхід до формування інтелектуального капіталу сприятиме підвищенню продуктивності, конкурентоспроможності, збільшенню інноваційного потенціалу та активізації інноваційної діяльності, що прискорить та забезпечить умови для інноваційного розвитку сучасної промислової економіки.

Література

1. Амосов О., Дегтяр А. Формування людського капіталу в умовах інноваційної економіки: методичний аспект // Публічне управління: теорія та практика. – 2011. – №3 (7). – С. 164-172.
2. Українець А., Шиян П., Олійнічук С. Інтелектуальний капітал – передумова економічної незалежності України // Харчова і переробна промисловість. – 2007. – № 12 – С.4-7
3. Шипуліна Ю. С., Ілляшенко С. М. Розвиток теорико-методологічних засад переходу підприємств на інноваційний шлях розвитку // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 4, Т.1. – С. 103-112.

Акуленко В.Л.

к.е.н., доцент,

Новикова І.В.

викладач

Шосткінський інститут Сумського державного університету (Україна)

ВАРТІСНІ КРИТЕРІЇ КЛАСИФІКАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙ

Традиційно вважається, що ефективна інвестиційна діяльність у довгостроковій перспективі забезпечує посилення конкурентних переваг, проте деякі науковці спростовують це твердження, керуючись методологією вартісного підходу [1]. Обґрунтування базується на тому, що не всі інвестиційні проекти є однаковими з точки зору їх впливу на характер створення вартості. Одні інвестиційні рішення ведуть до зростання вартості, інші – можуть забезпечити лише її збереження на певному часовому інтервалі, а у довгостроковому періоді приведуть до її втрати. Тому орієнтація на показники, які не є реальними індикаторами зростання вартості, а тим більше довгострокового зростання, не забезпечує досягнення визначених стратегічних цілей розвитку підприємства.

Аналіз теоретичних та практичних проблем інвестиційного планування, дозволив серед причин, що зумовлюють прийняття неефективних рішень стосовно реального інвестування у багатьох компаніях говорити про відсутність диференціації інвестицій відповідно до характеру їх впливу на зміну вартості підприємства.

Орієнтація управління інвестиційною діяльністю на довгострокові перспективи розвитку підприємства (що є сьогодні об'єктивною необхідністю) викликає потребу урахування структури інвестицій відповідно до їх поділу на такі, що створюють вартість, та такі, що її зберігають. На підтвердження цього наводяться приклади, коли орієнтація на короткострокові проекти у процесі розподілу капіталу, обумовлена технікою інвестиційного планування, може з одного боку викликати технічну відсталість та втрату конкурентоспроможності, а з іншого – призвести до суттєвих грошових витрат. Так, середня компанія може втрачати до 10 % суми коштів, передбачених річним бюджетом капітальних інвестицій [1]. Як наслідок можна прогнозувати проблеми із залученням капіталу, втрати стійкості тощо.

Отже, не лише тривалість, але й характер впливу інвестицій на зміну вартості підприємства є принциповим у виборі інструментів управління, тому формуючи систему управління важливо визначитися з класифікацією інвестицій, на якій ґрунтуватиметься відповідна система. В основу такої класифікації ми пропонуємо покласти підхід, запропонований у роботах [1, 2], згідно з яким інвестиції поділяються на стратегічні та підтримуючі.

Аналіз підходів до визначення стратегічних інвестицій свідчить про широке тлумачення цього поняття, проте на нашу думку, чітким критерієм, який вирізняє стратегічні інвестиції з-поміж інших, є зростання вартості, що може бути забезпечене, по-перше, за рахунок реалізації значного потенціалу,

який містить об'єкт інвестування, по-друге, за рахунок отримання синергетичного ефекту від об'єднання компаній.

Стратегічні інвестиції можуть бути спрямовані не на створення нової чи збільшення вартості підприємства відносно існуючого рівня, а на збереження вже існуючих позицій. Цей момент є принциповим у виборі інструментів управління, тому автори [1] серед стратегічних інвестицій виділяють:

- стратегічні інвестиції, спрямовані на розширення діяльності, у результаті яких генеруються нові грошові потоки (створюється нова вартість);
- стратегічні інвестиції, спрямовані на заміщення вибуття елементів основного капіталу, як формують той самий тип грошового потоку, що й інвестиції на розширення, однак не створюють, а зберігають («захищають») вартість, тобто дозволяють зберегти у довгостроковому періоді клієнтську базу, обсяги продажу, відповідний рівень якості продукції тощо.

Отже, систему вартісно-орієнтованого управління інвестиційною діяльністю підприємства доцільно формувати як сукупність двох взаємопов'язаних підсистем: управління інвестиціями у створення вартості та управління інвестиціями у її збереження.

Проаналізувавши недоліки та проблеми, які характерні для сучасного інвестиційного менеджменту, можна визначити науково-методичні завдання, які повинні бути вирішені в процесі формування вартісно-орієнтованої системи управління інвестиційною діяльністю підприємства:

1. Розроблення процедури інвестиційного планування і прогнозування відповідно з урахуванням наведеної класифікації.
2. Використання вартісного підходу потребує обґрунтування вартісного критерію (системи критеріїв), які відповідає цілям і завданням стратегічного розвитку підприємства.
3. Удосконалення методів оцінки ефективності відповідно до потреб стратегічного управління, орієнтованого на створення вартості.
4. Обґрунтування методів структурної оптимізації інвестиційної програми з урахуванням стадій життєвого циклу технології, підприємства та динаміки доходності інвестицій в галузі.

Література

1. Оттосон Э. Структуризация решений по отдельным инвестиционным проектам / Эрик Оттосон, Фредерик Вайсенридер // Корпоративный менеджмент [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://www.cfin.ru/management/finance/capital/decisions.html>

2. Вопросы стоимости. Овладейте новейшими приемами управления, инвестирования и регулирования, основанными на стоимости компании / Под ред. Э. Блека. – М. : Олимп-бизнес, 2009. – 400 с.

Анфіногентова Н.Й.

к.е.н., доцент,

Цуркан Н.Г.

аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

ОЦІНКА ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ДЛЯ ЦІЛЕЙ ОПОДАТКУВАННЯ: ІНВЕСТАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Сьогодні для прийняття ефективних управлінських рішень власникам і керівникам підприємства необхідна інформація про вартість підприємства. На сьогоднішній момент серед українських представників керівництва компаній та фірм постійно здійснюється пошук оптимальних шляхів та фінансових важелів, які б змогли збільшити ринкову вартість цих підприємств. Максимізація фінансової вартості капіталу українських компаній стає пріоритетною стратегічною ціллю їх керівництва. Особливо важливим питання оцінювання ефективності діяльності підприємства постає у пострадянській економіці, в період застосування на вітчизняних підприємствах технологій стратегічного управління, які використовують оцінку ефективності діяльності об'єкта управління на стадії контролю. Результати оцінки застосовуються для обґрунтування управлінських рішень, забезпечуючи керівництво підприємства інформацією про те, якою мірою діяльність організації відповідає встановленим цілям. Для визначення вартості підприємства, як цілісного майнового комплексу, використовувались дохідний, порівняльний, витратний підходи. На сьогоднішній момент все частіше постає питання щодо визначення вартості підприємства за допомогою такого терміну як «вартість підприємства для цілей оподаткування».

З моменту набрання чинності Закону України «Про Фонд державного майна України», Закону України «Про внесення змін до деяких законів України з питань приватизації щодо реалізації положень Державної програми приватизації на 2012 – 2014 роки» та нормативно-правових актів, змінено поняття вартості майна та нарахування інших платежів з метою їх реалізації. Пунктом 4 розділу II «Прикінцеві положення» Закону України «Про внесення змін до деяких законів України з питань приватизації щодо реалізації положень Державної програми приватизації на 2012 – 2014 роки» установлено, що оцінка майна, майнових прав для цілей оподаткування та нарахування і сплати інших обов'язкових платежів, які справляються відповідно до законодавства (у тому числі правочинів, що підлягають нотаріальному посвідченню та/або державній реєстрації), здійснюється відповідно до законодавства з питань оціночної діяльності з урахуванням пункту 5 статті 5 Закону України «Про Фонд державного майна України» суб'єктами оціночної діяльності – суб'єктами господарювання приватної форми власності, виключним видом діяльності яких є оцінка майна, майнових прав для цілей оподаткування та нарахування і сплати інших обов'язкових платежів, які справляються відповідно до законодавства (у тому числі правочинів, що підлягають нотаріальному посвідченню та/або державній реєстрації).

Актуальним постає питання визначення доходу платника податку виходячи з ціни визначеною законодавством України. Оцінка цілісного майнового комплексу в розрізі діючого законодавства треба розглядати за допомогою визначення ринкової вартості в цілях оподаткування, тому що в даному аспекті утворюється справедлива вартість підприємства. Згідно підпункту 6.4 пункту 6 глави 2 розділу II Порядку вчинення нотаріальних дій нотаріусами України, затвердженого наказом Міністерства юстиції України від 22 лютого 2012 р., № 296/5, зареєстрованим в Міністерстві юстиції України 22 лютого 2012 р., № 282/20595, нотаріус посвідчує договір відчуження рухомого майна, у тому числі транспортних засобів, за наявності оціночної вартості такого рухомого майна, визначеної суб'єктом оціночної діяльності за напрямом для цілей оподаткування.

Оціночна вартість об'єкта для цілей оподаткування згідно статей 172, 173, пункту 189.3 статті 189 Податкового кодексу України, інших випадків, визначених законодавством України, визначається суб'єктом оціночної діяльності, який відповідає наведеним згідно закону вимогам. Актуальність дії постанови Кабінету Міністрів України від 26 жовтня 2011 р., № 1103 «Деякі питання визначення оціночної вартості нерухомості та об'єктів незавершеного будівництва, що продаються (обмінюються)», яка діє в частині, що не суперечить Закону України «Про Фонд державного майна України», Закону України «Про внесення змін до деяких законів України з питань приватизації щодо реалізації положень Державної програми приватизації на 2012–2014 роки» полягає в тому, що наведена постанова підтверджує виникнення та впровадження вартості підприємства для цілей оподаткування.

Визначена вартість підприємства для цілей оподаткування дозволяє прозоро характеризувати правильність ведення фінансово-господарської діяльності на підприємстві, стає доступною для інвесторів, що в свою чергу має позитивний вплив на інвестиційну привабливість підприємства.

Література

1. Закон України «Про Фонд державного майна України» (Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2012, № 28, ст.311)
2. Закон України «Про внесення змін до деяких законів України з питань приватизації щодо реалізації положень Державної програми приватизації на 2012 – 2014 роки» від 13.01.2012 р., № 4336-VI.
3. Податковий кодекс України [статті 172, 173, 189, пункт 189.3].
4. Наказ Фонду державного майна України від 23 квітня 2012 року № 555, зареєстрований в Міністерстві юстиції України 28 квітня 2012 року за № 658/20971.
5. Порядок вчинення нотаріальних дій нотаріусами України, затверджений наказом Міністерства юстиції України від 22 лютого 2012 року № 296/5, зареєстрований в Міністерстві юстиції України 22 лютого 2012 року за № 282/20595.

ОБ'ЄКТИВНА НЕОБХІДНІСТЬ ПРИСКОРЕННЯ НАУКОВО-ТЕХНІЧНОГО ПРОГРЕСУ

Могутня дія науково-технічного прогресу і технологічних інновацій на економічні явища безперечна. Ні в кого не викликає сумніву, що сучасний етап розвитку національної економіки пов'язаний із вибором пріоритетних напрямів реорганізації виробництва та управління на основі досягнень науково-технічного прогресу.

У той же час сучасні економіко-правові умови господарювання не забезпечують необхідної сприйнятливості підприємств щодо повільної інтрузії науково-технічних досягнень.

Економічне зростання та науково-технічний прогрес взаємно доповнюють та впливають один на одного. Прискорення науково-технічного прогресу – генеральний напрямок впорядкування комплексу економічних, організаційних, соціальних і культурних проблем, який у сфері економіки є фундаментальною детермінантою досягнення найвищого ступеню продуктивності праці, що реалізується через впровадження сучасної техніки та найновіших технологій. Цей просилогізм ґрунтується не лише на узагальненнях теоретичного характеру, але і на реаліях історичного розвитку.

Передумови розвитку науково-технічного прогресу в Україні дають змогу обґрунтувати об'єктивну необхідність прискорення науково-технічного прогресу

Україна в сучасному світі позиціонується як держава з розвинутою системою підготовки наукових кадрів, наявністю потужних фундаментальних наукових шкіл. Однак зниження чисельності виконавців наукових досліджень і розробок, незважаючи на зростання серед них чисельності докторів і кандидатів наук, окреслює негативні тенденції розвитку.

Треба визнати - виникає протиріччя між збільшенням чисельності наукових кадрів та незначною віддачею теоретичної науки у межах стислого фінансування. Кількісні зміни не переходять в якісні, що значною мірою звужує поле дії НТП.

Науково-технічний прогрес як система має цільовий характер і тісно взаємодіє з економічною системою країни. Система, виведена з рівноваги діями довкілля, може віддати їй такі великі ресурси, що втратить баланс з оточенням, потрапить в стан руйнування структури і втрати функцій [4, с.139]. Було б великим прорахунком не визнати, що в таких умовах економічна система піддається ризику.

Аналіз стану розвитку інноваційної діяльності в Україні дає змогу відзначити, що останніми роками понад 80 % промислових підприємств не

займаються інноваційною діяльністю. Питома вага підприємств, що займалися інноваційною діяльністю зменшилась із 18 % у 2000 р. до 13,8 % у 2010 р.

Питома вага підприємств, що впроваджували інновації знизилась з 14,8 % у 2000 р. до 11,5 % у 2010 р. Питома вага реалізованої інноваційної продукції в обсязі промислової неприпустимо знизилась з 6,8 до 3,8 відсотків.

Однак, незважаючи на важкі умови розгортання науково-технічного прогресу в частині реалізації інноваційних перетворень економіки, системний аналіз таких явищ дозволяє виявити позитивні сторони, а саме: незбалансованість фундаментальних та прикладних досліджень на користь фундаментальних містить потенціал перемоги вітчизняної науки у конкурентній боротьбі, що має знайти відтворення в політиці держави.

Специфічні економіко-історичні умови науково-технологічного розвитку країни підштовхують до думки про необхідність рівноправного входження України до світової економічної системи тільки на основі власної неповторної моделі інноваційного прориву.

Створення найсучаснішої концепції інноваційного розвитку з чіткими механізмами її реалізації повинне проводитися під визначальним впливом держави, що дістало свій вияв у досвіді таких країн як Китай, Таїланд, Південна Корея.

Отже, умови розвитку науково-технічного прогресу викликають до життя фактори, під дією яких смисловий зв'язок об'єктивної необхідності прискорення науково-технічного прогресу придбаває контури політико-економічних рішень з урахуванням особливостей розвитку економічних систем.

Література

1. Ключев А. Тільки переведення економіки на інноваційний режим є гарантією сталого розвитку держави // Урядовий кур'єр. 28 квітня. – 2004.
2. Мочерний С. В. Економічна теорія : навч. посіб. / С. В. Мочерний. — 4-те вид., стереотип. — К. : ВЦ «Академія», 2009. — 640 с.
3. Наукова та інноваційна діяльність в Україні. Стат. зб. / Держкомстат України. За відповідні роки.
4. Сурмин Ю. П. Теория систем и системный анализ: Учеб. пособие. - К. : МАУП, 2003. — 368 с.
5. Пирожков С. І. Моделі і сценарії структурно-інноваційної перебудови економіки України / Інвестиційно-інноваційна стратегія розвитку національної економіки : Зб. наук. пр. / ОІЕ НАН України, відп. ред. Сухоруков А. І. - К., 2004. — С. 45.
6. Філософський словник / За ред. В. І. Шинкарука. — 2 вид., перероб. і доп. — К. : Головна редакція УРЕ, 1986. — 800 с.

СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ КАК ФАКТОР ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В период кризиса вполне логичным было утверждение экспертов, что его глубина и масштабы обусловлены низким запасом прочности технологического базиса украинской экономики, что не позволяет быстро изменять стратегию поведения предприятий в направлении конкурентных преимуществ и диверсификации производства. Поэтому для обеспечения устойчивого развития необходим комплексный подход в разработке инноваций и системы управления инновационными процессами.

Инновационная деятельность предусматривает создание комплекса научных, технологических, организационных, маркетинговых и финансовых исследований, которые в совокупности ведут к разработке и внедрению инноваций. При этом управление инновационным процессом является необходимой составляющей развития предприятия, которая включает планирование, организацию и стимулирование инновационной деятельности, реализацию инновационных проектов, направленных на получение конкурентных преимуществ и укрепление рыночных позиций предприятия [1, с. 538].

При разработке и внедрении инновационных проектов предприятия сталкиваются с целым рядом проблем, решать которые необходимо на определенных уровнях управления предприятием [2, с.325].

На первом, нормативном уровне, важно установить долгосрочные технологические цели предприятия и учитывать их при разработке политики развития. На втором, стратегическом уровне, важно, чтобы содержание политики нашло отражение в стратегии предприятия. Здесь доминирует принцип эффективности. В среднесрочном плане стратегия предопределяет три направления технологических решений. На третьем, оперативном уровне следует предусмотреть, чтобы выбранные стратегические направления осуществлялись в соответствии с краткосрочными целями предприятия.

При выборе инновационных проектов и программ важно определить их влияние на устойчивость функционирования предприятия.

Можно функциональное состояние предприятия представить в виде $X(t)$ вектора. Пусть $X(t)$ – вектор состояния предприятия на момент оценки его функционирования; $\dot{X}(t)$ – изменение функциональных возможностей предприятия (например, в условиях кризиса); ε – возмущения, направленные на производственную деятельность предприятия, в том числе в результате реализации инновационных проектов. Тогда модель функционирования предприятия примет вид:

$$\dot{X}(t) = f(x, t, \varepsilon). \quad (1)$$

Анализ устойчивого развития предприятия зачастую связан с возмущениями внешней среды ε (эффективностью реализации инвестиционных проектов и программ).

Управление инновационными процессами в общей схеме управления устойчивостью функционирования предприятия играет доминирующую роль в условиях кризиса и в посткризисный период. Необходимо сбалансировать потенциальные возможности предприятия с внедрением инноваций, чтобы обеспечивать устойчивость его развития. Для этого необходима разработка системы управления инновационными процессами и мониторинг инноваций на предприятии.

Литература

1. Скібіцький О. М. Антикризисний менеджмент / О. М. Скібіцький – К. : ЦУЛ, 2009. – 568 с.
2. Економіка і організація інноваційної діяльності: Підручник / О. І. Волков, М. П. Денісенко, А. П. Гречан. – К. : ВД «Професіонал», 2004. – 960 с.

ФІНАНСОВІ ІНСТРУМЕНТИ НЕБАНКІВСЬКОГО КРЕДИТУВАННЯ РОЗВИТКУ КУРОРТНОЇ СПРАВИ

В сучасних умовах, коли курортне господарство України потребує кардинальної модернізації та переоснащення матеріально-технічної бази, при цьому є дефіцит власних коштів для самофінансування та розвитку, а банківські довгострокові кредити характеризуються занадто високою вартістю капіталу та складністю залучення на прийнятних інвестуванні умовах, фінансовий лізинг та корпоративні облігації розглядаються як інструменти фінансово-кредитного механізму інвестиційного розвитку курортної справи.

Необхідною умовою конкурентоздатності курортного господарства є наявність сучасної високотехнологічної матеріально-технічної бази, потенціал формування та розвиток якої закладено в одному з методів фінансового забезпечення – лізингу.

Лізинг є специфічною формою фінансування капітальних вкладень, альтернативною традиційному банківському кредитуванню чи використанню для придбання основних фондів власних фінансових ресурсів [1, с.312]. Лізинг дозволяє підприємству отримати обладнання, розпочати його експлуатацію, не відволікаючи кошти з обороту. В ринковій економіці використання лізингу складає 25-30 % загальних обсягів позикових коштів [2, с.674].

Рішення на користь фінансового лізингу приймається на основі сутнісних характеристик лізингової операції у співвідношенні з умовами довгострокового банківського, або ж у порівнянні з умовами боргового фінансування через корпоративні облігації. Проте цінні папери емітують з урахуванням терміну окупності інвестиційного проекту, який може бути недостатнім для ринкової капіталовіддачі коштів вкладених у бізнес.

Фінансовий лізинг та банківський кредит є інструментами боргового фінансування при формуванні та модернізації матеріально-технічної бази курортного підприємства. Водночас банківський кредит надається у грошовій формі, об'єкти фінансового лізингу визначені у формі матеріальних необоротних активів; банківський кредит забезпечується заставою та переважно виступає частковим джерелом фінансового забезпечення придбання основних фондів. Натомість фінансовий лізинг розглядається як цільне джерело фінансування, яке супроводжується передачею права власності на об'єкт лізингу за повною його вартістю, що одночасно виступає заставою.

Об'єктом лізингу може бути будь-яке майно, віднесене до основних фондів (машини, устаткування, транспортні засоби, обчислювальна та інша техніка, системи телекомунікацій тощо, майно, не заборонене до вільного обігу на ринку і щодо якого немає обмежень про передачу його в лізинг, в тому числі майно, яке перебуває у державній чи комунальній власності) [3].

Внаслідок застосування лізингових схем можна очікувати, по-перше, збільшення виробничих потужностей; покращення відтворення основних фондів суб'єктів господарювання, що надають послуги оздоровлення, харчування, розміщення, а в результаті – збільшення прибутків та податкових надходжень в бюджети різних рівнів. По-друге, підприємства курортної сфери можуть надавати в лізинг основні засоби, які неефективно використовуються чи не використовуються взагалі, отримуючи додаткові грошові надходження від такої фінансово-господарської діяльності. По-третє, у зв'язку з чинниками неефективного використання цілісних майнових комплексів державної, комунальної, відомчої, профспілкової приналежності, лізинг стає потенційною формою перерозподілу доходів та фінансових ресурсів, формуючи тіньовий сектор економіки та є інструментом фінансових махінацій. Перспективним джерелом фінансування матеріально-технічної бази може стати міжнародний лізинг, особливо це стосується придбання обладнання, яке дасть змогу модернізувати заклади харчування, розміщення та інші об'єкти курортної інфраструктури.

Підприємства курортної сфери можуть залучати фінансові ресурси для інвестування проектів розвитку курортної справи шляхом емісії облігацій, на суму, яка не перевищує трикратного розміру власного капіталу або розміру фінансового забезпечення, наданого третіми особами [4].

Однак одночасно із такими перевагами облігацій, як невторчання в структуру акціонерного капіталу та нижчі відсотки, ніж при банківському кредитуванні, існують певні застереження. По-перше, кошти не можуть використовуватись для подолання сезонних чи циклічних змін у курортній справі, а також негативних результатів фінансово-господарської діяльності (збитків); по-друге, ці застереження зумовлені значними витратами на випуск і розміщення облігацій; по-третє, це високий рівень фінансової відповідальності за своєчасну виплату процентів та основного боргу. Тому застосування цього джерела фінансового забезпечення, на нашу думку, є можливим, однак досить обмеженим на даний час у практичній діяльності підприємств курортної сфери.

Література

1. Загородній А. Г., Вознюк Г. Л. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Львів : Видавництво Національного університету „Львівська політехніка”, 2005. – 714 с.
2. Савчук В. П. Практическая энциклопедия. Финансовый менеджмент / В.П.Савчук. – 3-изд. – К. : Companion Group, 2008. – 880 с.
3. Про фінансовий лізинг : Закон України: від 16.12.1997, № 723/97ВР, редакція від 16.01.2004 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/723/97-%D0%B2%D1%80>.
4. Про цінні папери та фондовий ринок: Закон України: від 23.02.2006, № 3480-IV, редакція від 15.08.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/3480-15>

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

Інвестиції в економіку регіону є одним з найбільш важливих питань формування економічних ресурсів регіону, використання якого дозволяє вдосконалити виробництво, підвищити конкурентоспроможність виробленої продукції, створити додаткові робочі місця, що в кінцевому підсумку сприяє зростанню рівня та якості життя населення регіону. Існуючі диспропорції в економічному розвитку регіонів України небезпідставно пояснюються відсутністю або недостатніми обсягами інвестиційних надходжень.

Розробка наукових методів залучення інвестицій та формування шляхів підвищення ефективності їх використання як у галузевому, так і в регіональному аспектах знайшла відображення у роботах вітчизняних вчених-економістів: Т. Кулініч, О. Пилипак, І. Бланка, Є. Бойка, В. Геєця, Б. Данилишина, М. Долішнього, А. Пересади та ін.

Одним з основних напрямів в еволюції економіки регіонів обраний курс активного залучення інвестицій за наявності відповідних гарантій та допомоги з боку держави. Особливої актуальності питання залучення іноземних інвестицій набуває саме для Одеської області, оскільки головною особливістю її економіко-географічного положення є приморське та прикордонне розташування [1, 2].

Одеська область масштабніша в Україні, її площа складає 33,3 тис. км², що приблизно дорівнює 5,5 % території нашої країни і порівнянна з територією таких західноєвропейських країн, як Бельгія або Нідерланди. На території Одеської області розташовані 8 портів. В цілому потужність морських портів Одеської області складає 75 % загальної потужності морських гаваней України.

Одеська область – єдина в Україні, є дійсним членом 6 європейських регіональних організацій (Асамблеї європейських регіонів; Асоціації європейських прикордонних регіонів; Робочої співдружності придунайських країн; Конференції Приморських регіонів Європи; Асамблеї європейських виноробницьких регіонів; Єврорегіону «Нижній Дунай»).

У 2011 р. в економіку Одеської області іноземними інвесторами вкладено \$ 169,9 млн. прямих інвестицій (акціонерний капітал).

Обсяг прямих іноземних інвестицій (акціонерний капітал), унесених в область на 1 січня 2012 р. склав \$ 1221,7 млн., що на 10,3 % більше обсягів інвестицій на початок 2011 р., і в розрахунку на одну особу становив \$ 513,9. З країн ЄС унесено \$ 850,8 млн. (69,6 % загального обсягу), із країн СНД – \$ 38,3 млн. (3,1 %), з інших країн світу – \$ 332,7 млн. (27,3 %). Інвестиції надійшли з 73 країн світу. У січні-червні 2012 р. в економіку Одеської області іноземними інвесторами вкладено \$ 228,0 млн. прямих інвестицій.

Сьогодні перед державними органами управління на всіх рівнях постає головне завдання – створити максимально комфортні умови для ведення бізнесу в регіонах, що передбачає урядову підтримку інвестора, законодавчі та податкові преференції для інвесторів, а також підготовка кваліфікованих кадрів для забезпечення потреб крупних інвесторів.

Розробка і впровадження Інвестиційної стратегії Одеської області необхідні як основа для побудови життєздатної і стійкої ринкової економіки. Така стратегія повинна стати сполучною ланкою між ринком інвестиційного капіталу світу та існуючими ресурсами і можливостями Одеської області.

Виходячи з мети Інвестиційної стратегії Одеської області на 2011-2015 рр., яка полягає у концентрації ресурсів для активізації інвестиційної діяльності, спрямованої на модернізацію економіки та забезпечення її сталого розвитку, передбачається пріоритетна підтримка інвестиційних програм і проектів, що пов'язані із:

1. Інфраструктурними та базовими секторами економіки.
2. Розвитком експортоорієнтованих та імпортозамінних виробництв.
3. Створенням високотехнологічної конкурентоспроможної продукції, в галузях, що визначені як пріоритетні для розвитку області: туризм та рекреація; морегосподарський комплекс та логістика; агропромисловий комплекс, включаючи переробну промисловість; фінансова діяльність; розвиток об'єктів електроенергетики, які виробляють електричну енергію з використанням альтернативних джерел енергії; промисловість, зокрема машинобудування; транспортна інфраструктура та будівельна галузь.

В рамках реалізації обраної стратегії в регіоні реалізуються такі інвестиційні проекти, як будівництво логістичного індустріального парку ТОВ «Трансінвестсервіс» (Малий Аджаликський лиман, 40 км від м. Одеса), Кремідовського промислового парку, Теплодарського промислового парку, промислового парку «Південний», зернового терміналу елеватора (м. Рені), інвестиційний проект з реконструкції і модернізації заводу виробництва побутових пристроїв (водонагрівачі, конвектори) «Укратлантук» та ін.

На офіційному сайті «Інвестиційний портал Одеської області» запропоновано понад 120 інвестиційних проектів, які потребують залучення інвестицій. Реалізація даної інвестиційної стратегії призведе до збільшення обсягів виробництва промисловими та переробними підприємствами області, створення нових робочих місць, збільшення доходів до бюджету та поліпшення інвестиційного клімату регіону.

Література

1. Прямі інвестиції у 2011 році (електронний ресурс) // Головне управління статистики в Одеській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.od.ukrstat.gov.ua/>
2. Інвестиційна стратегія Одеської області на 2011-2015 рр. [Електронний ресурс] // Інвестиційний портал Одеської області. – Режим доступу : <http://invest.odessa.gov.ua/>

СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ВЫЗОВЫ СПОРТИВНЫХ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СИСТЕМ

Проведенный в Украине европейский спортивный форум EURO-2012 на фоне общего энтузиазма вскрыл и существенные недостатки отечественной спортивной инфраструктуры. Проблема заключается в том, что отсутствует системный подход и теоретическая база, подкрепленные научно-практическими исследованиями, которые бы позволили, с одной стороны, понять феномен отечественной спортивной хозяйственной системы, а с другой – способствовать развитию спортивного бизнеса в экономике Украины.

Западные экономисты начали анализировать феномен футбола лишь в середине 1990-х годов, при этом большинство научных работ посвящено микро-, а не макроэкономике. Таким образом, было изучено влияние, которое оказывают футбол и иные широко популярные игровые виды спорта (вроде баскетбола, хоккея на льду, бейсбола и пр.) на экономики отдельных городов. В странах с развитой рыночной экономикой большое внимание уделяется также и развитию теории спортивного бизнеса. Попыток отечественных ученых-экономистов исследовать феномен украинских спортивных хозяйственных систем, в частности футбольного хозяйства, практически не наблюдается. Однако перед исследователем открывается целая гамма экономических вызовов спортивных хозяйственных систем. Вот перечень основных направлений исследования экономики футбола в Украине:

1. *Сравнимость спортивных хозяйственных систем как внутри Украины, так и с европейскими и мировыми брендами.* [1, с.168]

2. *Спортивный клуб – грушка олигархов или эффективная экономическая система.* Согласно докладу Европейского союза футбольных ассоциаций (УЕФА) о ситуации в европейском футболе многие ведущие клубы из Англии, Италии и Испании тратят больше, чем зарабатывают. Украинские футбольные клубы – не исключение. Без поддержки олигархических структур многие из них не могли бы существовать. Однако с введением УЕФА правил «Справедливой финансовой игры» ситуация в скором времени должна в корне измениться. Поскольку клубы, не перешагнувшие точку безубыточности, окажутся перед перспективой быть исключенными из списков участников ведущего состязания Старого Света – Лиги чемпионов [2, с.41].

3. *Взаимосвязь величины контрактов игроков клубов Премьер-лиги и низших дивизионов со средним уровнем оплаты труда в стране.*

4. *Миграция в футболе* затрагивает не только «игровые» кадры, но и финансовые потоки, связанные с покупкой, трансфертом, арендой игроков и др. Мобильность спортивных хозяйственных систем колоссальна, текучесть кадров тоже велика. Действительно ли в спорте существует обратная зависимость между производительностью спортсмена и текучестью кадров в клубе?

5. *Связь спортивных достижений футбольного клуба с его экономической эффективностью и, наоборот.*

6. *Эмоционально-психологическое воздействие спортивных состязаний и его влияние на производительность труда, и другие микроэкономические показатели.* Экономический эффект популярных спортивных состязаний имеет ряд достаточно простых объяснений. К примеру, известно, что потребитель, находящийся в хорошем настроении, склонен тратить больше денег, чем его грустный коллега. С другой стороны, исследование банка Barclays, проведенное в Великобритании, показало, что чемпионаты мира способствуют падению производительности труда. Если бы английская сборная дошла до финала чемпионата мира 2002 г., то британская экономика потеряла бы 0,3 % ВВП – поскольку англичане любыми способами избегали бы работы, чтобы посмотреть футбол или поговорить о нем.

7. *Роль футбола в национальной экономике и его влияние на экономическое развитие региона, индекс ВВП и другие макроэкономические показатели.* Консалтинговая компания McKinsey подсчитала, что клубный футбол приносит немецкой экономике более пяти миллиардов евро ежегодно. Кроме того, национальный футбол обеспечивает работой 110 000 немцев. Две трети немецких компаний, относящихся к «голубым фишкам» (составляют немецкий фондовый индекс DAX), имеют в своих штатах меньшее количество рабочих мест. За счет клубного футбола бюджет Германии ежегодно пополняется в виде налогов и пошлин 1,5 млрд. евро [3, с.15]. В Украине не проводились подобные исследования, но уже сейчас очевидно влияние EURO-2012 на инфраструктуру городов, принимавших европейский футбольный чемпионат.

8. *Теневая сторона экономики спортивных клубов и спортивных событий.*

Таким образом, спектр исследования экономики спортивных хозяйственных систем в Украине достаточно широк. Потребность в научных исследованиях велика как со стороны финансово окрепших спортивных клубов, так и со стороны государственных органов, спортивных федераций и т.д. Ведь даже в таком внешне благополучном виде спорта, как футбол, необходимо выводить экономическую составляющую на новый европейский конкурентный уровень.

Литература

1. Palacios-Huerta, Ignacio. Book review of “Transatlantic Sport: The Comparative Economics of North American and European Sports” edited by Carlos P. Barros, Muradali Ibrahim, and Stefan Szymanski, in *Economic Journal*, February 2004, F168-F170

2. UEFA Club Licensing and Financial Fair Play Regulation. Edition 2010 / UEFA – 2010, 91 s.

3. The economic impact of Bundesliga. The significance of professional football for the German economy/ Summary of a report by McKinsey & Company, Inc. – DFL Deutsche Fußball Liga GmbH. – 2010, 20 s.

Доброва Н.В.

к.е.н., доцент,

Жарких В.Е.

студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПРОБЛЕМИ ВЕНЧУРНОГО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Ступінь економічного розвитку держави значною мірою залежить від інноваційного розвитку країни. Одним з головних аспектів науково-технічного розвитку країни є ефективне фінансування інноваційної діяльності. Як свідчить міжнародна практика, венчурне підприємництво – механізм, який більшою мірою спроможний впроваджувати та реалізовувати високотехнологічні інноваційні проекти. На сьогодні цей механізм фінансування є найбільш дієвим та ефективним. Тому проблема венчурного фінансування в Україні залишається актуальною і значущою як в теоретичних аспектах, так і для сучасних економічних реалій.

Проблему венчурного фінансування розглядали багато вчених, наприклад, Бабець І.Г., Власова І.В., Гайдук Л.А., Ганич А.М., Лапко О.О., Москвін С.А., Череп А.В., Лігузова В.О., Гук О.В., Боярин Ю.М. та ін. Проте у дослідженнях мало уваги приділяється національним особливостям розвитку венчурного підприємництва та ролі державної підтримки венчурного фінансування інноваційної діяльності.

Об'єктами венчурних інвестицій є новостворені технологічно орієнтовані компанії малого бізнесу, які на сучасному етапі НТП є найефективнішим механізмом генерації інноваційних ідей, проте, з огляду на притаманний ним високий рівень ризику підприємницької діяльності, мають обмежений доступ до традиційних джерел фінансових ресурсів [3, с.196].

На законодавчому рівні функціонування венчурних фондів в Україні передбачено Законом України «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)», виданим у 2001 р. Відповідно до цього Закону венчурні фонди віднесені до інститутів спільного інвестування (інвестиційних фондів), а компанії з управління активами венчурних фондів – до професійних учасників ринку цінних паперів [1].

У світі існує три основні ринки венчурного капіталу – США і Канада, Південно-Східна Азія, Європа [2, с.24]. США і Канада орієнтуються на фінансування молодих інноваційних підприємств на ранніх етапах їх розвитку. У Південно-Східній Азії також переважає передстартове та стартове фінансування. У Західній Європі фінансування залучається до проектів на більш пізніх етапах, тому воно є менш ризикованим.

Досвід зарубіжних країн є надзвичайно важливим для України, оскільки венчурне фінансування є відносно новим економічним явищем. Зараз на перший план виступає проблема законодавчого врегулювання діяльності венчурних структур. За оцінками фахівців, в Україні відсутні реальні венчурні

компанії та фонди, тобто діючі венчурні фонди не виявляють ознак ризикового капіталу, спрямовуючи свої ресурси головним чином на фінансове забезпечення традиційних інвестиційних проектів і уникаючи фінансування перспективних технологій [2, с.35].

На сучасному етапі розвитку Україна являє собою регіон з підвищеним економічним ризиком, а інвестори залишаються законодавчо незахищеними. Найчастіше ризик не виправдовується, тому що очікувані прибутки вкрай низькі порівняно з високим ризиком у нестабільній економічній ситуації.

На законодавчому рівні існують дві основні проблеми: недосконалість нормативно-правової бази стосовно венчурних підприємств та інноваційної діяльності взагалі, а також складна процедура реєстрації інноваційних підприємств. Тому насамперед необхідно спростити процедуру реєстрації інноваційного проекту і отримання підприємством статусу інноваційного, а також вдосконалити нормативно-правову базу: прийняти Закон «Про венчурні фонди» чи вдосконалити Закон «Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)».

Для вирішення фінансових проблем, які існують у сфері венчурного підприємництва необхідно насамперед створити ефективну систему підтримки та контролю венчурної діяльності та стимулювати розвиток фондового ринку України для забезпечення ліквідності венчурних інвестицій.

Прозорість та ліквідність портфеля можна оцінити за часткою цінних паперів, галузь яких не визначена. За даними Української асоціації інвестиційного бізнесу частка всіх визначених секторів інвестування у венчурних фондах є найменшою серед усіх ІСІ, що свідчить про менш прозору діяльність венчурних фондів порівняно з іншими інститутами спільного інвестування. В Податковому кодексі України зазначено, що операції венчурних фондів з цінними паперами не є об'єктом оподаткування, а венчурні кошти не включаються до складу валового доходу.

Як свідчить міжнародна практика, в структурі венчурного фінансування повинні переважати інвестиції в інновації. В Україні ж пріоритетними галузями фінансування є будівництво, роздрібна торгівля, галузь сировинних матеріалів тощо; інвестування у ці сфери при відносно низькому ризику здатне приносити високі прибутки. Зважаючи на це, доцільно провести розподіл фондів за напрямками діяльності та створити сприятливі умови для розвитку пріоритетних сфер господарства.

Література

1. Закон України 15.03.2001 р., № 2299-III "Про інститути спільного інвестування (пайові та корпоративні інвестиційні фонди)" // <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=2299-14>
2. Гук О. В., Боярин Ю. М. Світові тенденції венчурного фінансування інноваційної діяльності // Економічний простір. – 2010. – № 4. – С. 26-33.
3. Кузнецова І. С. Інституціональна теорія як методологічна основа дослідження нових господарських практик (на прикладі венчурної діяльності) // Наукові праці ДонНТУ. – 2006. – № 4. – С. 195-200.

Карпенко Л.М.

к.е.н., доцент,

Малишко В.С.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПИТАННЯ АНАЛІЗУ ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ В УМОВАХ ІНФЛЯЦІЇ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

У сучасних умовах господарювання основою сталого розвитку регіону є побудова ефективної інвестиційної політики, яка б сприяла впливу інвестиційних ресурсів, необхідних для нарощення економічного, фінансового, виробничого, науково-технічного, інтелектуального, інноваційного, трудового та інших видів потенціалу, а також підвищенню конкурентоспроможності країни та регіонів у світовому просторі. Це робить проблему теоретичного обґрунтування інвестиційної політики, методологічних підходів до оцінки ефективності інвестиційних проектів в умовах інфляції, активізації інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств актуальною [1, с.339].

Суттєвий внесок у дослідженні проблем інвестування й інвестиційного середовища, розробку державного регулювання інвестиційного процесів у сучасній науці зробили В.В. Бочаров, І.О. Бланк, Ю.В. Багатін, І.М. Боярко, В.М. Гриньова, Л.Л. Гриценко, А.А. Даниленко, М.П. Денисенко, С.В. Захарін, В.Л. Коюда, О.А. Пересада, О.С. Редькін, Н.А. Хрущ та ін.

Проведення аналізу впливу інфляції на показники ефективності інвестиційних проектів зумовлює використання при цьому таких понять, як номінальна та реальна сума грошових коштів. Реальна сума грошових коштів не враховує зміни купівельної спроможності грошей внаслідок інфляції, а номінальна сума – це оцінка реальної суми з врахуванням зміни купівельної спроможності внаслідок інфляції [2, с.45].

У фінансово-економічних розрахунках, що пов'язані з інвестиційною діяльністю, інфляція може бути врахована одним із таких способів:

- шляхом коригування нарощеної вартості грошей;
- шляхом формування ставки відсотку з врахуванням інфляції, яка буде використовуватись для нарощування та дисконтування;
- при прогнозуванні рівня доходів від інвестицій із врахуванням темпів інфляції.

Розрахунок грошових потоків в гривнях слід проводити в поточних (прогнозних) цінах. Врахувати інфляцію можна й шляхом коригування нарощеної суми. Таке коригування називається *дефліруванням* і здійснюється шляхом ділення майбутньої вартості грошового потоку на індекс інфляції.

Підвищення рівня інфляції в Україні в поточному 2012 р. прогнозує Raiffeisen Research. Як відзначив керівник Raiffeisen Research Петер Брезінчек, хоча пік інфляції в країнах Центральної і Східної Європи вже пройшов, в Україні в 2012 р. вона буде на досить високому рівні. Прогнозується високий рівень інфляції у 2012 р. для Угорщини, Чехії та України, викликаний

фіскальними заходами. Нагадаємо, що в 2011 р., за даними Госкомстату, інфляція в Україні склала 4,6 %.

Наступним кроком дослідження обраної проблематики є економіко-статистична оцінка інвестиційних взаємовідносин підприємств Одеської області на зовнішньому ринку інвестицій. Станом на 1 січня 2012 р. загальний обсяг різноманітних іноземних інвестицій в економіку Одеської області становив 1518,9 млн. дол. США (з урахуванням курсової різниці).

Одеський регіон займає сьоме місце серед областей та міст України за обсягом прямих іноземних інвестицій. У регіоні інвестовано 1204 підприємства, прямі іноземні інвестиції надійшли з 73 країн світу. Обсяг прямих іноземних інвестицій на одну особу населення регіону на 1 січня 2012 р. становив 513,9 дол. США. Пріоритетними для інвестування в області були підприємства таких видів економічної діяльності: додаткові транспортні послуги (у 177 підприємств вкладено 246,3 млн. дол.); будівництво (у 103 – 138,2 млн. дол.); виробництво харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (у 56 – 131,3 млн. дол.) [3, с.4].

Досліджуючи розвиток інвестиційної діяльності Одеського регіону, слід відокремити наступні аспекти:

- за період 2000–2011 рр. інвестиційну привабливість регіону загалом можна оцінити високими динамічними темпами розвитку й значними обсягами залучення прямих іноземних й вітчизняних інвестицій;
- кінець 2008 р. - початок 2009 р. характеризуються впливом факторів фінансово-економічної кризи, зниженням інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств, зменшенням обсягів прямих іноземних та вітчизняних інвестицій, скороченням кількості реалізованих інвестиційно-інноваційних проектів тощо;
- при ранжуванні підприємств за інвестиційною привабливістю протягом 2010-2011 рр. слід відокремити наступні види економічної діяльності: промисловість, транспорт, оптова та роздрібна торгівля, при цьому, з достатньо високим потенціалом залишаються сфери готельного та ресторанного бізнесу у зв'язку із проведенням в Україні Євро-2012.

Література

1. Інвестування : Підручник / В. М. Гриньова, В. О. Коюда, Т. І. Лепейко, О. П. Коюда. – К. : Знання, 2008. – 452 с.

2. Боярко І. М. Гриценко Л. Л. Інвестиційний аналіз : Навч. посібник. – К. : Центр учбової літератури, 2011. – 400 с.

3. Статистичний бюлетень : Інвестиційні відносини Одеської області з країнами світу станом на 1 січня 2012 року / Бюлетень підготовлено автор. колективом: Коломийчук Т. М., Шубцова І. М., Присуха С. А., Романова Л. І. Відп. за вип. Каприця Г. М. – Одеса, Головне управління статистики в Одеській області. – 2012. – 63 с.

Карпенко Л.М.

к.е.н., доцент,

Детков Б.О.

студент

Одеський національний економічний університет (Україна)

СУЧАСНІ НАПРЯМКИ ПІДВИЩЕННЯ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Рентабельність виступає одним з найважливіших основних показників роботи підприємства, який характеризує кінцевий результат роботи підприємства. Показники рентабельності більш повно, чим прибуток, відображають остаточні результати господарської діяльності підприємства. Вони характеризують ефективність роботи підприємства. У цілому, прибутковість різних напрямів діяльності, окупність витрат і т.д. Величина показників рентабельності показує співвідношення ефекту з наявними або використаними ресурсами. Показники рентабельності зазвичай використовуються для оцінки діяльності підприємства та як інструмент в інвестиційній політиці та ціноутворенні. Все це вказує на актуальність даної проблематики.

Питаннями оцінки ефективності діяльності підприємства за допомогою показників рентабельності займалися відомі вчені-теоретики та практики з економіки підприємства, а саме: Бланк І.О., Бутинець А.Д., Савицька Г.В., Сайфулін Р.С., Шеремет Ф.Ф. та ін.

Показники рентабельності більш повно, ніж прибуток, характеризують остаточні результати господарювання, тому що їх величина відбиває співвідношення ефекту із вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. Саме тому ми вважаємо, що показник рентабельності повинен бути якомога повніше актуалізований [3, с.258].

Рентабельність – це один із основних вартісних якісних показників ефективності виробництва на підприємстві, об'єднанні, галузі в цілому, що характеризує рівень віддачі витрат і ступінь використання коштів у процесі виробництва і реалізації продукції.

Рентабельність безпосередньо пов'язана з величиною прибутку. Однак її не можна ототожнювати з абсолютною сумою отриманого прибутку. Рентабельність – це ступінь прибутковості, вигідності. Показники рентабельності більш повно, ніж прибуток, характеризують остаточні результати господарювання, тому що їх величина відбиває співвідношення ефекту із вкладеним капіталом або спожитими ресурсами. Їх використовують і як інструмент в інвестиційній політиці й ціноутворенні. Різноманітність варіантів розв'язків, прийнятих при визначенні прибутку витрат авансованої вартості для розрахунків рентабельності обумовлюють наявність значної кількості її показників [1, с.139-142].

Резюмуючи все вищесказане, рентабельність можна визначити як показник ефективності підприємства, що виражає відносну величину прибутку, що й характеризує ступінь віддачі засобів, використовуваних у виробництві.

Підвищення ефективності виробництва в значній мірі залежить від кращого використання основних фондів. Необхідно інтенсивніше використовувати створений виробничий потенціал, домагатися ритмічності виробництва, максимального завантаження встаткування, підвищувати складність його роботи [2, с.307-309].

Наголосимо, що показники рентабельності є важливими характеристиками факторного середовища формування прибутку (та доходу) підприємства. З цієї причини вони є обов'язковими елементами порівняного аналізу та оцінки фінансового стану підприємства.

Враховуючи, що будь-який споконвічно успішний бізнес можна загубити в умовах існування неплатоспроможного середовища, вважали б доцільним заходи щодо керування витратами й прибутком доповнити діями, спрямованими на вдосконалювання керування платоспроможністю, які рекомендується направляти на:

- ✓ Пошук шляхів здійснення реструктуризації заборгованості організації. При цьому кроки по перегляду умов і строків погашення заборгованості, у тому числі й на загальнодержавному рівні (платежі в бюджет і цільові бюджетні фонди), на нашу думку, повинні здійснюватися для кожного організації індивідуально, з урахуванням результатів аналізу причин виникнення заборгованості, підкріплюватися бізнес-планом по розвитку й оздоровленню виробництва, включаючи питання реформування власності, інвестицій, передачу на самостійний баланс неефективних об'єктів і виробництв.

- ✓ Удосконалення керування активами, скорочення наднормативних запасів, удосконалювання їх нормування, вирішення проблем обліку й оцінки їх (при неможливості використання у виробництві за реальною ціною) для наступної реалізації на сторону, посилення матеріальної зацікавленості в раціональному користуванні ресурсами.

- ✓ Скорочення ризиків неплатоспроможності (при освоєнні нових ринків) через використання факторингу, тобто висновок тристоронніх договорів за посередництвом банківських структур.

- ✓ Пошук резервів збільшення прибутку для збільшення рентабельності, а саме: збільшення обсягу реалізації продукції, підвищення цін, зниження собівартості продукції, підвищення якості продукції, пошук вигідних ринків збуту.

Література

1. Аветисова А. О. Економіка підприємств різних типів : Навчальний посібник. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2009. – 160 с.
2. Савицька Г. В. Економічний аналіз діяльності підприємства: Навч. посіб. – 3-тє вид., випр. і доп. – К. : Знання, 2007. – 668 с.
3. Большой экономический словарь. Издание 2-е переработанное и дополненное / А. Б. Борисов. – М. : Книжный мир, 2007. – 860 с.

ИННОВАЦИОННЫЙ КЛАСТЕР: СТРАТЕГИЯ РОСТА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Современная постиндустриальная парадигма экономического роста выдвигает на первый план такие факторы развития как инновации, информацию и знания, именно они становятся источником конкурентного преимущества. Мировой опыт развитых стран доказывает как эффективность, так и закономерность формирования кластерных объединений предприятий, развитие которых становится важнейшим направлением поддержки инноваций и технологического прорыва Украины на европейские рынки высокотехнологичной продукции.

Известный экономист П. Фишер отмечает, что «экономический успех скорее является следствием качества кластеров, которое определяется и формируется в рамках инвестиционной политики, желательно с начальной стадии экономического развития» [1, с.329]. Основы кластерной теории формирования конкурентных преимуществ были заложены в конце XIX века А. Маршаллом, а термин «кластер» введен М. Портером в 80-х годах XX века.

Термин «инновационный кластер» был широко популярен после появления проекта развития региональных кластеров в США, под названием «Clusters of Innovation». Он отражает тот факт, что кампании всего мира все чаще вынуждены конкурировать не только и не столько за производительность, сколько за способность к инновациям [2, с.12]. Предприятия, интегрированные в кластер повышают эффективность и снижают затраты текущей деятельности, получают доступ к природным, трудовым и финансовым ресурсам, качественно новые возможности для проведения НИОКР, что в итоге генерирует особую форму инноваций – «совокупный инновационный продукт» [3, с.41].

Объединение предприятий региона в инновационный кластер позволит повысить конкурентоспособность отечественной продукции на европейском рынке, привлечь иностранные инвестиции, обеспечит трансферт технологий и знаний, повысит эффективность подготовки кадров и стимулирует развитие социальной инфраструктуры. Формирование инновационного кластера основано на развитии высокотехнологичных переделов продукции, развитии сетевых коммуникаций, усилении включенности предприятий в процессы передачи современных технологий. Кластерная стратегия направлена на развитие высокотехнологичных отраслей и создание условий для повышения конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Предприятия, объединенные в кластер, работают более эффективно за счет синергетического эффекта, выражающегося в повышении конкурентоспособности всей системы в целом и взаимоусилении её элементов по сравнению с отдельными хозяйствующими субъектами. Кластерный механизм повышения конкурентоспособности основан на эффективном сочетании кооперации с внутренней конкуренцией в рамках

кластера, при этом взаимодействие имеет сетевой характер его участников в условиях горизонтальной интеграции, что способствует эффективной трансформации изобретений в инновации, а в итоге – в конкурентные преимущества. Инновационный потенциал кластера определяется интеграцией в него академических институтов и университетских лабораторий, инжиниринговых центров, венчурных предприятий и технопарков.

Для отечественных предприятий является перспективным их включение в трансграничные кластеры, обеспечивающих экономическую безопасность и конкурентоспособность приграничных регионов Украины посредством обмена ресурсами, технологиями, создания единого информационного рынка, что способствует интеграции в европейское экономическое пространство.

Инновационный кластер включает в себя всю инновационную цепочку от генерации научных знаний до реализации продукции на новых рынках. В структуру инновационного кластера входят исследовательские и образовательные учреждения, организации инфраструктуры, крупные промышленные предприятия, малый и средний бизнес. Взаимодействие между указанными элементами выражается в финансовых, информационных материальных и человеческих потоках связанных с региональной инновационной системой. Формирование инновационного кластера включает использование потенциала венчурных проектов ориентированных на техническое перевооружение производства, а сам кластер является системным потребителем инвестиций. Перепрофилирование, диверсификация и концентрация производства в высокотехнологичных отраслях на основе их кластеризации, является системным аспектом повышения конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности отечественных предприятий.

Таким образом, изучение и анализ передового мирового опыта в формировании и развитии кластеров позволит успешно реализовать задачи Стратегии инновационного развития Украины на 2010-2020 гг. в условиях глобальных вызовов, привлечь инвестиции в модернизацию промышленности, развить национальную инновационную систему. Созданием системы инновационных кластеров, которая предусматривает интенсивный обмен ресурсами, технологиями и ноу-хау, достигается усиление конкурентных позиций отечественных компаний на европейском рынке и рост инновационного потенциала национальной экономики.

Литература

1. Фишер П. Прямые иностранные инвестиции для России : стратегия возрождения промышленности. – М. : Финансы и статистика, 1999.
2. Хасанов Р. Х. Синергетический эффект кластера // Евразийский международный научно-аналитический журнал – 2009. – № 3.
3. Цукерман В. А. Проблемы и возможности формирования кластеров как метода активизации инновационных процессов. – 2010.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі розвитку України, в умовах посилення ринкових трансформацій, глобалізаційних й інтеграційних процесів одним з першочергових завдань державної стратегії соціально-економічного розвитку є формування та утримання конкурентної позиції на міжнародних ринках капіталу для забезпечення фінансової безпеки та стабільності країни. Рушійною силою даного процесу виступає інноваційно-інвестиційна діяльність, яка забезпечує своєчасну адаптацію національної економіки до змін ринкового середовища та досягнення конкурентних переваг. Актуальними питаннями економічної політики держави є структурна перебудова і модернізація промисловості та розвиток інноваційної моделі економічного зростання. При цьому вихід країни на інноваційний етап розвитку неможливий без відповідної переорієнтації на рівні підприємства. Аналіз господарської практики свідчить, що сучасні темпи здійснення інноваційної діяльності в Україні є вкрай незадовільними. Незважаючи на те, що впровадження інновацій на промислових підприємствах є одним із способів удосконалення структури виробництва, підтримки високих темпів розвитку і рівня прибутковості, інновації досі не стали належним засобом підвищення конкурентоспроможності. Існуюча ситуація обумовлена рядом внутрішніх і зовнішніх чинників, серед яких найбільш вагомим є недосконалість фінансового забезпечення.

Фінансове забезпечення інноваційної діяльності є комплексом методів та важелів впливу на інноваційну діяльність, який реалізується у різних формах через відповідну систему фінансування. За даними проведеного статистичного спостереження Державним комітетом статистики України було визначено фактори, що стримують процес впровадження новітніх технологій і досягнень науково-технічного розвитку, а саме: дефіцит і нерозвиненість сучасних форм фінансування (44 %), відсутність адекватного організаційно-правового механізму (5,2%), нездатність менеджерів різних рівнів побачити вигоду й оцінити майбутню ефективність від реалізації інноваційних проектів (4,9 %), недостатнє залучення науково-технічної підтримки ззовні (4,2 %), низька кваліфікація персоналу (3,4 %) та ін. [1].

Фінансування інноваційно-інвестиційного розвитку характеризується високим ступенем ризику, отже, в умовах дефіциту бюджетних надходжень перед підприємством постає необхідність самофінансування та залучення різноманітних зовнішніх джерел із оптимізацією їх структури.

Основними принципами фінансового забезпечення, на які має орієнтуватися підприємство, є [2, с.56]:

- 1) швидкість й ефективність впровадження сучасних науково-технічних інновацій;
- 2) диверсифікація джерел фінансування;
- 3) обґрунтованість і законність способів акумуляції коштів;
- 4) гнучка система фінансового забезпечення;
- 5) фінансування інноваційного проекту на всіх етапах життєвого циклу.

Основними складовими фінансового забезпечення інноваційної діяльності є методи та форми фінансування, важелі впливу на інноваційну діяльність, джерела надходження коштів, моніторинг і контроль за фінансуванням інноваційної діяльності [3, с.165]. Вищенаведені складові відображають головні аспекти організації процесу фінансування інноваційної діяльності на підприємствах, які необхідно враховувати при здійсненні даного виду діяльності, а сформульоване визначення глибше розкриває сутність даного поняття і дозволяє поглибити методологію дослідження.

Вивчення світового досвіду здійснення інноваційної діяльності дозволило стверджувати, що для фінансового забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку крім власного капіталу підприємства слід використовувати кредитні кошти, приватні інвестиції, емісії цінних паперів під інноваційні проекти, іноземні інвестиції, венчурний капітал, бюджетні кошти тощо. У даному контексті важливу роль відіграє фінансово-кредитна система, яка включає інноваційно-інвестиційні та венчурні фонди, комерційні банки й інші кредитні організації, функціонування яких в Україні ще залишається не адаптованим сучасним потребам підприємств і характеризується складною процедурою отримання коштів, необхідністю гарантій, недостатнім строком дії договорів для реалізації проектів і високими відсотками за користування.

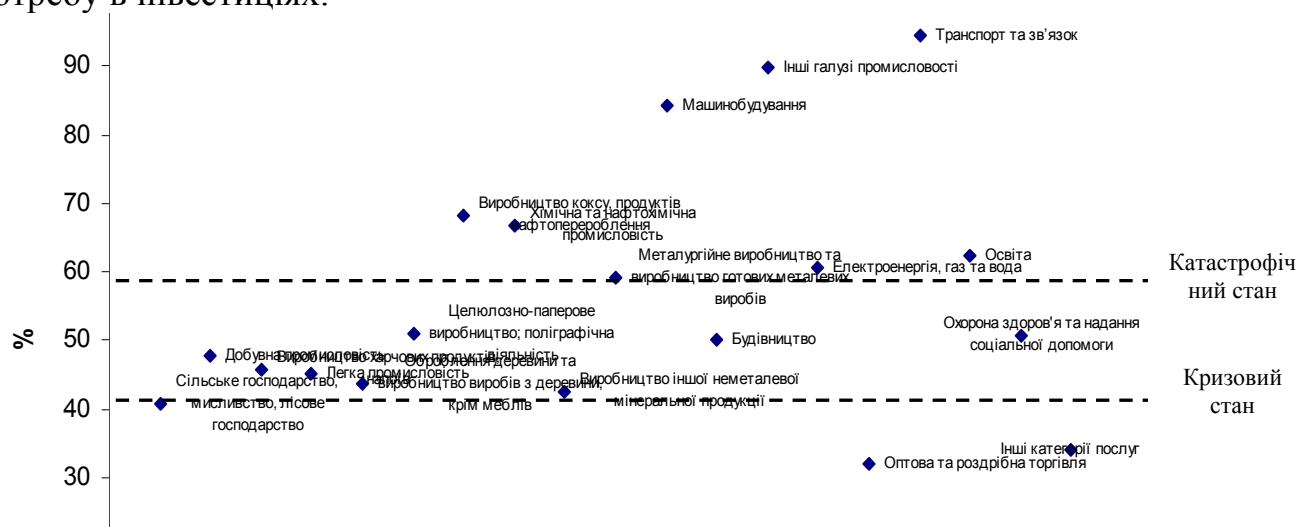
Тому для забезпечення ефективності інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства необхідно вдосконалювати механізм управління фінансовим забезпеченням. Тільки ефективне використання різних організаційних форм, які відрізняються за масштабами інноваційної діяльності та за її змістом, вибір сучасних технологій та їхнє ефективне впровадження в господарську діяльність можуть забезпечити інноваційну складову розвитку економіки та формування ринкових відносин у інноваційній сфері.

Література

1. Наукова та науково-технічна діяльність за даними Державного комітету статистики України. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Антонюк Л. Л. Інновації : теорія, механізм розробки та комерціалізації : Монографія. / Л. Л. Антонюк, А. М. Поручник, В. С. Савчук – К. : КНЕУ, 2003. – 394 с.
3. Амоша О. І. Активізація інноваційної діяльності: організаційно-правове та соціально-економічне забезпечення : Монографія / О. І. Амоша, В. П. Антонюк, А. І. Землянкин / НАН України. Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2007. – 328 с.

ОСНОВНІ ФОНДИ ЯК ФАКТОР ІНВЕСТИЦІЙНОЇ БЕЗПЕКИ КРАЇНИ

Незаперечним є факт розвитку економіки України під впливом кризових явищ. Національна економіка не має інвестиційних можливостей для оновлення основних фондів, які чинять досить вагомий вплив на загальний рівень інвестиційної безпеки країни. Високий рівень зносу основних фондів викликає потребу в інвестиціях.



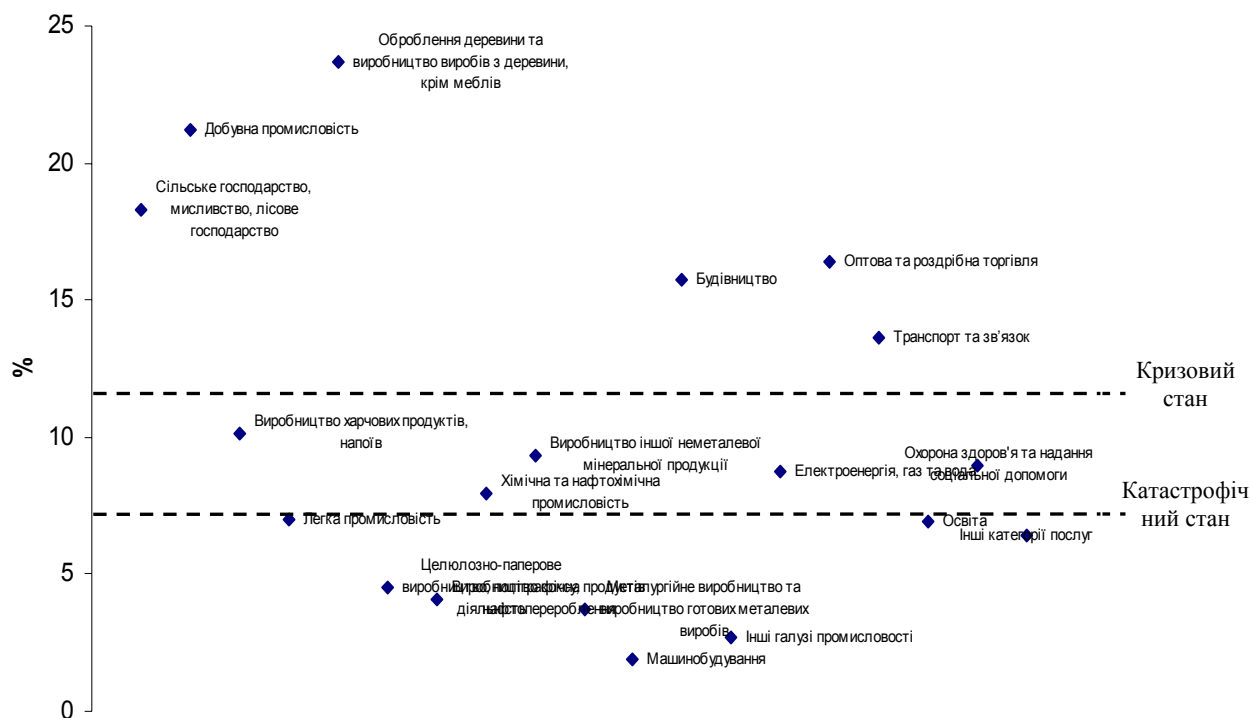
Джерело: побудовано за даними Державної служби статистики України

Рис. 1. Позиціонування видів економічної діяльності в національній економіці в залежності від кризового та катастрофічного стану зносу вартості основних фондів станом на початок 2011 р.

Як видно з рис. 1, занепокоєння в плані оновлення основних фондів викликають, насамперед: транспорт та зв'язок; машинобудування; виробництво коксу, продуктів нафтоперероблення; хімічна та нафтохімічна промисловість; освіта; електроенергія, газ та вода. В цих сферах економіки рівень зносу основних фондів складає більше 60 %.

Якщо проаналізувати обсяг інвестицій до вартості основних фондів, то можна бачити, що більшість видів економічної діяльності в Україні перебувають в катастрофічному або кризовому стані з позиції їхньої інвестиційної безпеки (рис. 2). Такий стан справ в основних фондах національної економіки призводить до зниження рівня її економічної безпеки і до збільшення ймовірності появи потенційних економічних загроз.

В цьому сенсі з боку держави є доцільним запровадження інвестиційного стимулювання в проблемних сферах економіки у вигляді прискореної амортизації. На сьогоднішній момент Україна практично не використовує цей ефективний засіб збільшення інвестиційних ресурсів [1].



Джерело: побудовано за власними розрахунками

Рис. 2. Позиціонування видів економічної діяльності в національній економіці в залежності від кризового та катастрофічного стану обсягів інвестування по відношенню до вартості основних фондів станом на початок 2011 р.

При відновленні амортизації, як надійного джерела інвестицій, державі необхідно передбачити її регуляцію, тобто, на думку Ковалю В.В. та Новицької С.С., надання гарантій щодо вільного повернення коштів, витрачених для придбання сучасних основних фондів ресурсів [2].

Амортизаційна політика, спрямована на мінімізацію фізичного та морального зносу основних фондів дозволить підвищити рівень інвестиційної безпеки національної економіки, а також буде сприяти зниженню собівартості продукції та підвищенню її якості в умовах конкурентного ринку.

Основним напрямком інвестиційної політики України повинно стати оновлення основних фондів, яке буде здатне забезпечити сприятливі фінансові та організаційні умови розвитку національної економіки.

Література

1. Інвестиції в економіку України : стан, проблеми, потреби : Аналітична доповідь // Національна безпека і оборона. – 2006. – № 6 (78). – С. 3-52.
2. Коваль В. В. Передумови створення ефективного механізму інвестиційного забезпечення оновлення основних фондів / В. В. Коваль, С. С. Новицька // Економічна безпека України та виклики сьогодення. Збірник матеріалів XIII Міжнародної науково-практичної конференції 28 травня 2010 року. Частина I. – К. : УДУФМТ, 2010. – С. 142-144.

ЛЮДСЬКИЙ КАПІТАЛ У СИСТЕМІ ІННОВАЦІЙНОГО ВИРОБНИЦТВА

Сучасні тенденції, що мають місце в економіках розвинених країн, дозволяють зробити висновок про те, що заміна праці знанням знаменує перетворення суспільного виробництва з матеріального в інноваційне. Інноваційне виробництво – це виробництво, в основі якого лежить використання нових знань (або нове використання знань), втілених у технології, ноу-хау, нових комбінаціях виробничих факторів, структурі організації й управління виробництвом, і що дозволяють одержувати інтелектуальну ренту й різний рід переваг перед конкурентами.

З даного визначення випливає, що інноваційне виробництво – це не «вид», не «нова сфера виробництва», а характер виробничої діяльності, при якому центральна роль у виробничому процесі зміщується з механічного використання інформації до інтелектуального, творчого. Перехід від чисто матеріального до інноваційного виробництва означає, що поряд з речовинною (відчутною) формою буття суспільного виробництва з'являється «невловима» форма, яку ми пропонуємо називати антропоцентричною. Таким чином, з огляду на об'єктивний процес підвищення ролі працівників у сучасному виробництві, вони є головним резервом забезпечення конкурентоспроможності підприємства. Безумовно, саме персонал підприємства здатний провадити конкурентоспроможну продукцію, що забезпечує у свою чергу стійке положення підприємства на ринку й створює умови для його розвитку.

У зв'язку із цим сьогодні з'явилася необхідність у розробці механізму й інструментарію, що забезпечують формування й збагачення людського капіталу персоналу. Сучасна наука управління виявляє помітну цікавість до тенденцій, що формуються, щодо нарощування людського капіталу.

Комплексне трактування структури інноваційного виробництва означає, по-перше, що поряд з «відчутним» рухом речовинних факторів виробництва, у ньому здійснюється ще один, «невловиме» рух – рух інформації й знань; по-друге, що інтелектуальна активність людини у процесі виробництва набуває функціонального призначення й виступає свого роду «невловимими коштами праці», що генерує знання. Інакше кажучи, інноваційне виробництво – це діалектична єдність матеріальної (відчутної) і антропоцентричної (невловимої) систем виробництва. Результатом першої виступає матеріальний продукт, результатом другої – інтелектуальний капітал – знання, які можуть бути використані на підприємстві, щоб одержувати різного роду переваги перед конкурентами. Дослідження практики діяльності вітчизняних підприємств показують, що без мінімального внутрішнього технологічного потенціалу підприємства не беруть участь у формуванні економіки знань: у них бракує кадрів, культури і технічних можливостей як для самостійного розвитку по

інноваційному шляху, так і для взаємодії з традиційними джерелами інновацій [1, с.281].

На нашу думку, людський капітал як функціональна складова інноваційного виробництва – це знання, навички, практичний досвід, одухотворені інтелектуальною активністю, що виступає формою реалізації інтелектуальних, морально й культурно орієнтованих здатностей людини до створення нового, раніше невідомого знання, що забезпечує одержання інтелектуальної ренти й різного роду переваг перед конкурентами. З визначення випливає, що інтелектуальна активність є тією компонентою, що відрізняє здатності до творчої праці від здатностей до виконавської праці, людський капітал від простої робочої сили, визначає умови й природу процесу «капіталізації» здатностей до праці.

Особливість інтелектуальної економіки полягає в тому, що її головний ресурс – знання, інформація, на відміну від всіх інших ресурсів не характеризується ні кінцівкою, ні виснаженістю, ні споживанням в їхньому традиційному розумінні. Основною умовою, що лімітує залучення до доступного ресурсу, виступають специфічні якості самої людини – наявність або відсутність здатності до інтелектуальної активності, як форми нагромадження, переробки й генерації нових знань. Інакше кажучи, доступність знань аж ніяк не означає доступність володіння ними. Знання й інформація, будучи відповідно до своїх об'єктивних характеристик доступними для всіх, згідно суб'єктивних характеристик їхніх споживачів зосереджуються лише у відносно вузького кола людей, соціальна роль яких не може бути оскаржена в сучасних умовах ні за яких умов. Можна визначити три основних інструменти реалізації управлінського впливу на персонал організації в умовах реалізації інноваційних перетворень: організаційна культура, лідерство й мотивація. Їхній розвиток і адаптація до умов реалізації інновацій і вимогам співробітників дозволяє забезпечити максимально ефективний розвиток організації, а також мінімізувати їхні втрати (розмір недоотриманих доходів) у ході інноваційних перетворень.

Дослідження, які були проведені співробітниками кафедри управління персоналом і економіки праці ОНЕУ на ряді одеських підприємств і організацій протягом 2011-2012 рр., показали, що сьогодні діючий менеджмент якісно не відповідає вимогам до нього як з боку керівників, так і рядових співробітників.

Відповідно до думки керівників, у реального менеджера особливо гостро проявляється недолік ініціативності, високого рівня вмотивованості на роботу, уміння мотивувати й переконувати, інформаційної відкритості, а також уміння вирішувати конфлікти. Далі найбільша невідповідність спостерігається по організаторських здатностях, умінню мотивувати й переконувати, вирішувати конфлікти й з професіоналізму.

Література

1. Технологічна модернізація промисловості України / За ред. д-ра екон. наук Л. І. Федулової; Ін-т екон. та прогнозів. – К., 2008. – 472 с.

РОЗВИТОК МАЛИХ ІННОВАЦІЙНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Однією з найактуальніших проблем вітчизняної економіки є підвищення конкурентоспроможності промисловості на основі її технологічного переоснащення й розвитку наукоємних галузей виробництва. Тому виникає гостра потреба в одержанні підприємствами доступу до передових технологій. Водночас підвищення ступеня відкритості національної економіки поряд із посиленням інтеграційних процесів у світовій економіці супроводжується загостренням конкуренції, що зумовлює необхідність пошуку ефективних шляхів просування продукції вітчизняних товаровиробників на ринку, переважно інноваційної, оскільки традиційні її види здебільшого неконкурентоспроможні [1, с.285-286].

Світовий досвід свідчить, що висока економічна та соціальна ефективність економіки розвинутих країн безпосередньо пов'язана з інноваційній діяльністю усіх суб'єктів господарювання. Але саме малі інноваційні підприємства є ефективним інструментом постійного оновлення всіх елементів виробничого процесу, забезпечення високої конкурентоздатності продукції та послуг. Вони здатні досить динамічно та гнучко реагувати на зміни як споживчого попиту, так і на нові пропозиції і перспективи, які відкриваються на базі використання результатів досліджень та розробок. Малі інноваційні підприємства, як правило, здійснюють інновації, які на першому етапі не потребують значних капіталовкладень та залучення значної кількості трудових та матеріальних ресурсів. Важливим є те, що інноваційні підприємства можуть створювати нові робочі місця для кваліфікованих ініціативних спеціалістів, які здатні працювати в умовах пошуку нових наукових рішень, і, насамперед, це можуть бути молоді науковці.

Разом з тим, в міру підвищення інноваційної активності підприємств реального сектора економіки зросли ризики, пов'язані з інноваційною діяльністю. Це пов'язане з особливостями розвитку даної сфери, високим ступенем невизначеності та ризику на усіх стадіях просування інновацій – від ідеї до готового інноваційного продукту та його реалізації на ринку. Тому малі підприємства, в силу своєї гнучкості та малих розмірів, мають більш високу інноваційну активність ніж великі та середні. Не зважаючи на все вище сказане в Україні розвиток інноваційної діяльності на рівні малого підприємництва залишається дуже низьким.

Наприклад, якщо проаналізувати інноваційну діяльність малих підприємств Одеської області, слід зазначити, що у 2010 р. витрати на технологічні інновації на малих підприємствах склали 1356,9 тис. грн., що становить 0,6 % від обласного показника. Всі витрати, пов'язані з інноваційною діяльністю, здійснювали малі підприємства сфери операції з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємствам [2]. Щодо

витрат на інформатизацію серед малих підприємств загальна сума у 2010 р. дорівнює 506,7 млн. грн., або 74,1 % від загальних витрат на інформатизацію підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності області. Більша частина цієї суми 93,4 % була витрачена на оплату послуг сторонніх підприємств у сфері інформатизації, 4,5 % – на обчислювальну техніку та 2,1 % – на програмне забезпечення. Найбільша частка витрат на інформатизацію припадає на підприємства у сфері діяльності транспорту та зв'язку – 88,5 %, 7,9 % – операції з нерухомим майном, оренди, інжинірингу та надання послуг підприємствам. Менше 0,1 % витратили підприємства у сільському господарстві, мисливстві, лісовому господарстві, рибництві, рибальстві, добувній промисловості, фінансової діяльності, освіті, у сфері культури та спорту. Однією з умов успішного господарювання малих підприємств є постійне оновлення матеріально-технічної бази виробництва. Для покращення свого виробничого потенціалу малими підприємствами області у 2010 р. було освоєно 2596,6 млн. грн. валових капітальних інвестицій (проти 2942,4 млн. грн. у попередньому році). Це склало 21,9 % від загального обсягу валових інвестицій підприємств-суб'єктів підприємницької діяльності області. 99,3 % обсягу валових інвестицій було спрямовано в матеріальні активи і тільки 0,7 % – в нематеріальний основний капітал [3]. Значна частина інвестицій в матеріальні активи витрачена на капітальне будівництво (включаючи поліпшення будівель та споруд тощо) – 67,6 %, на придбання нових основних засобів – 27,5 % та на придбання раніше існуючих основних засобів – 4,9 %.

Проведений аналіз свідчить про досить низьку активність малих підприємств до впровадження технологічних інновацій в своїй діяльності. Малий інноваційний бізнес у нашій країні сьогодні може бути ефективним лише в умовах добре налагодженої інфраструктури передачі технологій і системи комунікацій. Але така система сьогодні відсутня.

Водночас залишається ціла низка чинників, які перешкоджають здійсненню інновацій на малих підприємствах. Це нестача власних коштів, відсутність фінансових коштів у замовника, високий економічний ризик, великі витрати на нововведення, відсутність підтримки з боку держави та інше. Для поліпшення стану та розвитку малих підприємств необхідно оптимізувати регулювання й підтримку малого бізнесу на регіональному рівні і активізувати його фінансово-кредитну та інвестиційну підтримку та створити сприятливі умови для подальшого розвитку інфраструктури малого бізнесу.

Література

1. Ілляшенко С. М. Управління інноваційним розвитком: Навч. посіб. – 2-ге вид., перероб. і доп. – Суми : ВТД «Університетська книга»; К. : Видавничий дім «Княгиня Ольга», 2008. – 324 с.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : ukrstat.gov.ua
3. Головне управління статистики в Одеській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : od.ukrstat.gov.ua

ОСНОВНІ ПРИНЦИПИ ТА ЗАВДАННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний етап науково-технічний прогресу спрямований на постійне оновлення засобів і предметів праці, механізацію та автоматизацію виробництва, застосування нових організаційних форм.

Інноваційні процеси набувають сьогодні надзвичайно важливе значення для діяльності вітчизняних підприємств в складних кризових умовах. Це безперервний процес розвитку та якісного удосконалення усіх сторін функціонування підприємства, що є запорукою успішної діяльності та підвищення конкурентоспроможності підприємства.

Інноваційний розвиток підприємства є досить складною, багатогранною проблемою, що відображає весь комплекс відносин щодо дослідження, виробництва, реалізації. Очевидно, що величезне значення в його реалізації належить ефективному управлінню цими процесами на підприємстві. Управління інноваційним розвитком представляє собою сполучення різних функцій (маркетинг, планування, організація, контроль), кожна з яких спрямована на рішення специфічних і різноманітних питань взаємодії між окремими підрозділами підприємства, що вимагають здійснення конкретних заходів.

Сфера управління охоплює не тільки виробництво, але й науково-дослідну, і дослідно-конструкторську роботу, збут, фінансову сферу, тобто всі сторони діяльності підприємства.

Можна виділити такі основні принципи управління інноваційним розвитком підприємства:

- створення атмосфери, що стимулює пошук та освоєння інновацій;
- орієнтація інноваційної діяльності підприємства на потреби споживачів і ринку для задоволення конкретної суспільної потреби;
- визначення пріоритетних напрямків науково-технічного розвитку, виходячи із цілей і завдань підприємства;
- скорочення числа рівнів в управлінні з метою прискорення процесів у циклі "наука – виробництво – реалізація";
- максимальне скорочення строків розробки та впровадження інновацій;
- комплексний підхід до інноваційного розвитку підприємства, що передбачає зміни не тільки в науково-технічній, але й в економічній, соціальній сферах і відповідні структурні зміни;
- взаємозв'язок інноваційних процесів з відновленням і реконструкцією виробничого потенціалу;
- впровадження інновацій повинне забезпечувати економічний, соціальний або технічний ефект. Це означає, що інноваційні процеси

взаємодіють із іншими процесами та повинні привести до підвищення ефективності виробництва в цілому.

Застосування цих принципів дозволить підприємствам шляхом постійного відновлення асортиментів і якості продукції мати сильні та стабільні позиції на ринках збуту та задовольняти запити споживачів, що сприяє покращенню економічної ситуації в Україні.

Для успішної реалізації інноваційного розвитку підприємства у нових умовах господарювання необхідно вирішити ряд завдань:

- провести дослідження ринку для нової продукції (потреб, місткості ринку, еластичності очікуваного попиту за ціною продукції, переваги споживачів відносно якісних параметрів продукції, умови її поставки та обслуговування у взаємозв'язку із ціною, взаємозамінність нової продукції з іншою продукцією та послугами);

- здійснити прогнозування діяльності, характеру та стадій життєвого циклу інновацій. Це необхідно для визначення потреби у виробничих потужностях, оптимальних обсягів капіталовкладень, методів амортизації спеціального технологічного устаткування;

- визначити способи реалізації інновації (вибір посередників того або іншого типу, організація фірмової торгівлі, продаж через оптово-торговельні підприємства);

- дослідити наявність ринків ресурсів (матеріалів, комплектуючих виробів, напівфабрикатів), необхідних для реалізації інновацій;

- вибрати постачальників комплектуючих виробів, устаткування, оснащення;

- дослідити можливі варіанти кооперації з підприємствами, що освоюють аналогічну продукцію із приводу розробки та освоєння технічно складних або ризикових інновацій;

- здійснення комплексного аналізу витрат, ціни, обсягів виробництва та реалізації інноваційної продукції з метою планування оптимальних обсягів випуску, продажних цін;

- провести оцінку ефективності та планування інновації як інвестиційного проекту;

- здійснити аналіз ризиків, визначення методів їхньої мінімізації та страхування;

- обрати організаційну форму для створення, освоєння та розміщення на ринку інновацій.

Для ефективного інноваційного розвитку також необхідно враховувати на якій стадії життєвого циклу знаходяться інноваційні проекти. На наш погляд, строгий поділ життєвого циклу інновацій на стадії та етапи є необхідною передумовою правильного визначення їхньої тривалості. Це також необхідно для виявлення ресурсів і резервів прискорення реалізації наукових досягнень. Кожна стадія передбачає свої методи організації праці, управління, фінансування та кадрового забезпечення. Тому, на підприємстві необхідно використовувати комплексний підхід для забезпечення сталого інноваційного розвитку.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Потреба підвищення конкурентоспроможності та виходу промислових підприємств із кризового стану вимагає формування такого типу розвитку економіки, який забезпечить її ефективне функціонування та зростання у майбутньому. Досвід розвинених країн показує, що таким типом розвитку є інноваційний. Економічний розвиток економіки країни залежить від рівня інноваційної діяльності кожного підприємства. Впровадження інновацій є головним рушійним чинником забезпечення ефективної діяльності як окремих підприємств, так і економіки країни в цілому.

Поряд з загальновідомими підходами сучасний етап розвитку економіки України характеризується системними проблемами в області енергозбереження, матеріаломісткості та застарілості технологічної організації виробництва. Вказаний комплекс проблем, з однієї сторони, виступає закономірним наслідком неефективного управління за командно-адміністративної економіки, а з іншої – залишається складним для розв'язання в коротко- та середньостроковій перспективі.

Поряд з напрацьованими підходами недоліком залишається управління інноваційним розвитком виключно з точки зору його вузького трактування в межах ключових домінуючих наукових концепцій. На їх фоні проявляється велика кількість системних викликів та негативних тенденцій, які не лежать в традиційному руслі трактувань та потребують аналізу в комплексі ключових чинників інноваційного розвитку.

У зв'язку з цим є об'єктивна необхідність проаналізувати сучасний стан та перспективи інноваційного розвитку промислових підприємств України в системі ключових чинників та тенденцій господарської діяльності суб'єктів господарювання.

Зважаючи на те, що джерелом власних коштів підприємств, що спрямовуються на інноваційну діяльність, є прибуток, стає зрозумілим причина низького рівня інноваційної активності. Більшість підприємств працює збитково, а ті, що отримують прибуток, не поспішають ним ризикувати, адже інноваціям притаманний високий рівень ризику. Саме тому, для розвитку інноваційної діяльності слід активно розвивати банківський сектор в частині залучення цільових інвестицій, вигідного вкладення вільних фінансових коштів підприємств, фінансування перспективних науково-технічних досягнень. Частка банківського сектору в фінансуванні інновацій є занадто низькою.

Вищою ланкою в ланцюжку інноваційної стратегії могло б стати створення спеціалізованого інноваційного банку, який з більшою ефективністю забезпечував би виконання програм науково-технічного і соціально-

економічного розвитку промислових компаній, одержання прибутку від реалізації даних програм.

Активізація фінансування вітчизняних інновацій та трансфер закордонних інновацій залежать, перш за все, від активних дій зі сторони держави:

- сприяння та підтримка підприємств, що займаються інноваційною діяльністю;
- гарантування та захист прав іноземних інвесторів;
- стабільне законодавство [1, с.63].

До чинників, що сприяють зростанню ефективності інновацій, належать:

- спроможність керівників підприємства і персоналу усвідомлювати та оцінювати економічні, соціальні й технологічні зміни у зовнішньому середовищі;
- орієнтація керівників підприємства на довгострокову перспективу та наявність чітких стратегічних цілей;
- розвинена система збуту та маркетингу, спроможна досліджувати та оцінювати ринкові ідеї, уміння аналізувати та реалізовувати нові ідеї [2, с.54].

Інноваційний розвиток реалізується за допомогою короткотермінових та середньотермінових проектів і програм в основних сферах діяльності. Найважливіше місце в процесі його реалізації займають маркетингові дослідження та планування, за допомогою яких поширюється інформація про компанію, її конкурентні переваги на базі унікальних особливостей і нових проектів. Тому важливим є розроблення на промислових підприємствах стратегії інноваційного розвитку. В свою чергу, забезпечення інноваційного розвитку вітчизняних промислових підприємств залежить як від дій безпосередньо керівництва підприємств, так і від дій на рівні держави профільних міністерств та відомств.

Вітчизняні підприємства мають незадовільний рівень інноваційного розвитку, що є наслідком, в першу чергу, хибних підходів до управління підприємствами та економікою країни за командно-адміністративної системи господарювання. Разом з тим, в сучасних умовах негативні тенденції викликані недостатнім фінансуванням, низьким рівнем зацікавленості керівництва підприємств в інноваціях, високим рівнем ризику. Для подолання вказаних недоліків роботи промислових підприємств потребує суттєвого покращення система управління інноваційною діяльністю, оскільки відсутність інноваційного розвитку призведе до подальшого морального старіння основних засобів промисловості, і, як наслідок, її не конкурентоспроможності на світовому та національному ринках.

Література

1. Інноваційний розвиток економіки та напрямки його прискорення / [за ред. В. П. Александрової]. – К. : Ін-т екон. прогнозування НАН України, 2002. – 236 с.
2. Стратегічне управління інноваційною діяльністю як основа економічної безпеки національної економіки : монографія / [М. В. Гаман, О. І. Даций та ін.]. – Донецьк : ТОВ «Юго-Восток, Лтд», 2008. – 281 с.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ ОДЕСЬКОГО РЕГІОНУ

Одним із пріоритетних напрямків соціально-економічного розвитку Одеської області до 2020 р. [1, с.9, 71] визнано розбудову сучасної індустрії. В межах пріоритету виокремлено чотири стратегічні цілі: відновлення виробничого потенціалу, досягнення 5-6 рівнів технологічного укладу, впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку індустрії та створення умов для розвитку малого та середнього бізнесу в індустрії.

Досягнення реалізації стратегічної мети – «Впровадження інноваційно-інвестиційної моделі розвитку індустрії» – вбачається можливим за допомогою таких завдань: 1) створення умов для впровадження на підприємствах індустрії інноваційних проектів з прийнятним рівнем рентабельності та терміном їх окупності; 2) стимулювання власного в регіоні виробництва продукції для зменшення частки (а в ідеалі повного заміщення) на регіональному ринку імпортованих товарів; 3) відродження науково-промислових центрів (інститутів) для впровадження у виробництво нових інноваційних технологій, нової техніки, засобів автоматизації; 4) створення сприятливого інвестиційного клімату в регіоні для активного інвестування у інноваційні проекти коштів українських інвесторів; 5) підвищення інноваційної активності підприємств; 6) стимулювання винахідницької діяльності; 7) формування сприятливого інвестиційного клімату в регіоні для активного притоку іноземних інвесторів, зокрема шляхом створення індустріальних парків.

Реалізація окреслених завдань дозволить збільшити обсяги виробництва промислової продукції та підвищити продуктивність праці, оскільки впровадження модернізаційної моделі розбудови сучасної індустрії в регіоні передбачає переважно інтенсивний шлях розширеного відтворення основних фондів, а саме реконструкцію та технічне переозброєння діючих підприємств індустрії. Нові підприємства, що створюватимуться за рахунок як внутрішніх, так і зовнішніх джерел інвестування, мають «принести» в регіон новітні технології, сучасне обладнання, тобто підвищити технічний рівень виробництва, що є головним фактором зростання продуктивності праці.

Література

1. Стратегія економічного та соціального розвитку Одеської області до 2020 року: [Монографія]. – Одеса : Астропринт, 2012. – 112 с.

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

В економіці України земельні ресурси відіграють особливо важливу роль, оскільки саме вони є базою виробництва продовольчої продукції та сировини для підприємств промисловості. В умовах ринкової економіки, запровадження приватної власності на землю, створення різноманітних форм господарювання існує підвищений інтерес як до самої землі, так і підходів щодо використання та способів її обробітку, що в даних умовах є цілком закономірним явищем.

Особливої актуальності в сучасних умовах господарювання набуває проблема екологічно безпечного використання земельних ресурсів, оскільки нераціональне використання земель сільськогосподарського призначення в Україні вже сьогодні призвело до зниження родючості ґрунтів, поширення ерозійних процесів, збільшення площ забруднених і деградованих земель. Важливою умовою в цьому процесі має стати впровадження на підприємствах сільськогосподарської сфери інновацій, заснованих на прогресивних формах використання та охорони земельних ресурсів.

Слід зазначити, що в аграрному секторі розвиток і вдосконалення комплексного формування сільськогосподарського землекористування обумовлюється необхідністю підвищення виробничих властивостей земельних ресурсів, залучення в інтенсивний сільськогосподарський оборот неефективно використовуваних земель посушливих регіонів і на цій основі активізації людського фактора, який забезпечує прискорений розвиток малообжитих районів з низькою віддачею земель.

Інноваційна діяльність підприємств в сфері організації сільськогосподарського землекористування повинна бути орієнтована, насамперед, на формування ефективного еколого-економічного потенціалу, найбільш продуктивного виконання всіх виробничих процесів на підприємствах сільськогосподарської сфери, введення інтенсивного використання агроландшафтів.

Конструктивні та технологічні рішення при впровадженні інноваційних підходів до організації сільськогосподарського землекористування вітчизняними сільськогосподарськими підприємствами повинні бути спрямовані на створення високопродуктивних земель, на впровадження енергозберігаючих технологій, на охорону природного середовища агроландшафтів і забезпечувати найкращу привабливість для потенційних інвесторів в економіку землекористування.

Поряд із забезпеченням раціонального сільськогосподарського землекористування заснованого на підвищенні родючості ґрунтів, поліпшення якості сільськогосподарських угідь, здійснюються заходи щодо впровадження

на підприємствах високопродуктивної техніки та високих технологій, прикладами яких можуть бути енерго- і ресурсозберігаючі системи для вирощування сільськогосподарських культур.

Автоматизована модель ефективного управління процесом організації сільськогосподарського землекористування передбачає наявність певної ієрархічної системи підприємств сільськогосподарської сфери, в якій періодично повторюються процеси отримання та переробки інформації про стан сільськогосподарських земель, здійснюється прийняття певних рішень, спрямованих на поліпшення сільськогосподарської діяльності підприємств.

Тому одне з основних завдань у цій сфері полягає в удосконаленні методів формування та перетворення інформаційних відомостей про стан сільськогосподарських земель, якості й кількості сільськогосподарських угідь, інфраструктури та інших об'єктах сільськогосподарського землекористування в межах управління між різними послідовно підлеглими рівнями ієрархії автоматизованої системи як комплексу взаємодіючих і взаємопов'язаних структурних утворень.

Активною формою інноваційної діяльності сільськогосподарських підприємств, освоєння новацій у сільськогосподарському виробництві є консалтинг, консультування працівників галузі з економічних, господарських, меліоративних, екологічних, правових та інших питань з метою підвищення рівня їх знань для прийняття найбільш ефективних рішень з розвитку сільськогосподарського землекористування.

Аналіз природних умов сучасного стану використання земель сільськогосподарського призначення дозволяє стверджувати, що одним з напрямів вдосконалення діяльності сільськогосподарських підприємств є впровадження інноваційних підходів щодо формування екологічно безпечного сільськогосподарського землекористування.

Інноваційні підходи у розвитку сільськогосподарського землекористування полягають у створенні підприємствами сільськогосподарської сфери, на основі наукових досліджень, науково-технічної продукції нового або удосконаленого характеру, яка забезпечує раціональне і екологічно безпечне використання земельних ресурсів, дозволяє об'єктивно планувати і здійснювати ними комплекс природно-охоронних заходів.

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Одними з найефективніших стимулів активізації інноваційної діяльності стають фінансові питання, пов'язані з формуванням і вдосконаленням системи фінансового забезпечення інноваційної діяльності та пошуком перспективних джерел її фінансування. Актуальність питання зумовлена обмеженістю фінансових ресурсів, яка властива сучасній економічній ситуації, а також необхідністю створення ефективних форм фінансового забезпечення для кожного з етапів інноваційної діяльності.

Ефективна інноваційна діяльність на виробничому підприємстві можлива лише за участі інноваційної інфраструктури, яка здатна надати йому широкий спектр послуг. Метою створення будь-якої інноваційної інфраструктури має стати цілеспрямоване забезпечення насамперед тих підприємств, що належать до стратегічних галузей економіки для припинення їх спаду виробництва. Вирішення таких проблем можливе за умови комплексної підтримки інноваційної діяльності для збереження та подальшого розвитку на них виробничого, науково-технічного, економічного потенціалів.

Водночас кожна сформована інноваційна інфраструктура, беручи на себе ризик, має відповідати за структурну перебудову на підприємстві, зміну номенклатури продукції, створення нової продукції на основі нових виробничих процесів. Тобто, новостворена інноваційна структура повинна стати не тільки гарантом фінансування інноваційної діяльності промислового підприємства, але і нагромаджувачем коштів для створення власного інноваційно-інвестиційного фонду, який міг би об'єднати:

- бюджетні кошти (кошти державного та місцевого бюджетів);
- іноземні інвестиції, виділені інноваційної діяльності (міжнародні програми, іноземні гранти, приватні інвестиції, кошти іноземних наукових фондів);
- кредити банків за доступними відсотками, оскільки банківські установи видають довгострокові кредити під високий відсоток, що жодні наука на підприємстві не зможуть окупитись;
- фінансовий лізинг;
- кошти спонсорів (якщо спонсори надають перевагу саме інноваційній структурі, як посереднику щодо передачі коштів для гарантії, що їх фінансові інвестиції будуть використані точно за призначенням, стримуючи при цьому можливість виникнення ряду злочинів, пов'язаних з розкраданням грошових засобів).

Таким чином, фінансові стимули сприяють активізації впровадження інновацій за умов правового та управлінського вирішення проблем, пов'язаних з трансфертом технологій, створенням інноваційної інфраструктури, захистом прав інтелектуальної власності.

СУБКОНТРАКТИНГ КАК СОВРЕМЕННАЯ ФОРМА ИНТЕГРАЦИИ МАЛОГО И КРУПНОГО БИЗНЕСА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Субконтрактинг – одна из форм организации производства, при котором используется разделение труда между заказчиком и поставщиками. Заключается в том, что одно промышленное предприятие (контрактор) размещает на другом предприятии (субконтракторе) заказ на разработку или изготовление некоторой продукции, или на выполнение технологических процессов в соответствии с требованиями заказчика, позволяющее компании-контрактору выстроить более действенную и эффективную организационную структуру производства. Изучение теоретико-методологических основ субконтрактинга и вопросов производственной кооперации позволяют выделить три модели субконтрактной системы – американскую, японскую и европейскую.

На территории Республики Беларусь субконтрактные отношения до сих пор не достигли необходимого уровня развития ни в количественном, ни в качественном отношении. В то же время интерес, проявляемый руководителями предприятий к применению механизма субконтракции, свидетельствует о том, что рассматриваемое экономическое явление имеет значительный потенциал развития и должен стать весомым элементом строящейся модели белорусской промышленности при условии формирования соответствующей инфраструктуры, в том числе центров субконтракции.

Обобщение информации о содержательной стороне субконтрактных отношений позволило сформировать концептуальную модель субконтрактного взаимодействия крупных и малых промышленных предприятий. В результате анализа современной теории и практики стратегического управления интеграционными образованиями были выявлены ключевые характеристики сильных и слабых сторон субконтрактинга как формы интеграции.

Сильные стороны субконтрактинга:

- 1) способствует оптимизации производства и повышению конкурентоспособности на уровне предприятий и региона в целом;
- 2) максимизация производственных мощностей крупного предприятия в определенных точках производственного цикла и концентрация ресурсов на внедрении новых технологий;
- 3) рост ресурсообеспеченности, уровня специализации и технологического развития малого предприятия;
- 4) снижение непроизводительных издержек крупного предприятия: на создание сбытовых систем и содержание перегруженных производств в ходе реализации стратегии «Проникновения на рынок с малыми партиями товара при незначительном объеме производства»;

5) возможность более гибкого реагирования на изменения внешней среды (адаптивность) и к изменению спроса;

6) территориальная диффузия для экономических систем субконтрактинга (т.е. территориальное распространение экономической эффективности).

Слабые стороны: 1) зависимость малого предприятия от потребностей (размещения заказов) крупного предприятия, его финансового состояния и платежеспособности; 2) значительные коммерческие риски, связанные с нестабильностью поставок малым предприятием сырья для крупного предприятия, а также несвоевременным выполнением обязательств малым предприятием; 3) чувствительность малого предприятия к изменениям во внешней и внутренней среде крупного предприятия; 4) значительная доля затрат на квалифицированный отбор партнеров по кооперации.

По результатам исследований международной практики в области субконтракции установлено, что данный механизм является наиболее перспективным и действенным инструментом повышения эффективности промышленного производства и обеспечения экономического роста страны в целом, однако это сопровождается рядом проблем, ограничивающих участие малых предприятий в субконтракции.

К таким проблемам относятся:

- зависимость малого предприятия от управленческих решений крупного предприятия-контрактора в виду недостатка основного и оборотного капитала малого предприятия;
- недостаточность ресурсного потенциала малого предприятия, необходимого для обновления основных производственных фондов;
- дефицит высококвалифицированных специалистов на малых предприятиях, который неизбежно отражается на качестве выполнения заказов крупного предприятия, а также на менеджменте и маркетинге;
- ограниченность информационных ресурсов малого предприятия;
- в большинстве случаев отсутствие возможности (программно-аппаратного обеспечения) для проведения сложных проектных работ на малом предприятии;
- недостаток финансовых, материальных и кадровых ресурсов для подготовки к сертификации систем менеджмента качества малого предприятия в соответствии с ИСО 9000;
- отсутствие развитой промышленной инфраструктуры.

Дальнейшее развитие стратегического интеграционного взаимодействия малого и крупного предпринимательства в форме субконтрактинга должно основываться на системном и комплексном подходах, учитывать специфику совместного протекания бизнес-процессов, способствовать повышению конкурентного потенциала интегрированной предпринимательской структуры с целью расширения возможностей долгосрочного конкурентного сотрудничества.

ОЦІНКА ДИНАМІКИ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЧИННИКИ ЇХ ФОРМУВАННЯ

Належний рівень фінансового забезпечення діяльності суб'єкта господарювання значною мірою визначає ефективність діяльності підприємства та сприяє реалізації його довгострокових фінансових цілей у процесі поступового економічного розвитку. У зв'язку з необхідністю прискорення післякризового відновлення економіки України особливого значення набуває оцінка динаміки фінансових результатів підприємств та визначення чинників впливу на їх формування.

Поглиблений аналіз динаміки показників фінансових результатів діяльності вітчизняних підприємств засвідчив наявність певних негативних явищ в реальному секторі економіки. Зокрема, незважаючи на зниження частки збиткових підприємств у загальній кількості підприємств в Україні у 2011 р., сума збитків майже не знизилася та залишається досить значною – 141, 1 млрд. грн., що становить 10,7 % від ВВП. При цьому в промисловому секторі економіки України при зниженні частки збитково працюючих підприємств на 2,8 відсоткових пункти суми збитків у 2011 р. зросли на 30 % та становили 49,9 млрд. грн. [1]

Окремо слід звернути увагу й на уповільнення темпів зростання обсягів реалізованої продукції (з 132,1 % у 2010 р. до 124,8 % у 2011 р.) промислових підприємств, виручки від реалізації товарів, робіт та послуг, чистого доходу, позитивних фінансових результатів до оподаткування (ФРдо) та чистих прибутків у 2011 р. при одночасному підвищенні темпів зростання від'ємних фінансових результатів до оподаткування та чистих збитків підприємств промисловості (табл.).

Таблиця

Динаміка показників фінансових результатів промислових підприємств

Показник	Станом на 31.12. 2009 р.		Станом на 31.12.2010 р.		Станом на 31.12. 2011 р.	
	млн. грн.	Тз, %	млн.грн.	Тз, %	млн. грн.	Тз, %
Виручка від реалізації товарів, робіт та послуг	1027592	88,07	1360540	132,40	1722615	126,61
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	852875,6	86,81	1127528	132,20	1438066	127,54
Позитивний ФРдо	43697,3	61,71	67601,4	154,70	106026,8	156,84
Від'ємний ФРдо	48485,4	95,88	40755,5	84,06	41370,5	101,51
Чисті прибутки	33302,1	60,35	50339,6	151,16	87061,3	172,95
Чисті збитки	47494,6	95,68	38450	80,96	49983,8	130,00

Джерело: розраховано автором на основі даних [1].

Віддаючи належне негативному впливу зовнішніх чинників на результати фінансово-господарської діяльності господарюючих суб'єктів, зазначимо, що їх вплив можна було б нівелювати, або хоча б зменшити за умови вирішення внутрішньогосподарських проблем підприємницького сектору, що накопичувалися роками, і належним чином досі не вирішені. До таких проблем слід віднести:

- зниження інвестиційної привабливості підприємств, зумовлене відсутністю надійних механізмів прав захисту власності та прав суб'єктів інвестиційної діяльності, що призводить до формування закритих організаційно-правових форм господарювання та гальмування процесів модернізації і технологічної перебудови підприємств (ступінь зносу основних фондів станом на 31.12.2010 р. становив 63 %) [2, с.27];

- низький рівень якості фінансового менеджменту, що виявляється у відсутності ефективної системи контролю за рухом основних засобів та витрат, нездатності залучати фінансові ресурси, особливо необхідних для забезпечення платоспроможності та ліквідності підприємства, і призводить до накопичення значних сум дебіторсько-кредиторської заборгованостей, зростання рівня боргового навантаження;

- значний рівень концентрації власності підприємств, пакети акцій яких розподілені серед офшорних компаній, які належать фізичним особам-резидентам, що призводить до перекачування фінансових та інших ресурсів шляхом застосування трансфертних цін і переносом збитків на базове підприємство;

- повільне підвищення якості корпоративного управління, що обумовлює низький рівень відповідальності керівників та топ-менеджерів підприємств за фінансові результати роботи підприємства, незацікавленість керівництва в оптимізації структурних характеристик підприємства, які становлять каркас його фінансової архітектури, орієнтації роботи компанії на короткострокові результати.

Таким чином, підсумовуючи викладене, зазначимо, що в умовах неможливості нівелювання впливу зовнішніх чинників на формування фінансових результатів діяльності підприємств, безпосереднім об'єктом реалізації заходів менеджменту щодо покращення фінансового стану вітчизняних підприємств повинні бути компоненти їх фінансової архітектури, оптимізація яких дозволить вирішити окреслені нами проблеми.

Література

1. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
2. Статистичний збірник «Основні засоби України за 2000-2010 рр.» / За ред. М. М. Собко – К. : Державний комітет статистики України, 2012. – 293 с.

МАЙНОВИЙ СТАН ПІДПРИЄМСТВ КАБЕЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЯК ФАКТОР ВАРТОСТІ

Визначення вартості підприємств кабельної промисловості як представників виробничої сфери не може зводитись до аналізу фінансових величин, запропонованих для кредитних установ. Чільне місце в цьому процесі належить показникам майнового стану та ефективності використання ресурсів.

Аналіз виробників кабелю як галузевої сукупності передбачає їх порівняння та ранжування за значеннями розрахованих показників. Проте він підлягає впливу обмежень. По-перше, вони неоднорідні за масштабами діяльності та позицією на ринку, тому зіставлення можливе тільки за відносними величинами. По-друге, мають місце суттєві відмінності у асортименті продукції та у колі кінцевих споживачів. Вихідні умови збуту, фактори, які визначають попит на продукцію і прибутковість, неоднакові для всіх підприємств репрезентативної групи. По-третє, проблемним моментом виступає участь у капіталі деяких підприємств іноземного капіталу або їх приналежність до великих зарубіжних холдингів. Ці причини надають результатам порівнянь умовності та унеможлюють обчислення середньогалузевих показників.

Технічний стан основних фондів виробників кабелю за останнє десятиріччя в цілому погіршився. За коефіцієнтом зносу за період 2008-2011 рр. їх можна згрупувати за шкалою фізичного зносу та стану обладнання, запропонованою Deloitte & Touche :

Знос від 0 до 33 %	Азовкабель, Чернігівкабель
від 34 до 50 %	Агрокабель, Еней-Електрокабель
від 51 до 67 %	Бердянський кабельний завод, Південькабель, Елтіз,
від 68 до 83 %	Інформаційно-маркетингова служба, Промбудкабель, Преттль Кабель Україна, Донбаскабель
понад 83 %	Одескабель

Попри активне впровадження новітнього обладнання лідерами галузі, їх коефіцієнти зносу сягають найвищих значень. У 2011 р. Одескабель звітував про 89 % зношеності фондів, Донбаскабель – 76 %. Переважна більшість їх фондів – обладнання і машини. Ми пояснюємо цю тенденцію політикою прискореної амортизації капітальних вкладень для самофінансування, а не морально і фізично застарілими основними засобами. Тому при використанні методик субстанційної вартості слід робити значні поправки на вартість обладнання за ринковими цінами на дату оцінювання.

Виробники з незначною часткою необоротних активів звітують про знос на рівні 40-70 %, що стосується офісного обладнання, а не активних фондів. Ми

вважаємо недоцільним обчислення середньогалузевого показника зносу, оскільки наведені дані враховують лише кількісну характеристику, зазначену в балансі. Вона, в свою чергу, залежить від облікової політики, і не висвітлює якісних розбіжностей у складі фондів, за якими обраховано знос, їх дійсний фізичний і моральний знос.

Основною причиною поступового збільшення зношеності фондів кабельного виробництва є низькі темпи оновлення. Уповільнення технічного переозброєння пояснюється скороченням попиту на готову продукцію на внутрішньому ринку в наслідок політичних і економічних факторів. Крім того низькими (вони рідко перевищують 1 % на рік) залишаються і коефіцієнти вибуття. Це можна вважати непрямим підтвердженням того, що основні засоби, на думку менеджменту означених підприємств, мають високий потенціал корисної служби попри коефіцієнти зносу, зафіксовані в балансі.

В цілому майновий стан підприємств галузі можна оцінити як задовільний з тенденцією до погіршення, що знижує їх вартість у порівнянні з цифрами, що характеризують їх фінансову стійкість та рентабельність.

Куклінова Т.В.

к.е.н., викладач,

Яценко В.П.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ЩОДО РОЗВИТКУ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ (НА ПРИКЛАДІ ТОВ «АЛЬЯНСЖИЛСТРОЙ»)

Цивілізований ринок будівництва – це ринок в якому враховано інтереси всіх сторін: держави, будівельних підприємств, приватних інвесторів та банків-кредиторів. Проте за даними Держкомстату України, Одеська область увійшла до 10 областей України з найбільшою кількістю недобудов.

Станом на 01.01.2011 р. будівництво було призупинено на 471 об'єкті (40 % від загальної кількості житлового будівництва Одеської області). Так, прикладом найбільш скандальної недобудови Одещини може слугувати покинутий ТОВ «Альянсжилстрой» котлован групи багатопверхівок «Головковська 5-7».

Зазначимо, що з початком кризи восени 2008 р. в складну ситуацію потрапила значна кількість будівельних підприємств. На наш погляд, причинами виникнення стагнації в будівництві є: брак фінансування, безграмотний підхід до витрачання грошей будівельними підприємствами, величезні «бюджети» для вирішення будівельних питань. Загальновідомо, що з проблемами місцевих «поборів» стикаються багато забудовників [1].

Зазначимо, що за період 2002-2006 рр. обсяги будівництва зростали швидкими темпами, попит на житло в новобудовах значно перевищував пропозицію, зростали ціни і на будівельні матеріали. Фактичним джерелом фінансування новобудов був беззаставний, безвідсотковий кредит.

Тому забудовник легко витрачав кошти на розвиток альтернативних будівельним бізнес-напрямків, на нові інвест-проекти, розраховуючи на високі доходи в майбутньому. Так, ТОВ «Альянсжилстрой» за період з 2007-2008рр. залучило на будівництво групи багатопверхівок «Головковська 5-7» 17 млн. грн., вирило лише котлован для одного з цих будинків, витративши при цьому залучені кошти на добудову інших своїх об'єктів [2].

Початком кризи в будівельній галузі ми вважаємо лютий 2006 р. («Еліта-центр») та початок падіння обсягів продажів будівельних підприємств. Зазначимо, що кредитування допомогло відкласти остаточне падіння будівельного ринку до 2008 р. Падіння курсу долара лише погіршило ситуацію, через валютні кредити в банках.

Темпи будівельного ринку почали відновлюватися з кінця 2009 р. Повернулися в нормальне робоче русло компанії-монстри будівельного ринку, з'явилися нові забудовники, які мають доступ до іноземних ресурсів. Поступово і фізичні особи почали вкладати кошти в будівництво будинків. Проте, на наш погляд, знадобиться чимало часу, перш ніж все повернеться до докризового рівня обсягів ринку.

Загальновідомо, якщо об'єкт приносить дохід, то там ведуться будівельні роботи. Деякі забудовники сподіваються викупити у інвесторів площі з дисконтом. Фірми, які зарекомендували себе безвідповідальними забудовниками, реєструють нову юридичну особу та починають бізнес під новою назвою. Так, одеська корпорація «Альянс» зареєструвала у м. Києві нову фірму – «Альянс-Білдінг Груп».

Ми пропонуємо наступні шляхи вирішення проблем недобудов з залученням органів влади:

- самоорганізація інвесторів, з метою спільного ефективного відстоювання своїх прав;
- удосконалення українського законодавства, з метою захисту інтересів, перш за все, приватних інвесторів;
- виявлення фактів привласнення коштів інвесторів посадовими особами забудовників;
- заміна забудовника;
- перепланування житлового об'єкту з ціллю одержання додаткових площ;
- передача долі міста на житловому об'єкті забудовнику;

Отже, постійний діалог громадянського суспільства з органами влади та бізнесом є основою для поновлення ринку житлового будівництва.

Література

1. Как строят в Одессе : почти треть сметы уходит на откаты. Пример “Альянса” [Электронный ресурс]. – Режим доступа :

<http://hrabro.com/17701>

2. Онькова В. В. Ни денег, ни квартир / Онькова В. В. // Вечерняя Одесса, 2012, № 124-125, 23 августа.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ БУДІВНИЦТВА «СОНЯЧНИХ ВІТРИЛ» В ОДЕСЬКОМУ РЕГІОНІ

Актуально гострою залишається для України проблема забезпечення енергетичних потреб альтернативними джерелами. Одним з перспективних напрямів її вирішення є використання сонячної енергії шляхом будівництва електростанцій на сонячних батареях – «сонячних вітрил». Особливо нагальною проблема енергозабезпечення є для Одеського регіону, який за останні 20 років зменшив споживання паливно-енергетичних ресурсів майже на 30%. На жаль, таке скорочення зумовлене не поширенням енергозберігаючих технологій, а кризовою ситуацією [1, с.103].

Проблеми створення потужностей з виробництва сонячної енергії у своєму загалі не є регіональними, більшість з них гальмує поширення енергозберігаючої технології по території всієї країни. Відстежити цю ситуацію можна на прикладі будівництва на території Одеської області у Білгород-Дністровському районі біля села Старокозаче електростанції на сонячних батареях потужністю 40 МВт. Станція вже готова на 95 % і невдовзі буде повністю здана в експлуатацію. Генеральним підрядником будівництва стала добре відома по аналогічним об'єктам компанія «Енесайбуд». У будівництві були задіяні 500 робітників. На реконструкцію діючих підстанцій та нове будівництво заплановано використати майже 1,3 млрд. грн. На самому підприємстві передбачається створення 20 нових робочих місць з сучасними умовами роботи та високим рівнем оплати праці.

Реалізація проекту забудовником (китайсько-південнокорейським підприємством) висвітлила ряд проблем ще на стадії будівництва, а саме: низький рівень розробки та керування проектом (технологічна неузгодженість стадій реалізації, висока витратність); незначні соціально-економічні (мала кількість нових робочих місць та податку до місцевого бюджету) та вагомі екологічні (виведення землі з сільгосподарства, зменшення кількості осадків) наслідки його реалізації для територіальної громади.

Література

1. Одеський регіон : передумови формування, структура та територіальна організація господарства : навч. посібник / Одес. нац. ун-т ім. І. І. Мечникова ; авт. колектив : О. Г. Топчієв [керівник], І. І. Кондратюк, В. В. Яворська та ін. – Одеса : Астропринт, 2012. – 336.

ДЕФІНІЦІЯ АМОРТИЗАЦІЇ В ПОДАТКОВОМУ ТА БУХГАЛТЕРСЬКОМУ ОБЛІКУ

Сьогодні в Україні серед багатьох найактуальніших та найважливіших проблем одним з недостатньо розроблених питань залишається проблема амортизації основних фондів як джерела простого відтворення та її місця серед інших фінансових джерел такого відтворення. Безперервний процес виробництва на підприємстві вимагає постійного відтворення фізично спрацьованих і морально застарілих основних фондів. Необхідною умовою такого відтворення у натуральній формі є їх відшкодування у вартісній формі, яке здійснюється через амортизацію. В практиці вітчизняних підприємств ще й досі ототожнюють поняття «знос» і «амортизація» основних фондів, відображаючи в звітності величину зносу основних фондів, розраховану на основі обраного із загальноприйнятих методів амортизації. Недоцільно ототожнювати дефініції «знос» і «амортизація», оскільки вони мають різну природу походження. Пропоную наступні їх визначення.

Знос – це втрата вартості та корисності об'єкта основних фондів, його знецінення внаслідок спрацювання, техніко-економічного старіння та інших внутрішніх і зовнішніх умов, що впливають на втрату об'єктом своєї відновної вартості.

Амортизація – це процес повернення і нагромадження коштів для простого відтворення основних фондів підприємств одним із загальноприйнятих методів її нарахування. Вона залежить не від реального зносу, а саме від конкретного методу амортизації [3].

Амортизація має велике значення для економіки. Оскільки амортизація становить значну частину витрат виробництва, оскільки вона справляє істотний вплив на фінансові результати господарської діяльності та оподаткування підприємств.

У господарському законодавстві амортизацію розглядають з позицій бухгалтерського і податкового обліків.

Бухгалтерська амортизація – це систематичний розподіл вартості активів (основних засобів) протягом строку їх корисної експлуатації в порядку, що визначається стандартами бухгалтерського обліку.

Податкова амортизація – це систематичний розподіл витрат на придбання і (або) виробництво основних засобів протягом певного встановленого строку в порядку, що визначається податковим законодавством [1].

Із прийняттям Податкового кодексу попередній недосконалий механізм нарахування амортизації в податковому обліку був скасований, а оновлений порядок – істотно наближений до правил і процедур, котрі застосовуються в бухгалтерському обліку, що вже саме по собі є позитивним. Окрім того, платники податку отримали значно більше свободи при визначанні суми

амортизаційних відрахувань (обрання методу нарахування амортизації, визначення терміну служби основних засобів, їх ліквідаційної вартості тощо), а отже й можливість впливати на величину об'єкта оподаткування, суму податку на прибуток, скористатися ефектом податкової економії, який широко використовують розвинуті країни сучасного світу [2].

Незважаючи на досить істотне наближення механізму нарахування амортизації з метою визначення податку на прибуток до правил, застосовуваних у бухгалтерському обліку, їх повної тотожності досягти не вдалося з таких основних причин:

- як і раніше, в податковому обліку не підлягають амортизації невиробничі та безкоштовно отримані, за деякими винятками, основні засоби, тоді як у бухгалтерському обліку їх амортизують у загальному порядку;

- в податковому обліку залишено норму, згідно з якою витрати на ремонт реконструкцію, модернізацію та інші види поліпшення основних засобів у межах 10 % сукупної балансової вартості включаються до складу витрат, а понад цей ліміт – підлягають амортизації. Натомість у бухгалтерському обліку до витрат дозволено зараховувати виключно ті з них, що здійснені з метою підтримання об'єктів у робочому стані, а будь-які витрати, що передбачають збільшення майбутніх економічних вигід, очікуваних від використання об'єкта основних засобів (модернізація і інші), збільшують їх первісну вартість та підлягають амортизації;

- непорівнянні передумови проведення переоцінки основних засобів;

- довільне визначення вартісного критерію предметів, що включаються до групи малоцінних необоротних матеріальних активів, у бухгалтерському обліку та чітко регламентоване в податковому обліку;

- встановлення мінімальних термінів експлуатації та нарахування амортизації за об'єктами основних засобів для цілей податкового обліку без застосування подібних обмежень у бухгалтерському обліку;

- передбачені обмеження на використання методу прискореного зменшення залишкової вартості в податковому обліку без запровадження обмежень для цілей бухгалтерського обліку [1, 2].

Література

1. Губа Є. Амортизація основних засобів: бухгалтерський та податковий облік // Справочник економіста. – 2008. – № 5. – С. 52-59.

2. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 р. зі змінами та доповненнями. // Офіційний портал Державної податкової служби [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://sts.gov.ua/nk/>

3. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 7 «Основні засоби» № 92 від 27.04.2000 р. зі змінами та доповненнями // Бібліотека бухгалтерського обліку [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://pro-u4ot.info/index.php?section=browse&CatID=92&ArtID=115>

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТЕХНОПАРКІВ: ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ

Проблеми збалансованого розвитку економіки і раціонального розміщення продуктивних сил з 1950-х років займають центральне місце в ряду стратегічних напрямків державної економічної політики в більшості розвинених держав. Теоретичною основою для вирішення зазначених проблем стала концепція «полюсів зростання» Ф. Перро, згідно з якою розвиток периферійних районів йде навколо «вогнищ або полюсів зростання» [1, с.90-95].

Безсумнівно, що процес створення та функціонування технопарків в якості «полюсів зростання» має бути стратегічно спланованим, тому необхідно виявити та комплексно оцінити певні соціально-економічні ефекти як у вигляді прогнозів при створенні нового технопарку, так і у вигляді звітів від діяльності тих парків, що вже працюють.

Практика показує, що технопарк, який функціонує, робить істотний внесок в економіку регіону за рахунок: стимулювання економічного зростання регіону; диверсифікації місцевої економіки, що робить її більш стійкою; розвитку успішних компаній малого та середнього бізнесу; збільшення доходів місцевого бюджету тощо [2; 3].

Існують певні утруднення при оцінці ефективності створення технопарку, яка не може мати всеосяжного характеру, оскільки практично не виявляється можливим передбачити всі економічні наслідки розвитку інтеграційної взаємодії між всіма елементами технопарку та наслідки для території його дислокації. Відбір показників для оцінки ефективності технопарку повинен проводитися з позиції максимальної кількості зацікавлених сторін. У створенні технопарку зацікавлені, як мінімум, три сторони – інноваційні підприємства (резиденти технопарку), базове (материнське) підприємство, територіальне співтовариство (регіон). Тому показники ефективності необхідно диференціювати відповідно до цілей учасників технопарку. На першому етапі створення технопарків, як показує світова та вітчизняна практика, має проводитись угруповання та систематизація цілей усіх перелічених сторін.

На другому етапі необхідним вважається провести комерційну оцінку результативності проектів кооперації, які пропонуються до реалізації резидентами технопарку. При цьому бажано визначити не тільки вигоди, але й терміни реалізації проектних рішень. Сукупність таких оцінок дозволить усунути проекти, що дублюють один одного, уникнути безперспективних інвестиційних проектів, перерозподілити ненавантажені виробничі потужності технопарку для потреб інших учасників. На даному етапі оцінки, крім цільових очікувань підприємств-резидентів технопарку, забезпечується сукупна мета - відбір ефективного портфеля проектів учасників технопарку (як з позиції

очікуваних результатів, так і мінімізації часу на досягнення запланованого результату). На цьому ж етапі доцільно проводити оцінку можливостей досягнення цільової комерційної ефективності створення технопарку для базового підприємства.

На третьому етапі оцінки створення технопарку доцільним вважається виявити його можливості з отримання соціальних результатів, які мають значення для регіону. В економіці прийнято розрізняти внутрішню і зовнішню ефективність діяльності господарюючого суб'єкта. У технопарку внутрішня ефективність повинна відображати оцінку результативності підприємств-резидентів, їх продуктивність на основі співвідношення витрат і результату у певному проміжку часу. Зовнішня ефективність зазвичай характеризує результати інтеграційного процесу для задоволення суспільних потреб, насамперед, для регіону базування технопарку. Суспільна корисність від створення технопарку виражається в соціально-економічних наслідках для регіону в цілому.

Таким чином, система показників, що характеризують зміст суспільної ефективності створення технопарку в регіоні, повинна розраховуватися за напрямками очікуваної результативності діяльності технопарку і включати показники, що характеризують віддачу від проектів технопарку: створення робочих місць (кількістю новостворених робочих місць на підприємствах-резидентах технопарку); зростання доходів бюджетів всіх рівнів; виробництво нових товарів, робіт, послуг (консолідована виручка від реалізації товарів, продукції, робіт, послуг за проектами технопарку; консолідована додана вартість за проектами технопарку); підготовка кадрів (величина контрактів на підготовку профільних фахівців, укладених між ВНЗ, коледжами та підприємствами-резидентами технопарку; кількість студентів, яким оплачується навчання, кількість співробітників, що пройшли курси підвищення кваліфікації); розвиток інфраструктури інноваційного ведення бізнесу (кількість проектів технопарку, спрямованих на розвиток об'єктів інфраструктури; кількість комплексних інформаційних систем, включених в єдиний інформаційний простір).

Література

1. Perroux, F. (1950) Economic space: theory and applications. Quarterly Journal of Economics, 64 : pp. 89-104.
2. Аллен Д., Берр Д., Бродхерст Т. Научный парк : организация и управление: пер. с англ. / Д. Аллен, Д. Берр, Т. Бродхерст. – Л., 2000. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.prometeus.nsc.ru/archives/exhibit2/naugrad.ssi-52k>
3. Шукшунов В. Е., Варюха А. М. Технопарки : определения, признаки, показатели деятельности // Инновации. – 1998. – № 2-3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://transfer.eltech.ru/innov/archive.nsf/0d592545e5d69ff3c32568fe00319ec1/e1d1042c5b096e50c32569dc00544101?OpenDocument>

ОРГАНІЗАЦІЙНО-УПРАВЛІНСЬКІ ІНСТРУМЕНТИ СПРИЯННЯ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Актуальність розвитку економіки України на інноваційних засадах обумовлена рядом факторів, серед яких відставання у науково-технічному прогресі від провідних економік світу, як наслідок посилення залежності від матеріальних, фінансових та інформаційних ресурсів країн «технологічних новаторів» та «технологічних послідовників». Загострення екологічних проблем, в наслідок нерационального використання ресурсного потенціалу та забруднення навколишнього середовища, вимагає пошуку та впровадження екологічно спрямованих, інноваційних механізмів господарювання. Зростання соціальної напруженості між різними верствами населення в наслідок нерівномірного розподілу матеріальних благ також вимагає рішучих дій, щодо розвитку економіки та суспільства України відповідно до інноваційних принципів.

Незважаючи на прийняту Верховною Радою України в 1999 р. стратегію інноваційного розвитку України, рівень розвиненості інноваційної економіки оцінюється вітчизняними науковцями як незадовільний [1], а відповідно до Загального інноваційного індексу Європейського інноваційного табло (ЗІІ), що оцінюється компанією EuroINNO за підтримки Єврокомісії у 2010-2011 рр. відбулося його зниження до 63-го місця проти 62-го (з 133 країн) у 2009-2010 рр. На зниження вплинули складові індексу представлені у табл. [2].

Таблиця

Підіндекс “інновації” та його складові для України протягом 2008-2011 рр.

	2008-2009		2009-2010		2010-2011	
	рейтинг з 134 країн	бал (1-7)	рейтинг з 133 країн	бал (1-7)	рейтинг з 134 країн	бал (1-7)
Інновації	52	3,4	62	3,21	63	3,11
Інноваційна спроможність	31	3,8	32	3,7	37	3,5
Якість науково-дослідних інститутів	48	4,2	56	3,9	68	3,6
Видатки компаній на дослідження і розвиток (ДіР)	52	3,3	68	3,0	69	3,0
Взаємозв'язки університетів з промисловістю у сфері ДіР	49	3,6	64	3,5	72	3,5
Наявність вчених та інженерів	54	4,4	50	4,4	53	4,3

На даний час держава створила більш-менш сприятливі інституційні умови для впровадження інноваційних трансформацій на промислових підприємствах. Вважаємо, що провідну роль у розвитку інноваційної економіки відіграє середній та великий бізнес.

Головними причинами, які обумовлюють недостатній розвиток інноваційної діяльності на підприємствах є: високий економічний ризик залучення інвестицій; відсутність у керівництва підприємств стимулу для впровадження інноваційних рішень, через небажання «чекати» окупності капіталовкладень. Але основною причиною бачимо відсутність організаційно-управлінської ланки на підприємстві з моменту зародження інноваційної ідеї до моменту отримання доходу від неї.

На нашу думку, для стимулювання розвитку інноваційної діяльності необхідно створити у структурі підприємства організаційну одиницю, головною метою якої бути з'єднувальною ланкою між винахідниками, інвесторами та продавцями інновацій. Такі структури здійснюють цілеспрямований пошук та моніторинг ідей, фінансових ресурсів та організацій, що займаються збутом інноваційних товарів. Позитивні ефекти від організації структурної одиниці на підприємстві, наприклад, «відділу інноваційних досліджень» наступні: 1) винахідники інноваційних ідей на стадії фундаментальних та прикладних досліджень, як правило, не можуть знайти спільної мови з крупними інвесторами, більш того не намагаються цього зробити, через замкнутість на наукових дослідженнях. Пропоновані структурні одиниці забезпечують весь життєвий цикл інновацій та нівелюють інформаційні та організаційні перепони; 2) існує стереотип, що для досліджень та впровадження інновацій необхідні великі капіталовкладення. Закордонна практика доводить, що найбільш вдалі інновації з економічної точки зору, потребують мінімальних фінансових витрат. Отже основною метою «відділу інноваційних досліджень» є збір ідей та стимулювання попиту на інновації у сфері виробництва, менеджменту, маркетингу, тощо. 3) як правило інноваційні проекти у довгостроковій перспективі надають можливість створення надприбутку за рахунок стрибка рентабельності продажів або за рахунок створення нового сегменту споживачів. Тому витрати на організацію та утримання структурної одиниці інноваційного розвитку на підприємстві навіть з одного проекту окупляться в рази.

Таким чином, створення структурного підрозділу на підприємстві, відповідального за інноваційний розвиток, дозволить знівелювати проблеми розвитку інфраструктури інноваційно-інвестиційного ринку, збільшить приплив інвестицій у інновації особливо на регіональному рівні, підвищить конкурентоспроможність підприємства та економіки взагалі, сприятиме стійкому її розвитку.

Література

1. Інноваційний розвиток в Україні : наявний потенціал і ключові проблеми його реалізації [Електронний ресурс] / Аналітична доповідь центру Розумкова. – Режим доступу :

http://www.uceps.org/additional/analytical_report_NSD55ukr.pdf

2. Інноваційна спроможність та технологічна готовність української економіки у міжнародних порівняннях [Електронний ресурс] / УкрІНТЕІ Режим доступу : http://www.uinteі.kiev.ua/viewpage.php?page_id=432.

ПРОБЛЕМИ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

У світовій економіці інновації є визнаним стратегічним чинником економічного зростання. Інновації здійснюють прогресивний вплив на структуру суспільного виробництва, змінюють економічну організацію суспільства. Проте сучасний стан інноваційної сфери в Україні свідчить про серйозні проблеми. Перш за все, необхідно відзначити, що відсутня цілісна теорія інноваційного розвитку промисловості як джерела перетворень, що не дозволяє розробити цілісну систему перетворень галузі.

Найширше в науковій літературі представлені роботи, що присвячені аналізу і статистичному спостереженню за інноваціями (Ковальов Г.Д., Львов Д.С., Румянцев А.А., Яковец Ю.В. і ін.). У відомих роботах Р. Менша, Л.Н. Огольовой, Р. Солоу, Дж. Форрестера, Й. Шумпетера, Ю.В. Яковца сформульовані макроекономічні моделі, що обґрунтовують концепцію інноваційної складової економічного зростання. В той же час, в літературі і на практиці недостатньо уваги приділено питанню комплексного розвитку інноваційної діяльності, вдосконалення системи управління цим процесом.

Дослідження процесу інноваційного розвитку промислових підприємств дозволило виявити ряд тенденцій. По-перше, в промисловості низька інноваційна активність підприємств, внаслідок чого темпи оновлення виробничого устаткування виявляються недостатніми. Багато в чому це пояснюється відсутністю цілеспрямованого організаційно-економічного механізму, що сприяє їх інноваційному розвитку. По-друге, протягом минулого десятиріччя в українській економіці частіше виникало завдання пошуку шляхів інноваційного розвитку. По-третє, відсутній цілісний державний вплив на процес інноваційного розвитку підприємств.

Має місце і ряд інших невирішених проблем, а саме – проблеми, пов'язані з ефективністю інноваційної діяльності, проблема оцінки чутливості підприємства до змін, проблема взаємозв'язку інноваційних рішень і економічних показників, проблема діагностики.

Аналіз стану промисловості показує наполегливу потребу в інноваційному розвитку підприємств. Першочерговим завданням в такій ситуації стає створення умов для більш ефективної інноваційної діяльності на підприємствах промисловості.

Систематизація проблем інноваційної діяльності промислових підприємств дозволяє стверджувати, що існує необхідність розробки методологічних принципів формування організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку підприємства.

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ЩОДО ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВА

За ринкових умов інвестиційне забезпечення виступає одним із найважливіших факторів стійкого зростання та динамічного розвитку української економіки, оскільки становить підґрунтя для відтворення і розширення виробничо-інноваційного потенціалу вітчизняних підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності й ефективності функціонування [1, с.23]. До оцінювання ефективності управлінського впливу пропонується додати ще один структурний елемент – моделювання бажаної траєкторії зміни стану інвестиційного забезпечення, порівняння якої із фактичною траєкторією руху об'єкта управління у фазовому просторі під час здійснення переходу за результатами моніторингу та діагностики перебігу останнього давало б можливість безперервного контролю і виявлення негативних відхилень не за результатами, а вже в процесі їх досягнення.

На підставі інформації, що надходить із зовнішнього середовища і від об'єкта управління та з огляду на систему цілей інвестування суб'єктом управління формується певна модель та, зокрема за допомогою системи аналітичних показників, визначається майбутній бажаний стан об'єкта управління у фазовому просторі, в якому він має зрештою опинитись в разі ефективного досягнення встановлених цілей, і здійснюється цілеспрямований вплив на об'єкт, а також з урахуванням внутрішніх і зовнішніх можливостей і обмежень та інших факторів впливу переходить від існуючого до того чи іншого нового стану, який, власне, і визначається переліченими умовами. За результатами зіставлення досягнутого і бажаного стану робиться висновок про ефективність інвестиційного забезпечення підприємства, тобто про якість управління. Хоча моделювання здебільшого притаманне стратегічному управлінню, цей елемент також є необхідним і для поточної оптимізації інвестиційного забезпечення підприємства.

Практична значущість запропонованого теоретичного підходу до оцінки ефективності інвестиційного забезпечення підприємства, полягає у тому, що він уможливорює комплексну оцінку ефективності управління інвестиційним забезпеченням не за результатами, а вже в процесі їх досягнення, і дозволяє формувати на її підставі механізм зворотного зв'язку для взаємного узгодження коригуючих впливів підприємства на стан його інвестиційного забезпечення.

Література

1. Гриньов А. В., Деділова Т. В. Управління інноваційним розвитком промислових підприємств у глобальному середовищі : Монографія. – Х. : ХНАДУ, 2008. – 148 с.

КЛЮЧЕВЫЕ МОМЕНТЫ МЕТОДИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ К ОЦЕНКЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Актуальность вопроса оценки инвестиционной привлекательности предприятия не вызывает сомнений и не требует дополнительных каких-либо убеждений. На сегодняшний день в условиях относительной активизации инвестиционных процессов для инвестора одним из ключевых этапов является выбор объекта инвестирования и получения достоверной качественной оценки уровня его привлекательности. В условиях кризиса, когда инвестиционные потоки средств сокращаются, и возникает дефицит кредитных ресурсов, данный вопрос стоит более остро.

Инвестиционная привлекательность предприятия (ИПП) – многогранное понятие, которое включает в себя различные аспекты деятельности предприятия и характеризует его состояние с всевозможных сторон. Данная категория оценивается с помощью системы коэффициентов, которые в свою очередь могут быть объединены в единый интегральный показатель, на основании которого инвестор принимает решение относительно уровня привлекательности объекта инвестирования.

Вопрос оценки ИПП в литературных источниках представлен достаточно широко, но в тоже время требует определенных доработок, в частности это касается набора оценочных показателей, методов формирования интегральной оценки, интерпретации полученных результатов.

В разработанной нами методике оценки ИПП ключевым моментом является этап проведения идентификации инвестора. В зависимости от вида инвестора (кредитный, портфельный, стратегический) представлена различная система оценочных показателей. Это позволит в большой степени учесть требования субъекта инвестирования относительно необходимой информации, не нагромождать неинформативными критериями и коэффициентами, которые не несут смысловой нагрузки для данного вида инвестора.

Кроме того, предложенная методика предусматривает перед формированием комплексной оценки инвестиционной привлекательности предприятия обязательный этап расчета промежуточных результирующих показателей по каждому блоку исследования (финансовое состояние, производственный потенциал предприятия, рыночная активность, маркетинговая составляющая и т.д.) и построение графоаналитической модели. Это дает возможность проведения анализа сильных и слабых позиций объекта инвестирования, выявить основные проблемы, прежде чем они будут сглажены комплексным показателем, принимая во внимание недостатки построения интегральной оценки. Согласно методическим разработкам дальнейшее исследование будет направлено на практическое применение данной методики в области проведения диагностики состояния различных предприятий.

РОЗВИТОК ГАЗОВИДОБУВНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ: ПЕРСПЕКТИВИ ТА ІННОВАЦІЇ

Газовий ринок України як інституційна основа взаємодії газового сектору з усім господарським комплексом, є однією з найважливіших складових не лише ресурсного забезпечення економічного розвитку країни, але й її національної безпеки та енергетичної незалежності. Тому формуванню національного газового ринку надана значна увага в базовому документі, що визначає перспективи вітчизняного паливно-енергетичного комплексу, – Енергетичній стратегії України на період до 2030 р.

Проте, сучасний стан газового сектору України характеризується надвисокою залежністю від імпорту природного газу, відсутністю можливостей диверсифікації поставок, монополізмом на внутрішньому ринку, неефективною ціновою політикою і низьким рівнем інвестицій в розвиток газової галузі. Нормативно-правове забезпечення роботи газового сектору не відповідає ринковим вимогам, гальмує розвиток конкуренції та використання потенційних можливостей газової галузі.

Перспективи розвитку газової промисловості України перш за все пов'язані зі збільшенням обсягів власного видобутку газу, зокрема за рахунок відкриття нових родовищ, насамперед в акваторіях Азовського та Чорного морів, метану вугільних басейнів, а також більш ефективного використання вже розвіданих покладів. Однак всі заходи по збільшенню обсягів власного газу потребують значних капіталовкладень.

Про ефективну роботу в цьому напрямку свідчать досягнуті результати: 5 вересня 2012 р. Президент України В.Ф. Янукович дав команду на пуск промислового газу з Одеського газового родовища, яке ДАТ «Чорноморнафтогаз» розробляє за допомогою високотехнологічної самопідйомної плавучої бурової установки «Петро Годованець». Одеське і Безіменне газові родовища були відкриті в 1988 р. У 2006 р. на Одеському родовищі почалися роботи з його освоєння. Однак через відсутність коштів роботи були призупинені. З цього моменту до 2011 р. на родовищах проводилися тільки геологорозвідувальні роботи з уточнення запасів. Його запаси – 21 мільярд кубометрів газу і воно є найбільшим з родовищ, які були відкриті «Чорноморнафтогазом» у Чорному морі.

У цьому році на родовищі планується добути не менш ніж 53 мільйони кубометрів природного газу. Протягом чотирьох років видобуток газу на Азово-чорноморському шельфі зросте втричі: якщо в 2011 р. «Чорноморнафтогаз» видобув понад один мільярд кубометрів, то в 2015 р. видобуде 3 млрд., і тим самим вийде в лідери видобутку газу в Чорноморському регіоні.

Однак для проведення робіт з експлуатації даного родовища слід широко впроваджувати досягнення науково-технічного прогресу, зокрема новітніх технологій і техніки. Чимало різноманітних програм було створено з цією метою: одні з них орієнтувалися на іноземні інвестиції, інші на реструктуризацію системи оподаткування і створення умов для самофінансування. Робота над створенням інвестиційних проектів в цьому напрямку триває і сьогодні, і важливим є вибір саме тих із запропонованих варіантів, які б дали можливість найефективніше використати власні та залучені кошти і досягти максимального результату. Особливу увагу слід також приділити екологічним проблемам в газовій промисловості, які мають свою специфіку, що полягає в основному у відчуженні та забрудненні земель в районах промислової експлуатації газових родовищ та проведенні геолого-пошукових робіт.

Енергетична незалежність є однією із складових для виконання тих завдань, які стоять перед національною економікою України, тому для забезпечення розвитку нафтогазової галузі важливим є розвиток газовидобування, оскільки газ є найвпливовішим енергоресурсом.

Література

1. НАК «Нафтогаз» України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.naftogaz.com>
2. Енергетична стратегія України на період до 2030 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc>.
3. Світалка В. П. До питання визначення стратегічних напрямків інноваційного інвестування в газовидобувній галузі // Економіка: проблеми теорії та практики : Зб. наук. пр. – Дніпропетровськ : ДНУ, 2002. – Вип. 147. – С. 162-169.

ПРОБЛЕМА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЛОГІСТИЧНОЮ ІНФРАСТРУКТУРОЮ ПІДПРИЄМСТВ БУДІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ

Для отримання конкурентоспроможних переваг при сучасному стані економіки українських підприємств потрібні якісно нові підходи та інструментарії до управління підприємством. Одним із таких сучасних інструментів є логістика, зокрема створення сучасної логістичної інфраструктури підприємств.

За Крикавським Е.В: «логістична інфраструктура – це система засобів просторово-часового перетворення логістичних потоків (матеріальних, інформаційних, фінансових, людських), а також сукупність підприємств різних організаційно-правових форм, які створюють організаційно-економічні умови проходження цих потоків шляхом створення потенціалу відповідних логістичних послуг» [1, с.107]. Логістична інфраструктура включає транспортні, складські та обслуговуючі елементи, які пов'язані з додатковою обробкою товарів, з наданням торгових, побутових та адміністративних послуг, які забезпечені необхідними ресурсами – природними, матеріально-технічними, інформаційними, людськими, інституціональними та фінансовими [2]. Є підстави припускати, що на економічну ефективність діяльності підприємства в цілому (наприклад, будівельного), помітним чином впливає ефективність управління логістичною інфраструктурою підприємства. Розробка підходів щодо побудови економічно ефективної стратегії управління логістичною інфраструктурою, методичних підходів щодо її використання на сьогодні представляє наукову проблему. Більшість логістичних стратегій побудовані на основі мінімізації або максимізації ключового показника. Наприклад, стратегія мінімізації загальних логістичних витрат; покращення якості логістичного сервісу; мінімізація інвестицій в логістичну інфраструктуру; логістичний аутсорсинг тощо. Перспективною стратегією управління логістичною інфраструктурою підприємств будівельної галузі може бути стратегія логістичного аутсорсингу, за якою більшість логістичних процесів передається на виконання спеціалізованим організаціям (логістичним операторам). Дослідження визначеної проблеми ведуться нами в напрямку розробки та обґрунтування практичних рекомендацій з формування економічно ефективної системи стратегічного управління логістичною інфраструктурою будівельних підприємств.

Література

1. Крикавський Е. В., Чернописька Н. В. Логістичні системи : Навч. посібник. – Львів : Видавництво Національного університету «Львівська політехніка», 2009 – 264 с.
2. Куваев Н. Г. Введение в логистику. – М. : Финансы и статистика, 2006. – 347 с.

ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Машинобудування є однією з найважливіших для України галузей, що потребує пріоритетного розвитку. Економічні зв'язки, які сформувалися між машинобудівними підприємствами країн СНД у період планової економіки, зазнали суттєвих трансформацій. Багато машинобудівних підприємств постали перед необхідністю пошуку нових ринків збуту як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. У зв'язку з тим, що машинобудівна галузь орієнтована на експорт, її життєздатність, конкурентоспроможність, сталий розвиток важливі для держави в цілому. Кризовий стан машинобудівних підприємств характеризується: спадом обсягів виробництва, негативними фінансовими результатами, застарілим обладнанням та технологіями, низькою фінансовою дисципліною, неконкурентоспроможною продукцією, нестачею кваліфікованої робочої сили, стагнаційними процесами, неплатоспроможністю, невідповідністю виробничих потужностей потенціалу ринків збуту. Електротехнічне та важке машинобудування України, до якого відноситься виробництво, технічне обслуговування і ремонт залізничного рухомого складу, представляє третій технологічний уклад.

Конкурентоспроможність машинобудівних підприємств на ринку залізничного рухомого складу є відносним поняттям залежно від певних ринків, щодо яких воно розглядається. Порівняно з ринками країн СНД вона значно вище, ніж з ринками розвинених країн, що визначається, поміж іншим, шириною колії, яка об'єднує країни СНД та відрізняє їх від сусідніх країн Європи, Азії та інших країн світу. На сталий розвиток машинобудівних підприємств впливають такі фактори: науково-технологічні, економічні, виробничі, соціально-демографічні, екологічні, інституціональні тощо. Виявлення характеру впливу кожної групи факторів на діяльність підприємства створює передумови для визначення конкретних заходів зі зміцнення їх конкурентоспроможності і потребує подальшого дослідження.

До основних чинників, які негативно позначаються на конкурентоспроможності машинобудівних підприємств на ринку залізничного рухомого складу, слід віднести: невідповідність замовлень від Укрзалізниці об'ємам, визначеним галузевими і державними цільовими програмами; недостатній рівень конкурентоспроможності продукції; зростання конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках; дефіцит оборотних коштів, пов'язаний, в першу чергу, з заборгованістю держави з податкових платежів; висока ступінь залежності підприємств від постачання матеріалів і комплектуючих; невизначеність регуляторного середовища діяльності підприємств; господарські ризики, пов'язані з сертифікацією продукції; екологічні ризики тощо.

Окрім загальних ризиків, існують специфічні, притаманні окремим підприємствам. Так, ПАТ «Луганськтепловоз» має високий знос метало-обробного обладнання (95,1 %), значну соціальну напругу в колективі з причини введення з вересня 2010 р. режиму чотириденного робочого тижня, що позначилося на заробітній платі працівників. Суттєву загрозу для діяльності ВАТ «Київський електровагоноремонтний завод ім. Січневого повстання 1918 р.» мають несвоєчасні платежі замовників [1, с.76]. Жорсткість конкурентної боротьби спонукає машинобудівні підприємства до збільшення свого інноваційного потенціалу, який є сукупністю науково-технічних, технологічних, інфраструктурних, фінансових, правових, соціокультурних і інших можливостей забезпечити сприйняття й реалізацію нововведень, тобто впровадження інновацій.

Усі досліджувані підприємства, які займаються виробництвом залізничного рухомого складу, його ремонтом і технічним обслуговуванням, за стратегічну мету вказують збільшення завантаження наявних, створення нових і розширення існуючих виробничих потужностей. З одного боку, виробнича потужність враховує особливості ринкового попиту, а з другого – кінцеві результати формування і використання економічного потенціалу підприємства. Використання наявних резервів виробничих потужностей машинобудівних підприємств слід розглядати як один із найважливіших напрямків ефективного господарювання в умовах ринкових трансформацій. У результаті підприємствами досягаються можливості зростання обсягів виробництва продукції, економія інвестиційних коштів, підвищується ефективність господарювання.

Важливим фактором зростання конкурентоспроможності підприємств є освоєння нових типів продукції, модернізація існуючих, а також виробництво спеціалізованого рухомого складу, який не представлений в номенклатурі продукції конкурентів. Зменшення накладних витрат, а також ресурсоемності бізнесу в цілому, на підприємствах може бути забезпечений критичною оцінкою існуючої спеціалізації, баченням «свого» місця у товарно-виробничих ланцюжках, які вже встановлені і продовжують розвиватись, із забезпечення суспільства необхідною продукцією.

Таким чином, до основних заходів зі зміцнення конкурентоспроможності досліджуваних машинобудівних підприємств слід віднести: впровадження інноваційних видів продукції і послуг, інноваційних технологій; найповніше використання наявних резервів виробничих потужностей, створення нових і розширення існуючих; виробництво спеціалізованого рухомого складу, який не представлений в номенклатурі продукції конкурентів; створення корпоративних інформаційних систем ERP-класу.

Література

1. Захаркіна Л. С. Перспективна оцінка технологічних рішень у стратегічному плануванні інноваційного розвитку машинобудівних підприємств України / Л. С. Захаркіна // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі : проблеми теорії та практики. – 2010. – № 4 (12). – С. 72-87.

ПРОБЛЕМЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОЕКТОВ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

В Украине имеется большое количество законченных или близких к окончанию инновационных технологических разработок. При этом большая часть этих разработок, имеющих широкие перспективы коммерциализации и высокий потенциал создания бизнеса, даже не оформлена в виде инновационного проекта.

Анализ текущей ситуации в наукоемком секторе экономики позволяет определить факторы, влияющие на развитие высокотехнологичных производств. К числу положительных факторов можно отнести следующие [1]: 1) наличие научно-технической базы с достаточно диверсифицированной структурой; 2) высокий потенциал фундаментальных исследований, выполняемых в академических институтах, значимый для мирового сообщества; 3) огромное количество объектов интеллектуальной собственности еще не прошедших процесс коммерциализации; 4) наличие высококвалифицированных кадров.

Однако существует и комплекс негативных факторов, противодействующих коммерциализации инноваций:

— имеющееся оборудование не в полной мере отвечает задачам производства рыночных продуктов;

— не произведена «инвентаризация» интеллектуальной собственности, запатентованные технологии и «ноу-хау» не оценены с позиций их рыночного применения и потенциала их коммерциализации;

— потенциальные возможности научных кадров и квалифицированного персонала используются не в полной мере;

— недостаточно разработаны методы маркетингового анализа потребностей внутреннего рынка, рынков ближнего и дальнего зарубежья, с привязкой к имеющимся научно-техническим возможностям и разработкам;

— недостаточно высокая квалификация инновационного менеджмента.

Профессиональные услуги центров коммерциализации для специалистов малых и средних инновационных компаний в части инвестиционного проектирования, управления интеллектуальной собственностью, продвижения проектов коммерциализации технологий способны принести ощутимые результаты уже на ранних стадиях коммерциализации технологий.

Литература

1. Катешова М. Как продвигать проекты коммерциализации технологий / М. Катешова, А. Квашин // Проект EuropeAid «Наука и коммерциализация технологий». – 2006. – 52 с.

ІННОВАЦІЙНА МОДЕРНІЗАЦІЯ ПІДПРИЄМСТВА НА ТЛІ ГЛОБАЛЬНИХ ТЕНДЕНЦІЙ

Перед кожною країною світу ХХІ століття ставить все нові і нові виклики. Процеси глобалізації, економічної інтеграції, соціального розвитку, екологічного майбутнього нашої планети, безсумнівно, торкаються і України. І. Девіс – Управляючий Директор McKinsey та Е. Стівенсон – консультант McKinsey зазначають, що: “В найближчі роки корпоративний ландшафт буде визначатися макроекономічними факторами, суспільними і екологічними проблемами, а також галузевими та корпоративними тенденціями.” [1, с.8] (рис.).

Макроекономічні тенденції	Соціальні та екологічні тенденції	Галузеві та корпоративні тенденції
<ul style="list-style-type: none"> • Центри економічної ефективності змістяться не тільки на глобальному, а і на регіональному рівні; • державний сектор розширюватиметься, а головним завданням стане підвищення його виробництва; • помітно збільшиться кількість споживачів і зміниться склад сповивальних сегментів. 	<ul style="list-style-type: none"> • Засоби зв'язку змінять стиль життя і способи взаємодії людей; • зміниться характер глобального ринку праці • увага суспільства до великого бізнесу, його ролі та значення, ставатиме все більш щільною; • потреба у природних ресурсах буде збільшуватися, як і навантаження на навколишнє середовище. 	<ul style="list-style-type: none"> • Формуються нові глобальні галузеві структури; • управління з місцевства перетворюється у науку; • доступність інформації змінює “економіку знань”

Джерело: опрацювання на основі [1].

Рис. Глобальні тенденції у ХХІ столітті

Не залежно від бажання чи рівня розвитку, суттєві трансформації торкатимуться кожної країни, економічної системи, приватного й державного секторів економіки, переносячись поступово і на мікроекономічний рівень – рівень підприємства. Повсюдна взаємозалежність, дерегуляція ролей, зникнення границь між технологіями розмивають галузеві бар'єри та традиційні визначення продуктів. Результатом такої зміни напряму звичного процесу розвитку стало вивільнення в усьому світі потоків інформації, капіталу, продуктів та ідей. Користуючись цим компанії – “новачки”

кардинально змінили уявлення про конкурентну боротьбу. Водночас загострюється конкуренція й скорочуються прибутки. Менеджери вже не можуть зосереджуватися суто на витратах, якості продуктів і процесів, швидкості й ефективності. Для прибуткового зростання вони мусять також шукати й боротися за нові джерела інновацій і творчості.

Професори бізнес-школи Мічиганського університету К. Прахалад та В. Рамасвами визначають парадокс економіки XXI століття: споживачі мають більше альтернатив, які приносять менше задоволення [2, с.4]. Вчені наголошують на необхідності переорієнтації з “компанієцентричного” творення цінності до створення нових передумов, зорієнтованих на спільне творення цінності, в основі яких є зміна ролі споживача у системі виробництва. “Найфундаментальнішою стала зміна ролі споживача – від ізольованого до задіяного в бізнес-процесах, від необізнаного до поінформованого, від пасивного до активного” [2, с.4]. Автори також наголошують на відмінному від традиційного підходу до створення цінності за звичними схемами “B2B” чи “B2C”, пропонуючи споживача (приватну особу чи працівника компанії) ставити у центр і пропонують таку схему економічної діяльності: “споживач-компанія-споживач”.

Таким чином, перед керівництвом компаній постають чимало викликів. У тих компаній, котрі будують свою стратегічну діяльність, враховуючи вище перелічені тенденції є більше шансів зберегти свою конкурентоспроможність. У таких умовах для менеджерів важливо творити цінність. Споживач і компанія спільно творять цінність, яка базується на досвіді.

Економічна модернізація промислового підприємства сьогодні постає в самому центрі необхідних змін в умовах глобалізації. Її ознаками, зазначають науковці, є поступовий процес глобалізації продуктивних сил, усупільнення виробництва і праці, з одного боку, і відносин економічної власності в транснаціональній формі – з іншого. Проте, традиційних методів модернізації, реорганізації чи реінжинірингу бізнес-процесів є недостатньо. Компаніям важливо поєднувати таку діяльність з пошуками інноваційних рішень та втіленням нових бізнес-моделей, які забезпечать успіх організації у конкурентній боротьбі, яка стає все гострішою та жорсткішою. Такий пошук та покращення повинні бути системними, безперервними, базуючись на оперативних та стратегічних планах. Важлива роль у цьому процесі належить вищому керівництву, які повинні стати основними ідеологами модернізаційних змін та розвитку інноваційної корпоративної культури в організації.

Література

1. Новые тенденции в управлении (Серия “Дайджест McKinsey”) / Пер. с англ. – М. : Альпина Бизнес Букс. 2007. – 184 с.
2. Прахалат К. К. Майбутнє конкуренції. Творення унікальної цінності спільно з клієнтами / К. К. Прахалат, В. Рамасвами / Пер. з англ. – М. : Вид-во Ставицького. – К. : Видавництво Олексія Капуссти (підрозділ “Агенція Стандарт”), 2005. – 258 с.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ В ХЛІБОПЕКАРСЬКІЙ ГАЛУЗІ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

ПАТ «Концерн Хлібпром» об'єднує п'ятнадцять переробних підприємств України і входить до групи лідерів серед національних виробників хлібобулочної продукції. Керівництво ПАТ «Концерн Хлібпром» постійно проводить активну інвестиційну політику, приділяє багато уваги питанням подальшого вдосконалення техніко-технологічної бази підприємств, що входять до його складу. Так, за даними «Звіту про рух грошових коштів за 2011 рік» на ПАТ «Концерн Хлібпром» у звітному періоді було витрачено на придбання необоротних активів 22207 тис. грн.

Одним із провідних підприємств ПАТ «Концерн Хлібпром» є «Шполянський Хлібокомбінат», яке було введено в експлуатацію в січні 1996 р. Враховуючи велику конкуренцію на ринку хліба, керівництво підприємства прикладає енергійні зусилля для модернізації виробництва з метою зайняти найвищий щабель у змаганні за прихильність споживача.

Так, у 2012 р. планується заміна застарілих тістомісильних машин на сучасне тістомісильне устаткування марки «*DIOSNA*» (Німеччина), яке має елементи автоматики та дозволяє підвищувати гнучкість технологічного процесу шляхом програмування замісу тіста в залежності від якості борошна. Сучасна модель тістомісильних машин з нержавіючої сталі *PSPV160A* довела свою технологічність і має ряд безперечних переваг у порівнянні зі своїми конкурентами.

Початкові інвестиції за даним виробничим заходом становлять 465 тис. грн. Для його фінансування передбачається використати банківський кредит, процентна ставка по якому складає 15 % річних. Строк реалізації інвестиційного проекту n – чотири роки. Прогнозні чисті грошові надходження за роками становлять: 110, 165, 180 і 205 тис. грн. Ліквідаційний грошовий приплив, пов'язаний з реалізацією застарілого устаткування дорівнює 40 тис. грн. і очікується в четвертому році реалізації проекту. Ставка податку на прибуток з 01.01.2012 – 21 %.

Здійснимо оцінку реальної інвестиції ВП «Шполянський Хлібзавод» щодо заміни тістомісильного устаткування шляхом розрахунку п'яти основних економічних критеріїв, заснованих на врахуванні чинника часу, а також резервів безпечності проекту MS [1]. Проведені розрахунки надали наступні результати:

1. Чиста приведена вартість $NPV = 50,411$ (тис. грн.) > 0 , тому можна зробити висновок про прийнятність запланованого виробничого заходу. Величина NPV показує, що прибуток (вартість капіталу) підприємства підвищиться на 50,411 тис. грн. у результаті здійснення даного проекту

реальних інвестицій у разі виконання його головних передумов і прогнозних оцінок. Вона характеризує абсолютний ефект від запланованого заходу.

2. Індекс рентабельності $PI = 1,10841 > 1$, отже, варто казати про ефективність даного проекту реальної інвестиції. На відміну від NPV , величина PI є не абсолютною, а відносною характеристикою запланованого заходу. Вона показує, що на 1 грн. інвестиційних витрат даного проекту припадає майже 1 грн. 11 коп. доходу.

3. Внутрішня норма прибутку $IRR = 16,3 \%$ значно вища за ціну кредиту з урахуванням коригування на податок на прибуток (11,85 %), то це означає, що інвестиційний проект прийнятний і ефективний: його варто реалізувати.

4. Модифікована внутрішня норма прибутку $MIRR = 14,8 \%$ перевищує ціну капіталу (кредиту проекту 11,85 %), тому висновки за критерієм $MIRR$ повністю співпадають з висновками, зробленими за показником IRR . При цьому виконується доведене нами співвідношення $MIRR = (1 + r)^{\sqrt[n]{PI}} - 1$.

5. Дисконтований період окупності $DPP = 3,68$ р., тобто складає трохи більше трьох років і восьми місяців.

6. Абсолютний резерв безпечності проекту дорівнює $MS = MIRR - r = 14,8 - 11,85 = 2,95$ п. п. Він показує, що ціна капіталу досліджуваного проекту реальної інвестиції може підвищитись на 2,95 процентних пункти, не змінюючи його статус з прибуткового на збитковий.

Відносний резерв безпечності складає $MS = \frac{MIRR - r}{r} \times 100 = \frac{2,95}{11,85} \times 100 = 24,9\%$.

Це означає, що ціна капіталу (кредиту банку) виробничого заходу щодо заміни тістомісильного устаткування на ВП «Шполянський Хлібзавод» може зрости на 24,9 % проценти. При цьому проект інвестиції залишиться прибутковим.

Таким чином, усі застосовані в проведеному дослідженні економічні критерії оцінки виробничого заходу, який полягає в заміні тістомісильного устаткування на ВП «Шполянський Хлібзавод», надали позитивні, узгоджені та однозначні результати щодо прийнятності, ефективності й ризикованості проекту даної реальної інвестиції. При цьому ми дійшли висновку про необхідність більше уваги приділяти показнику ефективності інвестиції $MIRR$ як більш точному в порівнянні з критерієм IRR . Окрім того, показано залежність показників $MIRR$ і індексу рентабельності PI , що є, на нашу думку, ще одним додатковим аргументом на користь більш широкого застосування на практиці критерію $MIRR$, який, до речі, розраховується значно простіше за показник IRR .

Література

1. Мельник Н. В. Індекс рентабельності в системі оціночних критеріїв реальних інвестицій / Н. В. Мельник // Сучасні технології управління підприємством та можливості використання інформаційних систем: стан, проблеми, перспективи : матеріали сьомої міжнародної науково-практичної конференції, 30-31 березня 2012 р. – Одеса, ОНУ, 2012. – С. 73-75.

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ІННОВАЦІЙНОГО АУТСОРСИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Сьогодні у світовій практиці лише поодинокі компанії забезпечують повний цикл виробничого процесу, в зв'язку з цим останнім часом все більшу роль в діяльності особливо промислових організацій займає виробничий аутсорсинг. Незважаючи на те, що виробничий аутсорсинг є найбільш складним і з організаційної, і з юридичної точки зору, подібна практика особливо актуальна для високотехнологічних виробництв. Оскільки в даний час найбільш важливими для підприємств все більше стає лідерство в галузі наукових досліджень і розробок, інновацій, саме впровадження нових технологій і постійна модернізація існуючого виробництва стали ключовим фактором успіху в ринковій конкуренції, основним засобом підвищення ефективності виробництва і поліпшення якості товарів і послуг.

Аналізуючи способи і можливості наукового забезпечення інновацій на порівняно великих підприємствах, можна визначити дві найважливіші закономірності. По-перше, великі підприємства, які створюють провідні дослідження і розробки за допомогою внутрішньофірмової науки, здійснюють свої інновації в рамках певних стратегій: вони орієнтуються на дорогі техніко-технологічні перетворення, в результаті яких і створюються продукт-інновації. Треба також зазначити, що важливим ресурсом в даному випадку є існуючі традиції в проведенні прикладних наукових і дослідно-конструкторських робіт на рівні підприємства. По-друге, ці підприємства займають більш активну позицію в інноваційній сфері у зв'язку з тим, що реалізують свою продукцію за кордоном і мають досвід включення в інформаційні потоки через зв'язки з іноземними фірмами.

Необхідно відзначити, що наукова проробка інновацій самими підприємствами пов'язана і з тим, що за останні 3-4 роки підприємства активно переманювали кадри з наукових інститутів, а іноді користувалися розвалом деяких наукових організацій.

Але для більшості підприємств (середніх та дрібних) прагнення спиратися на власні розробки та розрахунки є вимушеним вибором і на практиці виражається наступним чином. З одного боку, вони не в змозі відкривати або підтримувати спеціальні науково-дослідні підрозділи і орієнтуються на те, щоб задіяти досвід і знання заводських спеціалістів, розосереджених по різних відділах (головного інженера, головного технолога, головного конструктора і ін.). З іншого боку, вони не залучені до зв'язків з науковими установами. Це обумовлено декількома причинами. По-перше, серйозними фінансовими обмеженнями та нестачею грошових коштів у підприємств. По-друге, характером нововведень, які не відрізняються високою наукоємністю, а часом, навпаки, виходять з спрощеної процедури розробки

нового продукту або технології. По-третє, зниженням наукового потенціалу галузевої науки, її низькою ефективністю і високою затратністю, невисокою якістю нових розробок. По-четверте, порушенням системи зв'язків (у тому числі і інформаційних) між наукою і виробництвом. Цілком очевидно, що розпад старої системи зв'язків науки з виробництвом і відсутність інформації про те, що збереглося або розвивається, веде до зростання витрат на пошук потрібних спеціалістів або організацій. Таким чином, найкращим вирішенням питань забезпечення підприємств інноваціями повинно стати використання інноваційного аутсорсингу, який, на нашу думку, є одним з видів виробничого аутсорсингу.

Слід зазначити, що головною особливістю (відмінністю) інноваційного аутсорсингу є те, що при його здійсненні в якості аутсорсера виступають вищі навчальні заклади, які спеціалізуються на підготовці кадрів відповідної галузі, у якій і працює підприємство-замовник аутсорсингових послуг. Це можна пояснити тим, що інноваційна діяльність вищого навчального закладу спрямована на використання та комерціалізацію результатів наукових досліджень і розробок для розширення та оновлення номенклатури, поліпшення якості продуктів і послуг, удосконалення технології їх виготовлення з наступним впровадженням та ефективною реалізацією на внутрішньому і зарубіжному ринках. Тобто саме за рахунок інноваційного аутсорсингу відбувається посилення взаємодії між науковими установами та бізнесом, що призводить до формування та реалізації інноваційних проектів зі стадії наукової ідеї до стадії впровадження в промислове виробництво.

Завданнями інноваційного аутсорсингу є: процес збору інформації, аналізу знайденої інформації, генерація ідей, проведення експертних оцінок, ряд послуг з управління процесом впровадження нововведень в промисловість, адаптація зарубіжних технологій до українських умов (якість сировини, наявність обладнання, вбудовування в існуючі технологічні схеми, врахування природоохоронного законодавства).

Таким чином, перехід на аутсорсинг – це стратегія, спрямована на підвищення прибутковості та конкурентоспроможності в довгостроковій перспективі. У разі застосування інноваційного аутсорсингу підприємство отримує можливість сконцентрувати ресурси на профільному бізнесі і не займатися побудовою та підтримкою не пов'язаної з ним інфраструктури.

Література

1. Дубінський С. В. Розвиток аутсорсингу на промислових підприємствах України в умовах фінансово-економічної кризи / С. В. Дубінський // Вестник Национального технического университета. – Х., 2010. – № 07. – С. 42-48.
2. Лисенко Т. І. Передумови виникнення та перспективи застосування аутсорсингу як інструменту підвищення конкурентоспроможності підприємства / Т. І. Лисенко // Економічний вісник університету. – 2010 – № 14. – С. 85-92.

ЧИННИКИ ТА СКЛАДОВІ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Поняття «складова», за своїм лінгвістичним значенням, є структурною одиницею у складі чогось, що цілком складається з менших за розміром та пов'язаних одне з одним одиниць. Метод складових заснований на допущенні, згідно з яким, будь-яка складна одиниця складається з мінімум 2-х більш простих одиниць, що мають назву її складовими [1]. Тобто, складне поняття «інноваційно-інвестиційний розвиток» може містити у собі у найбільш простому та поверхневому вигляді дві складові: «інноваційну» та «інвестиційну». Але ми розглянемо поняття більш докладно. Поняття чинники та складові – зовсім різні за змістом та значенням.

Усі складові інноваційно-інвестиційного розвитку можна умовно поділити на 3 групи:

- 1) ті, на які підприємство може вплинути (прямі, або складові на мікрорівні),
- 2) ті, на які підприємство не може прямо вплинути (скісні, або ті, що мають місце на рівні галузі та регіону (області)),
- 3) ті, на які підприємство не може вплинути (складові на макрорівні, на загальнодержавному та світовому рівні).

У подальшому дослідженні будуть розглядатися, оцінюватися та аналізуватися тільки складові першої групи, тобто прямі, або складові на *мікрорівні*. Можна виділити 8 підгруп складових інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства (див. рис.).

Складові самі по собі також є різними. Деякі з них можна охарактеризувати за допомогою різноманітних показників, що мають кількісний вимір (грошові одиниці, коефіцієнти, кількість робітників, відсотки). Серед них: фінансова, економічна, науково-технічна та кадрова складові. Надалі, будемо називати їх *кількісними*.

Інша ситуація складається з теоретичною, соціально-культурною, організаційно-управлінською та маркетинговою підгрупами. Підібрати показники, які б дозволили докладно проаналізувати зазначені сторони розвитку підприємства або дуже складно, або зовсім неможливо. Зазвичай, їх характеризують та порівнюють за допомогою понять «добре-погано», «краще-гірше», «є-немає», тощо. Або використовують експертні методи оцінки: розробляють шкалу з відповідними балами, проводять опитування, експерти виставляють бали, після чого проводиться узагальнення та робляться відповідні висновки. Такі складові надалі будемо називати *якісними* (або, як зазначено у монографії проф. Янкового О.Г. [2, с.6], *атрибутивними*). Більш докладно взаємозв'язок між чинниками, складовими та показниками інноваційно-інвестиційного розвитку можна прослідкувати за допомогою схеми (див. рис.).

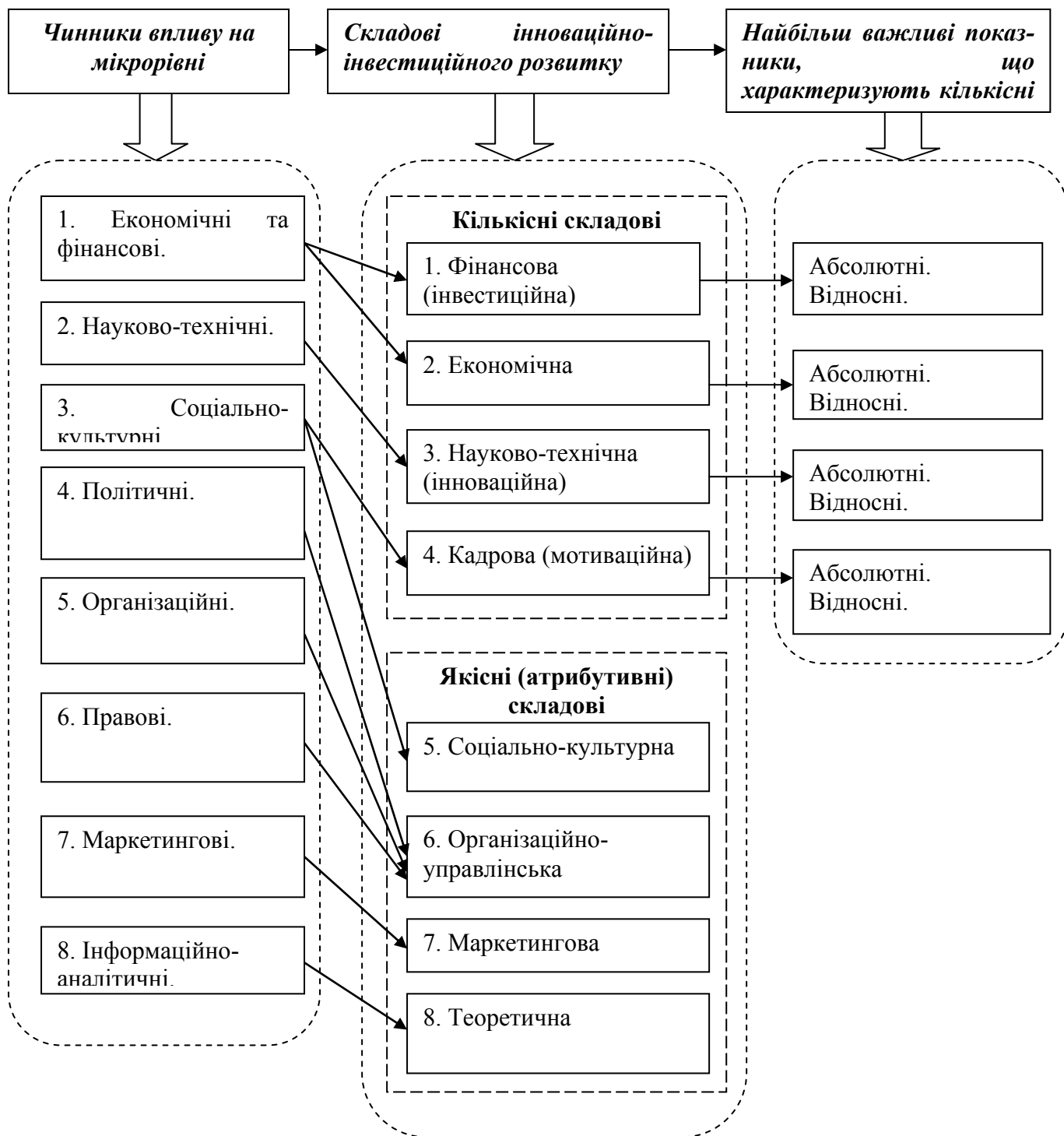


Рис. Взаємозв'язок чинників, складових та показників інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства (авторська розробка)

Література

1. Википедия. Свободная энциклопедия. Раздел : Составляющая (лингвистика) [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://ru.wikipedia.org/wiki/Составляющая> - (лингвистика)
2. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA : монография / А. Г. Янковой. – Одесса : Оптимум, 2002. Вып. 2. – 325 с.

ПЕРСПЕКТИВИ ТОВАРНИХ РИНКІВ КАХОВСЬКОГО РЕГІОНУ

Одним з першочергових питань, що стоять перед потенційним інвестором, є вибір напрямку капіталовкладень. Для визначення пріоритетних та найбільш привабливих напрямків інвестування у певному регіоні необхідно провести дослідження ринку, аналіз його ресурсів та економічної структури.

Каховський район розміщений у центрі Херсонської області на лівому березі Дніпра. Він займає територію загальною площею в 1,451 тис. кв. км, що становить 5,1 % від площі області. У цьому регіоні переважає помірно-континентальний, посушливий клімат; корисних копалин та мінеральної сировини немає. Район розміщений на перехресті важливих залізничних шляхів, має вихід до Чорного моря та пряме автобусне сполучення з великими промисловими містами, що створює зручні зв'язки зі світом.

На 2010 р. на території м. Каховка діяло 42 підприємства, 10 з яких промислових. У галузевій структурі промисловості міста переважає машинобудування, виробництво харчових продуктів та напоїв, виробництво будівельних виробів з пластмас. Галуззю вироблено продукції загальним обсягом 1578687 тис. грн., що на 28 % більше ніж у попередньому році. Проте за фінансовими результатами 6 підприємств спрацювало зі збитком загальною сумою у 129726,8 тис. грн.

Будівельна галузь Каховщини, як і всієї Херсонської області, у 2009 р. перенесла кризу, під час якої обсяги виконаних будівельних робіт скоротилися майже на 70 %. Наступного, 2010 р. низхідна тенденція продовжилася, й виконання будівельних робіт зменшилося ще на 13,8 %.

Торгівельний оборот міста порівняно з 2009 р. збільшився на 11,1 % та становив 128185,6 тис. грн. Частка обороту ресторанного господарства склала 2,3 % в загальному обсязі роздрібного товарообороту міста (у 2009 р. – 2,6 %). Кількість об'єктів ресторанного господарства за останні 5 років зменшилася з 40 до 26 одиниць.

Починаючи з 2007 р., кількість пасажирів, що користуються автомобільним транспортом у місті Каховка, невпинно збільшується. У 2010 р. у місті було перевезено 7681,7 тис. пасажирів, що становить 10 % від загальнообласного показника.

Підприємства сфери послуг міста та району протягом останніх чотирьох років щорічно нарощують обсяги реалізації. Так, у 2010 р. дохід від реалізації послуг по місту Каховка було зафіксовано у розмірі 61,5 млн. грн., по Каховському району – 3,6 млн. грн., що більше показників 2009 р. відповідно на 11 % та 63 %.

7,2 % сільськогосподарських підприємств області діє у Каховському районі. Спеціалізація району обумовлюється наявністю родючих ґрунтів, налагодженій системі їх зрошення, сприятливими погодно-кліматичними

умовами. 99,2 тис. га, або 68,4 % від загальної території району, відведено під посівні площі. З них 88 % використано на вирощування зернових та технічних культур (43,5 та 43,8 тис. га відповідно), решта – під картоплю та овочеві баштанні культури.

За об'ємами виробництва у натуральному виразі у структурі рослинництва Каховщини переважають зернові культури та овочі. Завдяки високій урожайності, сільськогосподарськими підприємствами району вирощено та зібрано овочів й картоплі відповідно 1160,4 та 32,5 тис. ц, що становить 33,8 % та 21,4 % від загальнообласних обсягів виробництва. Останні мають найбільшу урожайність в Україні (300 ц з 1 га землі). Як наслідок, на одного мешканця Каховщини припадає 11,8 ц зернових та 15,6 ц овочевих культур (рис.).

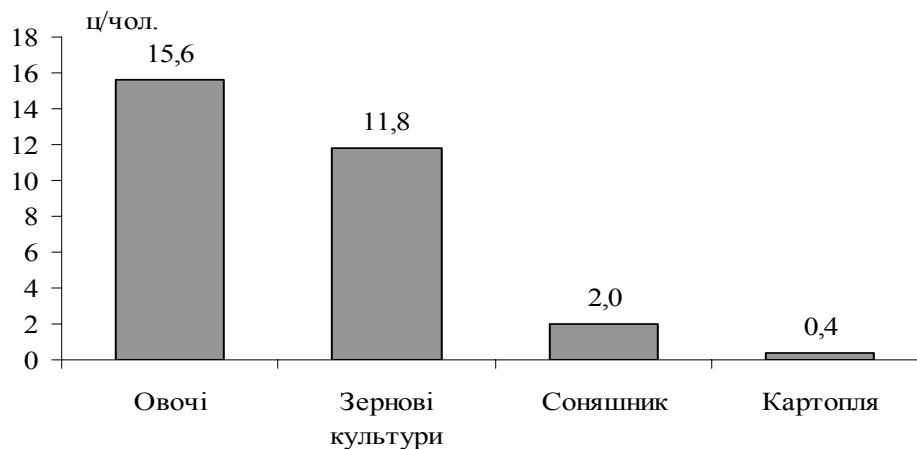


Рис. Виробництво основних сільськогосподарських культур у Каховському районі за 2009 р. у перерахунку на душу населення

Таким чином, аналіз галузевої структури Каховського району показав, що основним напрямком його економічної діяльності є рослинництво, рентабельність якого має найвищий показник по Херсонській області. За результатами дослідження овочі є надлишковим ресурсом, тому їх переробка є перспективним напрямком інвестування. Так як район забезпечений енергетичними, водними, людськими ресурсами, існує можливість розміщення на його території певного овочепереробного виробництва. Таке виробництво стимулюватиме виробників сільськогосподарської продукції та машин й обладнання для її переробки, сприятиме розвитку торгівлі та транспорту і, як наслідок, активізує фінансову діяльність у районі та поліпшить його соціально-економічну ситуацію у цілому.

Література

1. Головне управління статистики у Херсонській області. Статистичний щорічник Херсонської області за 2009 рік. – Херсон, 2010. – 508 с.
2. Офіційний сайт територіальної громади міста Каховка [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.kakhovka-rada.gov.ua

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В основі якісних зрушень, що відбуваються в сучасній економіці, інновації повинні бути стратегічним фактором економічного росту, що визначає структуру суспільного виробництва. Підвищення темпів інноваційної діяльності в сфері промислового виробництва і скорочення на цій базі життєвого циклу продукції, що випускається, є однією з найважливіших тенденцій сучасного розвитку.

Однак, в Україні останні роки прослідковуються негативні тенденції - недостатнє фінансування інноваційної діяльності; низька продуктивність праці; високий ступінь морального і фізичного зносу основних виробничих фондів; різке зниження конкурентоспроможності вітчизняних виробників, особливо в галузі виробництва складних науково-технічних товарів, що призвело до втрати закордонних ринків і наростанню імпорту, наслідком чого стала наявність незавантажених потужностей у машинобудівних підприємств; надмірна тривалість інноваційного процесу, диспропорції в структурі експорту промислової продукції; неефективна взаємодія сфери НДДКР і виробництва, тощо. У зв'язку з цим підвищується роль усіх процесів, що забезпечують максимальне використання внутрішнього виробничого потенціалу, підвищення ефективності роботи машинобудівного підприємства і його конкурентоспроможності, що особливо стосується процесу фінансування інноваційної діяльності.

В умовах переходу до нового технологічного укладу розвитку промислових підприємств використовувані раніше методи і моделі адміністративного планування та фінансування стають неефективними і не дозволяють досягти поставлених цілей і задач. Виникає об'єктивна потреба в розробці нової концепції, що дозволила б знизити вплив фактора невизначеності і ризику і забезпечила б фінансування інноваційної діяльності на системному рівні.

Актуальність такого дослідження полягає в тому, що стрімкий розвиток інноваційних процесів на підприємствах, прискорені темпи відновлення продукції і технологій обумовлюють необхідність формування системи фінансування інноваційної діяльності, успішне функціонування якої дозволить створити сприятливі організаційні і фінансові умови для просування нововведень у ході активного пошуку партнерів і інвесторів і забезпечить конкретну перевагу в конкурсному доборі інноваційних проектів.

Основними джерелами інвестицій підприємства в інновації є: власні фінансові кошти, інші види активів (основні фонди, земельні ділянки, промислова власність тощо) і залучені кошти; асигнування з державного, регіональних і місцевих бюджетів; іноземні інвестиції, надані у формі

фінансової чи іншої участі в статутному капіталі; кредити комерційних банків і іноземних інвесторів. Враховуючи реалії сучасності, а саме: світова фінансова криза, наявність несприятливого інвестиційного клімату в країні, очікувати інвестицій від держави, закордонних інвесторів мало ймовірно. Банківське кредитування також майже звернуто за останні 2 роки.

Тому розглянемо більш докладно джерела формування власних фінансових ресурсів, які підприємства можуть акумулювати для інвестування інноваційного процесу.

У складі внутрішніх джерел формування власних фінансових ресурсів промислового підприємства головну роль грає чистий прибуток. Однак, у зв'язку з розглянутими вище причинами, чистий прибуток настільки малий, що підприємства не мають можливості з нього інвестувати власну інноваційну діяльність.

Суттєве значення мають амортизаційні відрахування, однак, внаслідок приведення помилкової амортизаційної політики, спрямованої на зниження амортизаційних відрахувань за рахунок несвоечасної і неповної індексації вартості основних фондів, застосування необґрунтованих понижуючих коефіцієнтів до амортизаційних норм, заборони використання прискореної амортизації відбулося значне скорочення амортизаційних коштів підприємств. Таким чином, вони не мають можливості і за рахунок амортизаційних відрахувань акумулювати фінансові ресурси для проведення інноваційної діяльності.

Отже, залишаються два джерела фінансування інноваційної діяльності: економія від підвищення якості продукції, тобто зниження втрат від браку; додатковий прибуток від реалізації інноваційної продукції (більш якісної та дорогої).

Однак, на наш погляд, на сучасному етапі розвитку підприємств, більш важливим є підвищення якості продукції і, відповідно, економія на втратах від браку, оскільки саме ці кошти можуть бути джерелом фінансування розробки та реалізації інноваційної продукції, прибуток від чого також може спрямовуватися на інноваційну діяльність. Дослідження, проведені в ряді країн, показали, що в компаніях, що мало приділяють уваги якості, до 60% часу може йти на виправлення браку.

Таким чином, джерелами економії при підвищенні якості продукції, що випускається, є: зниження собівартості поопераційного виготовлення продукції; підвищення середнього рівня вихідної якості, розрахованого на підставі статистичного матеріалу про частоту зустрічі дефектів відхилених партій; зниження додаткових витрат по рекламациях споживачів (витрати на транспортування виробів при їх заміні, зарплата робітникам, що усувають брак, витрати на відрядження ремонтних бригад або окремих осіб для усунення браку та оформлення документів, витрати на часткове або повне відшкодування збитку, нанесеного споживачеві внаслідок постачання продукції низької якості, тощо).

РОЛЬ ІНВЕСТИЦІЙ У ЗДІЙСНЕННІ ІННОВАЦІЙНИХ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Необхідність осмислення сутності інвестицій та вивчення функціональних та причинно-наслідкових зв'язків між такими економічними категоріями як «інвестиція» та «інвестиційне забезпечення реструктуризації»; дослідження пріоритетних напрямів і способів інвестиційного забезпечення реструктуризації підприємства, розробка системи підтримки процесу управління інвестуванням підприємств, що включає оцінку інвестиційного середовища вітчизняних підприємств, їх інвестиційного потенціалу з позицій інвестора, організацію прийняття та реалізації інвестиційних проектів заслуговує особливої уваги.

Згідно із Законом України «Про інвестиційну діяльність», під інвестиціями розуміють усі 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 [1].

Дж. М. Кейнс розглядав інвестиції як частину доходу, що не була використана для споживання [2, с.381]. І. Бланк визначає інвестиції як «вкладення капіталу у всіх його формах у різноманітні об'єкти (інструменти) господарської діяльності з метою отримання прибутку, а також досягнення іншого економічного або позаекономічного ефекту, здійснення якого базується на ринкових принципах та пов'язано з факторами часу, ризику та ліквідності» [3, с. 17].

В контексті проблеми реалізації інноваційної реструктуризації підприємства «інвестиція» – вкладання власних та залучених інвестиційних ресурсів підприємства з метою одержання майбутнього доходу як засобу нагромадження капіталу для забезпечення його інноваційного розвитку.

Інвестиційне забезпечення реструктуризації можна розглядати як систему заходів для концентрації та реалізації інвестицій і вибору раціональних методів управління у сфері інвестування реструктуризаційних процесів. Інвестиційне забезпечення є найбільш важливою передумовою ефективного проведення реструктуризації підприємств, оскільки сприяє формуванню виробничого потенціалу на новій науково-технічній основі та конкурентоспроможності на зовнішніх ринках.

Інвестиційне забезпечення ж інноваційної реструктуризації підприємства має деякі особливості, головна з яких полягає в тому, що результатом здійснення ефективної інноваційної реструктуризації підприємства з урахуванням оптимального інвестиційного забезпечення її процесу буде накопичення інвестиційних ресурсів для подальшого впровадження інновацій та фінансування всіх сфер діяльності підприємства у майбутньому.

З урахуванням особливостей інвестиційного забезпечення інноваційної

реструктуризації підприємства можна сформулювати концептуальні принципи інвестиційного забезпечення інноваційної реструктуризації (рис.).

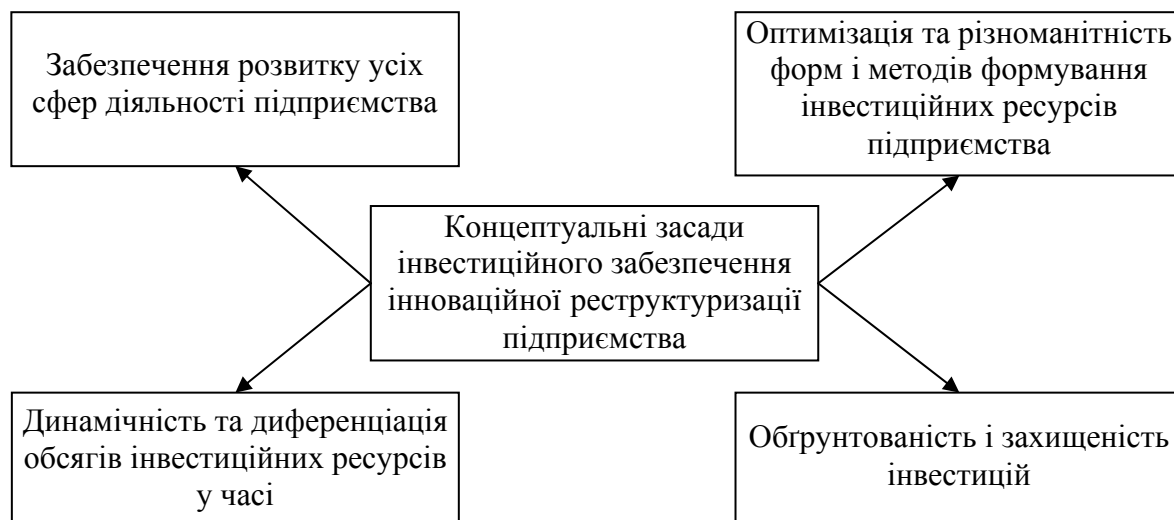


Рис. Концептуальні принципи інвестиційного забезпечення інноваційної реструктуризації підприємства

Інвестиційне забезпечення будь-якого процесу, зокрема процесу інноваційної реструктуризації, передбачає вибір оптимальних та доступних джерел інвестиційних ресурсів. У загальному вигляді джерела інвестиційних ресурсів представляють собою сукупність коштів у матеріальній, фінансовій та інших формах, залучених з метою задоволення потреб у придбанні необхідних активів та оптимізації їх структури з позиції забезпечення ефективних результатів діяльності підприємства в цілому.

В умовах обмеженого доступу до інвестиційних ресурсів неодмінно постає проблема оптимізації використання інвестицій з урахуванням застосування прогресивних технологій та максимізації прибутковості від залучення того чи іншого джерела інвестиційного забезпечення. Тому при проведенні інноваційної реструктуризації підприємства вибір доступних джерел інвестування є основною метою досягнення позитивного результату реалізації запланованих перетворень.

Література

1. Закон України «Про інвестиційну діяльність» від 18 вересня 1991 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу до матеріалів : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1560-12>
2. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег // Кейнс Дж. М. Избранные произведения. – М. : Эконом-Ключ, 1993. – С. 379-387.
3. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент. – М. : ИТЕМ ЛТД; Юнайтед Лондон Трейд Лимитед, 1995. – 448 с.

ПІДХОДИ ДО ОЦІНКИ РЕЗЕРВІВ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ДІЯЛЬНІСТЬ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Нині вплив інноваційних технологій торгівлі на розвиток підприємств України, які функціонують у галузі торгівлі продовольством, зумовлює необхідність їх адаптації до постійних змін зовнішнього конкурентного середовища. Тому потреба впровадження інновацій у процеси просування продовольства до споживачів, на нашу думку, є важливою умовою утримання конкурентних позицій на ринку. Стрімкий розвиток електронної торгівлі у формі Інтернет-магазинів спостерігається і в Україні, а отже, відкриває нові можливості удосконалення механізмів просування продовольства шляхом впровадження Інтернет-технологій.

Визначення ефективності функціонування існуючих механізмів просування продовольства через відповідні показники забезпечує виявлення на підприємстві резервів ресурсів, які можуть бути використані для впровадження інноваційних проектів. Поняття економічної ефективності ми розглядаємо як співвідношення отриманого результату (ефекту) у вартісному вираженні з наявними ресурсами (матеріальними, трудовими, фінансовими, інформаційними тощо) та витратами для досягнення цих результатів за допомогою двох видів показників – прямих та зворотних коефіцієнтів [1, с.520-525]:

$$K_E = \frac{\text{Результат}}{\text{Витрати(ресурси)}} , \quad (1)$$

$$K_E = \frac{\text{Витрати(ресурси)}}{\text{Результат}} . \quad (2)$$

Використовуючи зазначені співвідношення, ми пропонуємо проводити економічний аналіз існуючих механізмів просування продовольства торговельних підприємств за наступною системою показників:

- показники ефективності використання основних засобів, які аналізуються з метою виявлення резервів для модернізації техніко-технологічної бази, необхідної для функціонування Інтернет-проекту;
- показники ефективності використання оборотного капіталу, який безпосередньо впливає на обсяг товарообороту каналів просування;
- показники ефективності використання трудового потенціалу розраховуються з метою виявлення резервів для оптимізації складу торговельного персоналу при впровадженні Інтернет-проекту;
- показники ефективності витрат на збут, які визначають собівартість послуг торговельного підприємства, пов'язаних із просуванням товарів;
- показники ефективності реалізації товарів для виявлення резервів скорочення їх оборотності та прискорення оборотності грошових коштів, що

зумовлює зменшення їх обсягу для здійснення торговельних процесів, мінімізацію їх зростання при збільшенні товарообороту за умов впровадження Інтернет-проекту.

Таким чином, для комплексної оцінки ефективності каналів просування продовольства торговельних підприємств та виявлення резервів ресурсів ми пропонуємо проводити аналіз за допомогою наступного алгоритму (рис.).



Рис. Алгоритм оцінки резервів впровадження Інтернет-проектів у просуванні продовольства (складено автором)

З рис. видно, що запропонований алгоритм надає можливість оцінити існуючий стан об'єкту аналізу, тенденції його розвитку, резерви підвищення ефективності використання ресурсів та визначити міру впливу чинників внутрішнього середовища підприємства на утворення резервів з метою опрацювання стратегії подальшого розвитку підприємства та впровадження Інтернет-проекту. На основі результатів аналізу можна визначати напрями пошуку необхідних ресурсів для реалізації проекту.

Метою економічного аналізу каналів просування продовольства є виявлення резервів наявних ресурсів і використання їх для інноваційного розвитку підприємств торгівлі та підвищення рівня їх конкурентоспроможності. Необхідність структурних змін для вивільнення ресурсів потребує планування оптимізаційних заходів із урахуванням чинників, що впливають на показники ефективності. Результати оцінки резервів ресурсів слугують для обґрунтування відповідних управлінських рішень.

Література

1. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли : учебник / под ред. Соломатина А. Н. – СПб. : Питер, 2009. – 560 с.

ВЕНЧУРНЕ ФІНАНСУВАННЯ НА ОСНОВІ МЕХАНІЗМІВ ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНОГО ПАРТНЕРСТВА В ІЗРАЇЛІ

На сучасному етапі в Ізраїлі стає актуальною задача розробки національної стратегії розвитку венчурної індустрії, яка об'єднує інтереси всіх міністерств і відомств і ґрунтується на приватно-суспільному партнерстві. Венчурний бізнес зарекомендував себе як один з дієвих інструментів реалізації інноваційної моделі зростання реального сектора економіки, довів ефективність інституту венчурного інвестування в розвинених країнах. Успішний світовий досвід визначає роль держави у розвитку венчурного підприємництва як каталізатору венчурного процесу в Ізраїлі (Yozma). Найвищу динаміку приросту венчурних інвестицій демонструють Ізраїль, Китай, Швеція. Переважну частку інвестицій у високотехнологічні галузі здійснюють США (85 % від загального обсягу), Ізраїль (66 %), Тайвань (65 %). Ізраїль є високорозвиненою країною з інноваційно-орієнтованою економікою: частка витрат по НДДКР складає 4,71 % у загальному обсязі ВВП [1]. Найбільш успішними венчурними компаніями є Check Point Software та Mirabilis.

У 2000-2007 рр. ізраїльським урядом було прийнято ряд Законів, регулюючих економічні, фінансові, юридичні відносини держави, суспільства і господарюючих суб'єктів в області виробництва і споживання газу, водопостачання, виробництва і споживання електроенергії, будівництва. Схвалені Закони про заохочення капітальних вкладень і науково-дослідницької діяльності, проведені податкові реформи, швидкими темпами йде приватизація. Проте окремого закону, регулюючого державно-приватне партнерство, немає.

Передумовами розвитку венчурного фінансування в Ізраїлі є: 1) посилення загальносвітової економічної і фінансової кризи; 2) відставання розвитку транспортної інфраструктури від попиту; 3) залежність від світових цін на енергетичні ресурси обумовлює необхідність розробки проектів альтернативних джерел енергії; 4) впровадження екстреного плану боротьби з кризою водопостачання країни (виробництво прісної води до 2020 р. в обсязі 750 млн. куб. м за рік) [2].

Державно-приватне партнерство (ДПП) дає уряду Ізраїлю можливість додаткового і якіснішого забезпечення населення базовими послугами (у транспорті, водопостачанні, обороні, інш.) шляхом залучення капіталів і компетенцій приватного сектора. Приватному сектору ДПП дає унікальну бізнес-можливість надавати широкий спектр послуг протягом тривалого періоду (звичайно від 20 до 30 років), по чітко встановлених правилах і обумовлених розцінках.

Основні принципи впровадження проектів ДПП: спільна участь приватного сектора і суспільного сектора; перехід держави із статусу власника до користувача послугами; довгостроковий період ліцензії (20 – 35 – 99 років);

дії приватного сектора: планування, будівництво, фінансування, пуск в експлуатацію, утримання, продаж послуг \ товару; використання відносних переваг різних секторів з розподілом чинників ризику \ відповідальності.

Останніми роками в Ізраїлі було впроваджено ряд крупних інфраструктурних проектів, в реалізації і фінансуванні яких суттєву роль відігравав приватний сектор. Тоді як традиційне уявлення про ДПП в Ізраїлі було пов'язане лише з крупними інфраструктурними проектами, ініційованими державою, сьогодні модель ДПП представляється придатною і для середньомасштабних проектів, зокрема проектів муніципалітетів і некомерційних організацій. Насьогодні існує ряд проблем залучення приватного сектора до розвитку інфраструктури Ізраїлю по моделі ДПП: 1) проекти ДПП вимагають ґрунтовної юридичної і фінансової бази; 2) велика кількість учасників проектів ДПП і різноманітність супутніх контрактів суттєво ускладнює процес узгодження і реалізації проектів; 3) процес переговорів і просування контрактів займає дуже багато часу; 4) виникнення ризиків проектів ДПП для державного та приватного сектору.

Серед основних кроків держави і суспільства, направлених на зростання інноваційного потенціалу російської економіки і залучення бізнесу в цю роботу, слід назвати: Ізраїльський Інфраструктурний Фонд, створений в 2006 р.; Проектний Департамент ДПП в структурі державної страхової компанії INBAL, який координує роботи різних тендерних комітетів (працює за принципом центру ДПП «Внешэкономбанка»); Міжвідомчі тендерні комітети за участю профільних міністерств і відомств (Міністерство фінансів, Міністерство транспорту, Міністерство національної інфраструктури).

Основними стадії розробки та реалізації проектів ДПП є наступні:

1. Вивчення бізнес-середовища.
2. Виділення основних критеріїв придатності проекту для використання схем ДПП: визначення механізмів венчурного фінансування, можливість об'єднання інтересів державного і приватного секторів, передача проектних ризиків приватному інвестору.
3. Оцінка пропозицій – порівняння проектної вартості в умовах виконання проекту винятково державним сектором, і тендерних пропозицій приватного сектора, з вартістю проекту, що виконується за моделлю ДПП.

Механізм державної підтримки венчурного інвестування, який об'єднує нормативний, організаційний, фінансовий, кадровий і інформаційний елементи, сприятиме формуванню економіко-правового середовища розвитку венчурної індустрії на основі механізмів державно-приватного партнерства.

Література

1. Science and Engineering Indicators 2008. – Volume 1. – p. 4-42 // <http://www.nsf.gov/statistics/indicators>.
2. Государственно-частное партнерство в Израиле [Аналитическая записка]. – Внешэкономбанк. – 2009. – 36 с.

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ АСПЕКТ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА З ВИРОБНИЦТВА БІОПАЛИВА

В сучасних умовах господарювання, з кожним роком все більше зростає інтерес до формування біопаливної галузі. В ХХІ ст. виробництво палива з біологічної сировини можна віднести до інноваційно-інвестиційного виду діяльності. Характерною особливістю управління таким підприємством є не лише процес виробництва, але й пошук клієнтів, підбір кваліфікованого персоналу, а також якість та економічність обладнання.

Спостерігаючи за розвитком даної галузі в Україні, зауважимо, що держава володіє не лише достатньою ресурсною базою для виробництва палива з альтернативної сировини, але й налічує певну кількість промислових об'єктів, здатних самостійно здійснювати переробку вирощених обсягів біомаси. В країні працює близько 90 спиртових заводів, але здатні до виробництва біоетанолу лише 11 з них. У той самий час потужностей зазначених заводів достатньо і для виготовлення біодизелю. Окрім того, варто врахувати і потужності олійно-жирових комбінатів, які можуть переробляти близько 7,5 млн. т олійних культур [1]. Враховуючи кон'юнктуру світових ринків біопалива та вбачаючи високі ресурсні можливості України, вважаємо необхідним підвищувати активність вітчизняних підприємств, що здатні переробляти органічну сировину на паливні ресурси. При чому, зауважимо, що краще розвивати виробництво за принципом ланцюжка повної вартості, адже саме на етапах вторинної переробки біологічної сировини закладається інноваційна складова, яка створює додаткову вартість даної продукції на ринку.

На жаль, державне інвестування у виробництво біопалива сьогодні знаходиться на недосконалому рівні, тому залучення інвестицій є необхідністю у даному випадку. Приватне інвестування є у цьому випадку більш ефективним. Оцінка інвестиційної привабливості з точки зору дохідності та надійності є відправною точкою інвестиційного процесу, необхідною його передумовою. Така оцінка, по-перше, дає змогу науково обґрунтовано дослідити доцільність інвестування в промисловий об'єкт, а по-друге, вирішити проблему вибору з кількох альтернативних напрямів [2].

В процесі формування інвестиційної привабливості, власникам необхідно слідкувати за збереженням позитивних тенденцій діяльності підприємства, як на вітчизняному, так і на світовому ринку. На сьогодні, чітко сформований імідж компанії є запорукою подальшого розвитку та успішного функціонування в конкурентному ринковому середовищі. Адже, при переході до ринкової економіки, важливим аспектом розвитку компанії залишається залучення іноземних капіталовкладень, що сприяє розширенню діючого виробництва, досягненню фінансової стабільності та підвищить ринкову вартість підприємства.

Проте, основні побоювання інвесторів щодо вкладання грошей у біопаливну галузь спричинені відсутністю чітких законопроектів. Якщо Кабінет Міністрів України прийме закон про запровадження біопалива в мережах споживацьких АЗС і, окрім звичайного зимового та літнього пального, водії матимуть змогу купувати так званий «мікс», приплив інвестицій як від українських, так і іноземних інвесторів гарантовано. Такі компанії-гіганти, як «Лукойл», теж розвивають біопаливний напрямок бізнесу: саме ця компанія побудувала цех із виготовлення біопалива у Литві та Болгарії.

Уже сьогодні Європейський союз вбачає у розвитку біопалива значні перспективи. Зокрема, з метою переробки 275 млн. т біомаси на біопаливо ЄС планує збільшити в наступні роки інвестиції у виробництво, збирання, розподіл та обробку біосировини. Такі інвестиції у нові технології, безумовно, дадуть європейській промисловості можливість швидше набути більшого досвіду стосовно біопалив і першого, і другого покоління порівняно із конкурентами в інших частинах світу. Країни ЄС вважають, що розвиток біоперегонних заводів сприятиме зростанню економіки села і дасть новий поштовх до розвитку промисловості. Разом з тим, наша держава також має намір співпрацювати з країнами ЄС у галузі відновлюваної енергетики. Адже, Німеччина уже зараз активно інвестує ресурси у проекти, що займаються виготовленням біопалива з такої енергетичної культури, як ріпак.

В Україні є проекти, які можуть бути інвестовані великими міжнародними інституціями, такими як Європейський банк реконструкції і розвитку (мінімальний кредит 7 млн. дол. США) та Європейський інвестиційний банк (мінімальний кредит 20 млн. дол. США). Ці проекти передбачають будівництво заводів та комплексів з виробництва біодизеля. Для отримання кредитів виробникам потрібні державні гарантії, які передбачають розвиток інфраструктури для транспортування зробленого біопалива із включенням її в систему транскордонних транспортних коридорів. Заводи з переробки ріпаку планується будувати в Донецькій, Житомирській, Сумській, Вінницькій, Волинській областях, а також можуть бути перепрофільовані олійно-екстракційні заводи у Кіровоградській та Миколаївській областях.

Підводячи підсумок, зазначимо, що використання альтернативних джерел енергії обґрунтоване сукупністю економічних та екологічних факторів. Це створює усі передумови для подальшого інвестування у розвиток підприємств з виробництва екологічного палива в Україні.

Література

1. Сидоренко М. В. Оцінка інвестиційної привабливості підприємств / М. В. Сидоренко // Стратегія економічного розвитку України. – 2000. – № 2-3. – С. 173-177.

2. Східна інвестиційна група [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.shid-invest.com>

МЕТОДИЧНІ ОСНОВИ ОЦІНКИ РОЗВИТКУ ЗНАННЄВОЇ ЕКОНОМІКИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Оцінка розбудови знаннєвої економіки на мікрорівні є важливим етапом у процесі управління стратегічними змінами в умовах організації, що самонавчається, виступаючи підставою для прийняття керівництвом компанії рішень, пов'язаних із вдосконаленням інноваційної системи підприємства та системи управління її становленням та функціонуванням.

У сучасному економічному словнику за редакцією Б. Райзберга [53] методика трактується як конкретизація метода, доведення його до інструкції, алгоритму, чіткого опису способу існування. О. Кустовська [2, с.74] дає визначення методики дослідження як сукупності прийомів і способів дослідження, включаючи техніку і різноманітні операції з фактичним (емпіричним) матеріалом. Отже, першим кроком у розробці методики дослідження повинно стати окреслення мети і завдань дослідження та практичних проблем, на вирішення яких буде направлено проведення низки заходів. Метою оцінки розвитку знаннєвої економіки на мікрорівні є отримання достовірної інформації про стан інноваційної системи підприємства та ефективність управління знаннями в організації. Завданнями проведення оцінки є визначення ступеню наближення підприємства до моделі організації, що самонавчається; основних тенденцій зміни елементів інноваційної системи підприємства; переваг, набутих в зв'язку з переходом на роботу у нових умовах у співставленні з вкладеними на дані цілі ресурсами; їх впливу на основні фінансово-економічні показники діяльності підприємства; пошук сильних та слабких сторін та резервів підвищення ефективності управління знаннями.

Предметом оцінки виступає процес управління трансформаціями елементів інноваційної системи підприємства для наближення його до організації, що самонавчається. Об'єктом дослідження є інноваційна система підприємства, рівень якої ілюструє успішність управління стратегічними змінними для розбудови економіки знань на мікрорівні.

Проблеми в практиці оцінки розвитку економіки, що базується на знаннях, на мікрорівні полягають у тому, що керівництво вітчизняних компаній не приділяє належної уваги цьому питанню, більш того на більшості підприємств відсутні елементи системи управління знаннями, практично неформована належна організаційна структура, корпоративна культура та інші елементи системи, що забезпечують становлення знаннєвої економіки.

Наступний крок у розробці методики оцінки розвитку економіки знань пов'язаний із визначенням прийомів і способів дослідження, направлених на досягнення мети та завдань оцінки. Дослідження рівня розбудови економіки знань на підприємстві рекомендується розпочати з аналізу моделі підприємства та виявлення місця інноваційної системи у процесах організаційного розвитку.

На першому етапі оцінки здійснюється аналіз системи задекларованих цілей підприємства та оцінка їх націленості на результат – перехід на нові рейки розвитку – роботу в умовах економіки, що базується на знаннях. Наступний етап оцінки передбачає перегляд існуючої системи управління інноваційною системою на підприємстві з визначенням її спроможності забезпечувати виконання покладених на неї функцій. Третім етапом оцінки є безпосередньо розрахунок системи показників, які характеризують стан інноваційної системи підприємства та трансформаційні перетворення на шляху до організації, що самонавчається.

У процесі дослідження варто застосовувати як загальнонаукові (спостереження, порівняння, вимірювання, абстрагування, аналіз і синтез, моделювання тощо), так і спеціальні методи. Зокрема, у ході збору та узагальнення інформації проводять збір даних шляхом опитування, вибіркового спостереження (з використанням відносних та середніх величин), методом експертних оцінок, групування, оперують таблично-графічними методами.

Дослідження на етапі проведення обробки даних ґрунтується на використанні економічного аналізу та фінансового, управлінського, стратегічного, функціонально-вартісного аналізу як його елементів. Заключним етапом дослідження є розробка рекомендацій по усуненню проблем, що гальмують процеси розбудови економіки знань, та використанню виявлених резервів підвищення ефективності знаннєвої економіки.

Після оцінки існуючого рівня становлення економіки знань на підприємстві, з метою визначення стану об'єкту у майбутньому за оптимістичним, реальним та песимістичним сценаріями варто використовувати методи прогнозування. Зокрема, здійснити вибір функцій однокінникової залежності, графічного її зображення та проведення на цій основі моделювання і прогнозування дозволяє метод статистичних рівнянь залежностей [3, с.90].

У загальному вигляді методичні основи проведення оцінки розвитку економіки знань на мікрорівні передбачають визначення мети і завдань, об'єкта та предмета оцінки, прийомів і способів дослідження, вибір яких залежить від ситуації на конкретному підприємстві та ресурсного забезпечення та повинен здійснюватись в контексті поставленої проблематики у визначеній послідовності, враховуючи окреслені на попередніх етапах аспекти.

Література

1. Современный экономический словарь / Сост. : Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА-М, 1996. – 496 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/18487
2. Кустовська О. В. Методологія системного підходу та наукових досліджень : Курс лекцій / О. В. Кустовська. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – 124 с.
3. Кулинич О. І. Теорія статистики : підручник / О. І. Кулинич, Р. О. Кулинич. – 5-те вид., переробл. і допов. – К. : Знання, 2010. – 239 с.

ПРОБЛЕМА НИЗЬКОЇ ІННОВАЦІЙНОЇ СПРИЙНЯТЛИВОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Важливим фактором ефективності науково-технічної та інноваційної діяльності прийнято вважати ступінь сприйнятливості, а саме, – затребуваності суспільством, в цілому, і конкретними споживачами зокрема, продуктів і результатів, що отримуються у сфері інноваційної діяльності. Під інноваційною сприйнятливістю економічної системи розуміється її здатність до:

- 1) цілеспрямованого і раціонального використання ресурсів інноваційної діяльності з метою задоволення потреб суб'єктів ринку;
- 2) скорочення етапу створення інновацій, покращення результатів їхньої комерціалізації;
- 3) формування стратегії забезпечення конкурентоспроможності на основі нововведень;
- 4) створення інноваційної культури органів влади;
- 5) використання і розвитку творчої ініціативи персоналу підприємств;
- 6) трансферту передового досвіду і потенціалу фахівців в рамках міжфірмових угод і альянсів [1].

Розглянемо групу бар'єрів, що є визначальною у несприйнятливості до інновацій вітчизняної економічної системи, та не дозволяє ефективно комерціалізувати результати наукових досліджень. Це бар'єри, що характеризують недостатню компетентність суб'єктів інноваційної діяльності: неусвідомлення визначальної ролі інтелектуальної власності в розвитку економіки першими особами (урядовцями, керівниками наукових організацій і промислових підприємств); неусвідомлення переважною більшістю науковців важливості комерціалізації і невміння комерціалізувати результати своїх досліджень; похилий вік більшої частини науковців вищої кваліфікації (60–85 років); переорієнтація значної кількості талановитих науковців на виконання замовлень іноземних наукових центрів і компаній; низька ефективність системи підготовки наукових кадрів; порушення порядку впровадження НДР: науковці зазвичай спочатку отримують результати НДР, потім шукають шляхи для їх використання, а не навпаки; недостатнє володіння науковцями знаннями і уміннями для реалізації інноваційних проектів; зміна за останнє десятиріччя співвідношення між фахівцями інженерного і гуманітарного профілю від 80:20 до 20:80 [2, с.88].

Існують принаймні, три причини цього. По-перше, багато науковців знаходяться ще у полоні минулих тенденцій, коли держава перебирала на себе питання комерціалізації наукових досліджень і тому вони мають досить поверхове уявлення про складний і ризикований шлях між результатами наукових досліджень і отриманням прибутку від їх використання. По-друге, багато талановитих науковців в сучасних ринкових умовах переорієнтувалися

на роботу з закордонними компаніями, або, не маючи можливості реалізувати свої розробки у власному інституті, здійснюють їх у приватному секторі. По-третє, навчальні програми підготовки магістрів, а також програми підготовки кандидатів і докторів наук не дають майбутнім науковцям та інноваційним менеджерам необхідних знань для комерціалізації результатів наукових досліджень [3, с.13].

Національна економіка тримає курс на інноваційний розвиток. Проте фактично даний курс не реалізовується. Його реалізація не можлива, поки не будуть детально вивчені та подолані усі перешкоди на цьому шляху. І перш за все потребує особливої уваги проблема інноваційної сприйнятливості підприємств та держави в цілому.

Проведені дослідження дають можливість зробити наступні висновки. Формування сприйнятливої до інновацій економіки є першочерговим завданням і одним з пріоритетних напрямків. Україна має величезний потенціал для реалізації пріоритетних напрямів та переходу на інноваційний шлях розвитку. Однак, можна створювати величезний інноваційний потенціал, спрямовувати гігантські ресурси на стимулювання інноваційної активності, але при низькій інноваційній сприйнятливості національної економіки, отриманий результат зовсім не виправдає наявні очікування.

Для цього необхідно формувати систему заходів, спрямованих на забезпечення інноваційної сприйнятливості економічної системи, що відбиває здатність національної економіки сприймати інновації. Ця система повинна передбачати цілу групу заходів, пов'язаних із:

1. Законодавчою підтримкою і створенням типових елементів механізму регулювання інноваційної діяльності.
2. Інформуванням громадськості через пропаганду, наукові конференції.
3. Людським чинником, в якому закладений головний потенціал і, одночасно, головна небезпека при формуванні інноваційної сприйнятливості.

Таким чином, потребують подальшого вивчення та дослідження фактори, що стримують інноваційну сприйнятливість. Перелік заходів її підвищення необхідно доповнювати з врахуванням змін, що відбуваються у національній економіці.

Література

1. Синиця Л. В. Забезпечення інноваційної сприйнятливості регіональної економічної системи / Л. В. Синиця // Вісник Східноукраїнського національного університету ім. Володимира Даля . – 2010. – № 2 (144), Ч. 2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/vsunu/2010_2_2/Sunucha.pdf
2. Цибулов П. М. Бар'єри на шляху комерціалізації результатів наукових досліджень в Україні / П. М. Цибулов, В. Ф. Корсун // Наука та інновації. – 2009. – Т. 5. – № 6. – С. 87-96.
3. Малицький Б. А. Неолиберализм и кризис инновационного развития экономики. Формула кризиса. – К. : Феникс, 2009. – 64 с.

Ибрагимов Р.М.

студент,

Башорина О.В.

старший преподаватель

Уральский федеральный университет имени первого Президента России
Б.Н. Ельцина (Россия)

ПРОБЛЕМА ОТТОКА КАПИТАЛА НА ПРИМЕРЕ ТАМОЖЕННОГО СОЮЗА

Интеграционные процессы, происходящие в экономической сфере на постсоветском пространстве в настоящее время, ярче всего представлены Таможенным союзом в рамках ЕврАзЭС.

В условиях нарастающей глобализации, все большее значение приобретает трансграничное движение капитала (международное движение капитала). Принимая во внимание возможное вступление Украины в Таможенный союз, высказанное Президентом В.Ф. Януковичем, процессы, происходящие в странах союза, будут оказывать существенное влияние на бизнес и экономическую ситуацию в целом.

Международное движение капитала, общая сумма в мире которого в 2011 г. превысила 4 трлн. долларов США – важный фактор ускорения экономического развития.

Вместе с тем, международное движение капитала – явление далеко не однозначное по своим последствиям и включает в себе противоречивые процессы. В частности одно из последствий движения капитала – отрицательное сальдо операций с финансами и капиталом или отток капитала.

Проблема осложняется отсутствием единой методологии и определения критериев оттока капитала.

Рассматривая платежный баланс, следует отметить в первую очередь отток капитала из Российской Федерации. Так по итогам первого квартала 2012 г. чистый отток капитала из России составил 35,1 млрд. дол. США, за аналогичный период 2011 г. было выведено 19,8 млрд. дол. В рамках таможенного союза, казна стран участниц недополучила в результате оттока капитала 200 млрд. руб. только за 2010 г. [1, с.4].

Государства участники таможенного союза для разрешения данной проблемы в частности намерены совершенствовать налоговое законодательство с целью пресечения незаконных схем «минимизации налоговых отчислений», а также незаконного вывоза капитала [2, с.14-17]. Однако следует отметить, комплекс мер носит исключительно фискальный характер, что, по мнению многих экспертов лишь усложнит жизнь бизнесу [1, с.4].

Как было отмечено выше, особенно остро проблема оттока капитала стоит перед Россией. Для других участников союза ситуация не столь драматична: по итогам 2011 г. Республика Беларусь столкнулась с оттоком капитала в размере 6,8 млрд. дол. США, для Республики Казахстан отток капитала составил 8 млрд. дол. США. Анализируя данные показатели, следует

отметить, наибольший интерес представляет отток капитала, который вызван частным сектором для Казахстана за 9 месяцев 2011 г. он составил 1,9 млрд. дол. США.

Проблема оттока в контексте Таможенного союза, приобретает все большее значение. Свободный капитал «утекает» за рубеж, бюджет недополучает налоги, бизнес тратит при этом огромные деньги на создание и поддержание схем по выводу капитала [3, с.98], который оседая на зарубежных счетах во многих случаях, возвращается в пространство Таможенного союза уже под видом иностранных кредитов и портфельных инвестиций.

В целом, причины оттока характерные для России, характерны также и для стран участниц и потенциальных участников Таможенного союза, к ним можно отнести:

- стремление избежать налогообложения;
- стремление скрыть реальную структуру собственности (регистрация предприятий в оффшорных зонах и вывод прибылей на счета в страны с давними традициями банковской тайны);
- высокие политические, экономические, экологические риски;
- отсутствие четко определенных и поддерживаемых на всех уровнях судебной власти прав собственности;
- стремление легализовать доходы, полученные от незаконных видов деятельности.

Отток капитала демонстрирует низкую привлекательность инвестиционных проектов внутри Таможенного союза, однако, можно увидеть также колоссальные средства, которые, при улучшении инвестиционного климата будут оставаться в границах союза.

Таким образом, создание благоприятных условий для инвесторов, совершенствование законодательной базы создаст достаточные условия для того, чтобы капитал работал на благо стран Таможенного союза.

Литература

1. Шаповалов А. Таможенный союз ловит капитал / Шаповалов А. // Коммерсантъ. – № 91 (4632).
2. Приложение к Решению Межгоссовета ЕврАзЭС (Высшего органа Таможенного союза) на уровне глав правительств от 19 мая 2011 г. № 80, «Основные итоги функционирования Таможенного союза в рамках ЕврАзЭС и первоочередные задачи на 2011-2012 годы»
3. Миронов М. Белые начинают и выигрывают / Миронов М. // Harvard Business Review. – Россия, Июнь-Июль, 2012.

3. ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Ковальов А.І.

д.е.н., професор

Одеський національний економічний університет (Україна)

ДЬЮ-ДІЛІДЖЕНС ЯК МЕТОД ДІАГНОСТИКИ СТАНУ ПІДПРИЄМСТВ

Наявність ризикованого та хаотичного навколишнього середовища підприємства призводить до виникнення турбулентної зони, яка відповідно до схеми хаотичного континуума Ф. Котлера [1, с.56] розподіляється на невизначену і визначену турбулентність (рис. 1). Проведення діагностики підприємств допомагає виявити основні фактори, що призводять до виникнення кризових явищ на мікроекономічному рівні, проаналізувати фінансово-економічний стан суб'єкта господарської діяльності, розробити заходи щодо його подальшого розвитку та визначити готовність до здійснення змін у межах зони визначеної турбулентності.

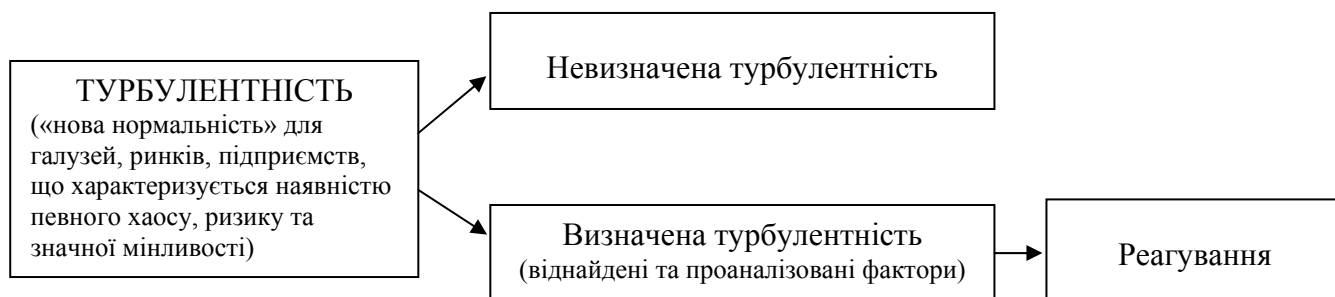


Рис. 1. Види турбулентності за Ф. Котлером

Завдяки застосуванню комплексних методів економічної діагностики відбувається розуміння стратегічних позицій та конкурентних переваг підприємства, що стає основою для формування набору альтернативних антикризових стратегій суб'єкта підприємницької діяльності. Найбільш повнішим методом такої діагностики є дью-ділідженс, мета якого – підготовка звіту щодо поточного стану, історії підприємства та оцінка виявлених ризиків.

Дью-ділідженс (від англ. «due» – належний, «diligence» – точність) – ретельна діагностика, що необхідна підприємству для дослідження усіх аспектів господарсько-фінансового стану підприємства, після чого виявляються шляхи отримання коштів для реалізації санаційних процедур і підготовки інвестиційних проектів [2, с.308-313]. Проведення дью-ділідженсу досить часто відбувається при здійсненні угод по злиттю і поглинанню підприємств (M&A), та тільки при узгодженості учасників діагностики (рис. 2) [3].

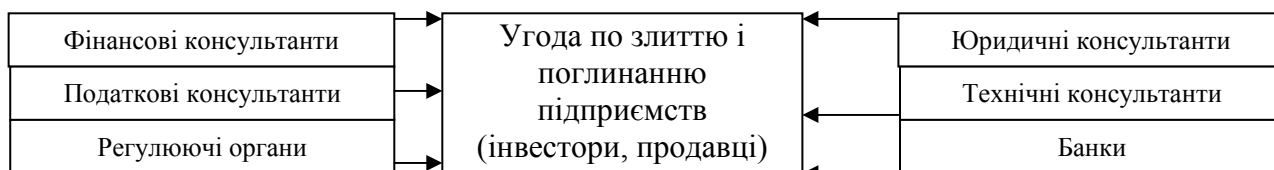


Рис. 2. Учасники угоди по злиттю і поглинанню підприємств

Дью-ділідженс застосовується у випадках продажу бізнесу, покупки готового бізнесу, створення спільного підприємства чи здійснення злиття компаній, відкриття діяльності за кордоном, подання доказів спроможності іноземному партнеру або інвестору, перевірки надійності, платоспроможності контрагента або ефективності роботи дочірніх компаній. До вдалих прикладів застосування дью-ділідженсу потрібно віднести його здійснення на торгово-розважальному центрі «Метрополіс» і ТОВ «Метроград», що допомогло підвищити ефективність ведення бізнесу та виявити перспективи підприємств.

Здійснення дью-ділідженсу передбачає проведення таких його видів, як операційний, правовий, фінансовий і екологічний, що забезпечить детальний аналіз стану підприємства. Інформаційною базою для проведення такої діагностики є внутрішня підприємницька статистична, бухгалтерська та інша управлінська звітність, законодавчі та внутрішні нормативні акти, інформація конкурентів і партнерів підприємства. Операційний дью-ділідженс має на меті деталізувати історію підприємства та галузі його функціонування, розглянути його організаційну структуру, проблеми менеджменту та персоналу, загальні умови договорів, а також оцінити внутрішні підприємницькі можливості. Правовий дью-ділідженс передбачає перевірку діяльності суб'єкта господарської діяльності відповідно до норм діючого законодавства, а саме перевіряються патенти, документи щодо ліцензій, страхування та лізингу, трудові, орендні та кредитні договори. Детальна увага приділяється термінам дії, цінам, порядку здійснення розрахунків та можливим санкціям.

Фінансовий дью-ділідженс допомагає розпізнавати спроможність підприємства отримувати дохід шляхом перевірки правильності ведення бухгалтерського обліку, здійснення аналізу звітності, облікової політики та управлінських інформаційних систем, розгляду системи фінансового і податкового планування, оцінки вартості компанії та визначення її боргових зобов'язань. Обов'язковий етап фінансового дью-ділідженсу – детальна розшифровка використання прибутку за останні 2-3 роки, наявні та заплановані інвестиційні програми та їх економічне обґрунтування.

Екологічний дью-ділідженс розглядає можливі наслідки для підприємств через дії регіональних органів влади щодо захисту навколишнього середовища. Проведення дью-ділідженсу в сфері екології допоможе правильно виробити екологічну стратегію та відповідно мінімізувати нанесення шкоди довкіллю.

Комплексне застосування розглянутих видів дью-ділідженсу дозволяє точно та адекватно оцінити фінансово-економічний, господарсько-майновий стан вітчизняних підприємств і віднайти внутрішні мобілізаційні резерви з метою залучення інвесторів, проведення операцій злиття та поглинання.

Література

1. Kotler Ph. Management and marketing in the age of turbulence : материалы мастер-класса Филиппа Котлера в Украине / Philip Kotler; [пер. с англ. О. Шестопалова]. – Huss, 2009. – 128 с.

2. Терещенко О. О. Управління фінансовою санацією підприємств: [підручник] / О. О. Терещенко. – К. : КНЕУ, 2009. – 552 с.

3. Финансовая экспертиза (due dilligence) / Ernst & Young [Электронный ресурс]. – Январь, 2012 г. – Режим доступа : <http://www.hse.ru/data/2012/01.pdf>.

Kozłowski W., Michalak J.

Ph. D

University of Warmia and Mazury (Poland)

DILEMMAS MEASUREMENT AND EVALUATION MARKETING EFFECTS

Measurement and evaluation of the marketing effects raises a lot of problems, making measurement still imperfect. In its essence, evaluation of marketing effects is related to the selection and interpretation of appropriate indicators. However, the elaboration of a complete and universal set of metrics is not only impossible, but also the specific conditions and methodological problems associated with the measurement make impossible of the absolute accuracy of efficiency and effectiveness evaluation. Although the measurement instruments were developed over the years, the managers should develop their own company-specific effects assessment scheme [2, p.666]. Its starting point is the identification and registration of the effects and costs by linking the effects with actions and actions with relevant expenditures.

The source of the problems emerging in this area is, in the first place, existing controversy in the perception of marketing and its role in management. This is a fundamental area of dilemmas, because how marketing will be understood and what will be its role in managing the organization will influence the motivation and method of assessing the effectiveness and efficiency of marketing. Because marketing generate a variety of effects, there is a lot of possible indicators. This does not facilitate the measurement marketing productivity, because still not completely solved the dilemma is which effects should be measured, and which indicators will be suitable [5, p.637; 1, p.734; 4, p.68]. Ambler exposes two additional difficulties associated with measuring of marketing effects. Firstly, marketing activities produce both tangible and intangible effects. If the action generates a first type of effects, in contrast to the imperceptible effects, the measurement is relatively simple. Secondly, marketing activities result in effects observed in both the short and long term. In contrast to the effects of the first type, the measurement of the long term effects is difficult, because it is based on many assumptions opened to manipulation. In this light, the problem of identification long term effects of actions taken and the use of appropriate measures, also raises [3, p.8].

The source of measurement imperfections are also problems associated with obtaining adequate data to calculate indicators. In the case of multiple external data, the problem is their availability, reliability, comparability and the relatively high cost of acquisition. Therefore often measured is only what can be measured. Measuring

marketing effects, evaluated in the category of economic efficiency requires, what should be underline, proper system of cost accounting. In this light there are clear differences in the approach to marketing cost accounting system used by financial and marketing managers. As practice has shown the source of the impossibility to fully identify the costs of marketing and, therefore measuring the effectiveness is a legally binding system of costs classification. It is related to the lack of precise rules in force capturing the cost of marketing.

References

1. Ambler T. Roberts J. H. Assessing marketing performance: don't settle for silver metric / T. Ambler, J. H. Roberts // *Journal of Marketing Management*. – 2008. - V. 24, No. 7-8. – pp. 733-750.
2. Ambler T., Kokkinaki F. Measures of Marketing Success / T. Ambler, F. Kokkinaki // *Journal of Marketing Management*. – 1997. - V. 13, Issue. 7. – pp. 665-678.
3. Brooks N., Simkin L. Measuring marketing effectiveness: An agenda for SMEs / N. Brooks, L. Simkin // *The Marketing Review*. – 2011. – V. 11, No. 1. – pp. 3-24.
4. Srinivasan S., Vanhuele M., Pauwels K. Mind-set metrics in market response models: An integrative approach / S. Srinivasan, M. Vanhuele , K. Pauwels // *Journal of Marketing Research*. – 2010. - V. XLVII. – pp. 672-684.
5. Stewart D. W. Marketing accountability: linking marketing actions to financial results / D. W. Stewart // *Journal of Business Research*. – 2009. – V. 62, Issue 6. – pp. 636-643.

Michalak J., Kozłowski W.

University of Warmia and Mazury (Poland)

INFLUENCE OF SALES PROMOTION ON CONSUMER DECISIONS

Sales promotion is a set of short-term stimuli aimed at increasing the sales of a product or service. The sales promotion tools may be divided into three basic groups depending on the target groups of the actions undertaken:

- consumer focused (coupons, discounts, sales, bonuses, presentations, tasting, competitions)
- trade intermediaries focused (discounts, promotions, sales devices, exhibitions, presentations of goods organised for distributors)
- salesmen focused (bonuses, competitions).

In deciding for applying any group of the tools we should realise that the rapid increase in sales related to the sales promotion is short-term in its nature and that it does not build loyalty of clients related to the brand. It also does not establish long-term preferences [1, p. 611-619; 2, p. 119-121].

All forms of sales promotion are intended to meet a single basic goal – encourage the potential buyers to accept the offers of the company. Aiming at verification of the assumption made the survey was conducted for the purpose of obtaining opinions from customers concerning sales promotions and changes in the levels of sales before and after implementing the promotional campaign. The survey was conducted at one of the hypermarkets in Olsztyn. The direct interview method with the questionnaire developed by the author as the tool was applied for collecting the information.

The survey covered 119 respondents chosen according to the purposeful selection method with elements of random sampling. Questionnaire based survey was conducted during various parts of the day.

The data necessary to obtain knowledge on changes in sales were obtained from sales reports for the periods of two weeks before – period I (16-29.05. 2012) and after – period II (13-26.06.2012) the promotional activities.

The paper also presents the results of sales (before and after promotion activities) concerning three selected products (Coca-Cola, „Tymbark” juices and „Nałęczowianka” mineral water) belonging to the product group of beverages. In relation to each of the identified products, three different types of promotional activities were applied: 15 % price decrease, presentation of the product at the sales place and adding a souvenir to the product purchased.

The results obtained on the base of the survey conducted indicate that the majority of clients declared positive attitude to all types of sales promotions and frequent participation in them. Among the tools, the purchasing at decreased price and purchase of special packages with the increased volume of the product were appreciated the highest. Presentations and testing of products as well as distribution of samples proved equally popular. The acceptance for other types of promotion such as purchasing at decreased prices on presentation of a coupon, participation in lotteries and competitions or receiving a bonus sent by the product manufacturer by mail enjoyed low acceptance.

Three different promotional campaigns conducted in the hypermarket for the selected group of products proved that price reduction was the most effective method to encourage the clients to purchase the product. The number of buyers that considered the possibility of receiving a souvenir added for purchase of the product in deciding to purchase a product was far lower. The attempt at drawing attention of the client by purposeful presentation of the product in the shop proved the least successful undertaking that had small influence on increasing the sales.

Literature

1. Kotler P. Marketing; analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola / P. Kotler // Gebethner i Ska, Warszawa. – 1994. – pp. 611-619.
2. Sztucki T. Promocja: reklama, aktywizacja sprzedaży / T. Sztucki // Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa. – 1999. – pp. 119-122.

ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ И УЧЕТА РАСХОДОВ ПРИ ПЕРЕХОДЕ НА МСФО

В последние несколько лет Республика Беларусь активно реформирует национальную систему бухгалтерского учета, гармонизируя ее с основными принципами Международных стандартов финансовой отчетности (МСФО).

С 1 января 2012 г. в Беларуси введены в действие новый Типовой план счетов бухгалтерского учета, новые инструкции о порядке составления бухгалтерской отчетности, о доходах и расходах, об отложенных налоговых активах и обязательствах, а также некоторые другие правовые акты, учитывающие основные принципы МСФО.

Введение названных документов принципиальным образом изменило подходы к бухгалтерскому учету доходов и расходов и формированию финансовых результатов коммерческих организаций. При этом ни в одном из принятых нормативных актов не определена, как это было ранее, возможность создания за счет чистой прибыли организации фондов потребления и накопления.

Вместе с тем субъекты хозяйствования по-прежнему продолжают формировать названные фонды и рассматривают их в качестве источников для осуществления капитальных вложений, социальных выплат, выплат в связи с юбилейными датами, оказания материальной помощи, выплаты работникам вознаграждения по итогам за год и т.д.

Возможность таких действий мотивируется некоторыми специалистами [1, 2, 3] тем, что собственники (учредители, участники) организаций в соответствии с действующим законодательством вправе самостоятельно определять и контролировать использование нераспределенной прибыли. Так, согласно ст. 34 Закона «О хозяйственных обществах» [4], а также подп. 4 п. 1 ст. 103 Гражданского кодекса [5] вопросы распределения прибыли и убытков общества относятся к исключительной компетенции общего собрания участников хозяйственного общества. При этом возможность образования резервных фондов, «размер, источники и порядок создания и использования которых устанавливается законодательством», а также образования других фондов, «которые создаются и используются в соответствии с законодательством или уставом хозяйственного общества», однозначно оговорена ст. 30 Закона «О хозяйственных обществах».

С нашей точки зрения, с 01.01.2012 г. подходы к формированию за счет чистой прибыли соответствующих фондов потребления и накопления, а также учету расходов на указанные цели с учетом принципов МСФО должны быть принципиально иными.

По нашему мнению, все расходы на потребление, которые ранее отражались некоторыми предприятиями как по счету учета внереализационных расходов, так и счету учета нераспределенной прибыли, с 1 января 2012 г. должны относиться к расходам по текущей деятельности и влиять на финансовый результат отчетного периода.

В этой связи формировать фонды потребления за счет чистой прибыли без последующего отражения их использования в учете не имеет смысла. Смысл всех изменений, обусловленных переходом на принципы МСФО, в том и состоит, чтобы затраты, произведенные в отчетном периоде, формировали реальный финансовый результат данного периода.

Если же оставить вариативность учета, допускающую отнесение расходов на потребление как за счет чистой прибыли, так и в уменьшение финансового результата, то очевидно, что коммерческие организации, как и ранее, будут регулировать свои финансовые результаты в нужную им сторону. Понятно, что в такой ситуации не будет обеспечиваться достоверность финансовой отчетности организаций, что противоречит основополагающим принципам МСФО.

Реальные расходы за счет чистой прибыли, с нашей точки зрения, должны производиться только при расчетах с собственниками (учредителями, участниками) организации. Именно в таком случае происходит уменьшение собственного капитала организации. Во всех других случаях речь может идти исключительно об определении чистой прибыли в качестве источника для корректировки других составляющих собственного капитала (создание резервного фонда, увеличение уставного капитала, покрытие убытков прошлых лет) при неизменности общей величины этого капитала.

Не имеет смысла и создание за счет чистой прибыли фонда накопления, поскольку при его использовании величина капитала организации не меняется, а вот возможности для выплаты дивидендов уменьшаются (на сумму чистой прибыли, перенесенной в добавочный капитал).

Очевидно, что новые подходы к учету расходов на потребление и накопление предполагают новые подходы к планированию таких расходов. Ведь если такие расходы осуществляются по текущей деятельности организации, то их следует «закладывать» в качестве статьи затрат при расчете величины прибыли организации, планируемой к получению в отчетном периоде. При этом величина плановых расходов на потребление, а также на осуществление капитальных вложений (реконструкция, техническое перевооружение, строительство и т. п.) должна определяться в соответствующих сметах расходов.

Учитывая изложенное, считаем, что расходы на цели потребления и накопления с 01.01.2012 г. должны планироваться исключительно исходя из плановых показателей финансово-хозяйственной деятельности организации на очередной год с учетом следующих особенностей:

- для осуществления капитальных вложений собственный источник в бухгалтерском учете не определяется и, соответственно, фонд накопления не создается. По факту источником капвложений могут быть как собственные, так и заемные средства. В конечном итоге реальным источником для таких расходов являются денежные средства на расчетном счете организации;

- все расходы на потребление уменьшают финансовый результат организации и, соответственно, создание за счет чистой прибыли фонда потребления не имеет смысла. В этой связи, если организация не выходит на запланированную величину чистой прибыли, ее исполнительный орган по решению общего собрания учредителей (участников) должен принять меры по сокращению ранее запланированных расходов на потребление.

Литература

1. Кинцак И. М. Каким образом отражается в бухгалтерском учете материальная помощь, начисленная работникам в 2012 году? // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Раздел «Вопросы-ответы». – Дата доступа : 24.02.2012 г.
2. Рудко Г. Н. Оплата труда в коммерческих организациях. Раздел «Бухгалтерский учет» // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Дата доступа : 18.04.2012 г.
3. Рыбак Т. Н. Новый типовой план счетов : сближение с МСФО продолжается / Главная книга.by. – 2012. – № 1. – С. 4.
4. О хозяйственных обществах : Закон Респ. Беларусь, 9 дек. 1992 г., № 2020-XII (в ред. от 15.07.2010 г.) // КонсультантПлюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.
5. Гражданский кодекс Республики Беларусь: Закон Респ. Беларусь, 7 дек. 1998 г., № 218-З (в ред. от 03.07.2011 г.) // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

Євтушенко О.М.

д.фарм.н., доцент,

Олійник О.Е.

Національний фармацевтичний університет (Україна)

ДОСЛІДЖЕННЯ ТОВАРНОЇ ПОЛІТИКИ ВИРОБНИЧОГО ФАРМАЦЕВТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах невизначеності зовнішнього середовища, посилення конкуренції на фармацевтичному ринку, зростання вимог споживачів до якості лікарських засобів та умов обслуговування фармацевтичним підприємствам особливо актуально адаптувати свою товарну політику до умов ринку, одночасно враховуючи потреби суспільства, оскільки лікарські засоби є товаром високої соціальної значущості. Дослідження товарної політики фармацевтичного виробничого підприємства може включати такі етапи: проведення всебічного вивчення асортименту лікарських засобів, що виробляються, за фармакотерапевтичними групами та лікарськими формами, аналіз динаміки продажу, проведення SWOT-аналізу підприємства, ABC–XYZ-аналізу продажів, прогнозування обсягів продажу лікарських засобів, формулювання рекомендацій з поліпшення товарної політики підприємства [1].

Об'єктом дослідження є фармацевтичне підприємство ТОВ «ФК «Здоров'я». За результатами SWOT-аналізу до сильних сторін підприємства можна віднести достовірний моніторинг ринку, гнучку політику цін, перехід на GMP, високу кваліфікацію персоналу, налагоджену збутову мережу. Серед загроз: посилення конкуренції, коливання курсу валют, зниження рівня життя населення; поява аналогічних лікарських засобів. Можливості включають: впровадження нових рекламних технологій, розвиток інформаційної галузі, появу нових постачальників; удосконалення менеджменту.

Наступним етапом дослідженням був проведений аналіз динаміки продажу продукції за останні роки, який показав, що відносно значний спад обсягів продажів співпадав з початком економічної кризи.

ABC-аналіз лікарських засобів проводився на підставі показника прибутку від продажу: до групи А увійшли 4 препарати, які забезпечують більш 50 % прибутку, а їх доля складає лише близько 3 %. Ця група є перспективною і на неї має витратитися максимум маркетингових зусиль. До групи В увійшли 15 препаратів компанії, з долею їх прибутку близько 30 %. Група С включає 115 препаратів, які приносять близько 20 % прибутку. Тобто з економічної точки зору група С є найменш вигідною, але ці препарати мають певну соціальну значущість та забезпечують певні потреби ринку. XYZ-аналіз проводився за ступенем прогнозованості продажу лікарських засобів.

Література

1. Мушко З. Н. Теория и практика маркетинговых исследований в фармации / З. Н. Мнушко [Моногр.]. – Харьков: Изд-во НФаУ, 2008. – 308 с.

Граждан В.Д.
к.е.н., професор,
Куперман В.В.
аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

КЛАСИФІКАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасній економічній літературі існує множина класифікацій планів виробництва (див., наприклад, роботи [1, с.18-19; 2, с.60-67; 3, с.10-13; 4, с.259-272]). Відповідно до них виробнича програма, що розробляється на рівні промислового підприємства, носить здебільшого директивний характер, тобто обов'язкова до виконання для всіх структурних підрозділів, цехів та ділянок, окремих виконавців. Індикативне планування як інструмент управління частіше застосовується на макрорівні.

Оскільки виробнича програма на підприємстві розробляється частіше всього на рік, то її слід віднести до короткострокових планів.

За змістом та призначенням планових завдань виробнича програма тяжіє до тактичних планів. Хоча при цьому досягнення певних стратегічних цілей й завдань цілком можливе й доречне. Тобто її можна розглядати в якості інструмента реалізації як тактичних, так і стратегічних планів підприємства.

Часова спрямованість виробничої програми, як найбільш адекватного сучасним ринковим умовам господарювання плану промислового підприємства, зорієнтована в основному на преактивні та інтерактивні форми існування. Основною перевагою преактивного підходу є адекватна оцінка зовнішнього середовища й прагнення врахувати всі його фактори в процесі планування. Інтерактивне планування відрізняється двома важливими рисами: 1) засновано на принципі участі й максимально мобілізує творчі здібності всіх працівників підприємства; 2) припускає, що майбутнє підвладно контролю й значною мірою є продуктом творчих дій учасників процесу управління. Головна мета інтерактивного планування – проектування майбутнього.

За ступенем охоплення розрізняють загальні плани, що обіймають усі проблеми життєдіяльності підприємства, і часткові, які охоплюють тільки визначені області й параметри. За визначенням виробнича програма є частковим планом, що включає завдання відносно обсягу виробництва продукції (робіт, послуг) визначеної номенклатури, асортименту та відповідної якості.

Враховуючи об'єкт планування виробничої програми підприємства, її можна віднести до програмно-цільових планів, так як вона спрямована на розробку й реалізацію конкретної програми виробництва продукції, і передбачує досягнення низки певних цілей, наприклад, економічних (максимізації прибутку, підвищення частки на конкретному споживчому ринку, мінімізація витрат тощо).

Очевидно, що сферою планування виробничої програми підприємства, яка в основному охоплює підготовку та хід виготовлення продукції (робіт, послуг), є

виробництво.

За глибиною планування виробнича програма підприємства представляє собою скоріше детальний план, що відрізняється докладними розрахунками і описом запланованого процесу (об'єкта). Агреговані плани зазвичай обмежені заданими контурами, наприклад, план виробництва цеху представляє собою суму планів виробничих ділянок і т. ін.

Координація окремих планових завдань і параметрів у межах виробничої програми здійснюється одночасно в єдиному акті планування для всіх ланок підприємства – цехів, ділянок, робочих місць.

На нашу думку, не бажано, щоб за ознакою врахування зміни даних виробнича програма в ринкових умовах була твердим планом, який практично не реагує на динаміку внутрішніх та зовнішніх параметрів підприємства. Треба прагнути до максимального надання їй якостей гнучких планів, що безперервно адаптуються до варіювання як самої виробничої системи, так і умов навколишнього середовища.

Як відомо, упорядковане планування припускає таку послідовність планової роботи, при якій після завершення одного плану розробляється інший план, тобто плани чергуються послідовно один за одним. При ковзному плануванні після закінчення певного запланованого строку план продовжується на наступний період. Позачергове (евентуальне) планування здійснюється в міру виникнення необхідності, наприклад, при реконструкції або санації підприємства. Виходячи з даної класифікації, виробничу програму слід віднести до планів, що носять ознаки ковзного планування, оскільки процес її підготовки, розробки і виконання на підприємстві носить систематичний характер.

Отже, під виробничою програмою підприємства ми будемо розуміти річний план виробництва продукції (робіт, послуг) визначеної номенклатури, асортименту та якості, для якого характерні наступні риси: директивність, короткостроковість, преактивність та інтерактивність, детальність, одночасність, гнучкість та адаптивність. Виробнича програма носить чіткі ознаки тактичних, часткових, програмно-цільових планів, сферою яких є виробництво, а черговість у часі має ковзний характер.

Література

1. Орлов О. О. Планування діяльності промислового підприємства Орлов О. А. – К. : Скарби, 2002. – 336 с.
2. Осипов В. И. Экономика предприятия : [учебник] / Осипов В. И. – Одесса : Маяк, 2005. – 720 с.
3. Пасічник В. Г. Планування діяльності підприємства : [навч. посіб.] / В. Г. Пасічник, О. В. Акіліна. – К. : Центр навч. літератури, 2005. – 256 с.
4. Стратегическое планирование : [учебник] / Ассоциация авторов и издателей «ТАНДЕМ» ; под ред. Э. А. Уткина – М. : Изд. ЭКМОС, 1998. – 440 с.

Козлова Е.А.
к.э.н., доцент,
Шанцова И.А.
магистрант

Могилевский государственный университет продовольствия (Беларусь)

ВОПРОСЫ ПРИМЕНЕНИЯ МСФО (IAS) 29 В ПРАКТИКЕ БЕЛОРУССКОГО УЧЕТА

Международные стандарты финансовой отчетности охватывают все аспекты бухгалтерского учета и отчетности, обеспечивают необходимую прозрачность финансовой отчетности для всех потенциальных пользователей [1]. Полное раскрытие информации – залог прозрачности представляемой отчетности, без которой невозможно достичь необходимого доверия между операторами любого рынка. Надежность и прозрачность информации определяется высоким качеством стандартов учета и отчетности, готовностью тех, кто составляет отчетность, неукоснительно следовать установленным стандартам. При применении международных стандартов значительная роль отводится профессиональному суждению, как основополагающему инструменту принятия решений в рамках учетной политики предприятия. Однако в отечественной практике по-прежнему сильны традиционные подходы к реализации бухгалтерских процедур в соответствии с утвержденными нормами и правилами, что затрудняет быстрый переход на учет в соответствии с МСФО [2].

Крупнейшие мировые аудиторские компании в 2011 г. признали экономику Республики Беларусь гиперинфляционной [3]. Вместе с тем, финансовая отчетность о результатах деятельности и финансовом положении предприятия составляется в местной валюте, сопоставление сумм операций и других событий, произошедших в разное время даже в пределах одного отчетного периода, не отражает реальное положение дел и вводит в заблуждение пользователей.

Это обстоятельство объясняет необходимость корректировки финансовой отчетности предприятий с учетом инфляционных процессов, что позволит повысить качество и достоверность отчетности, обеспечит возможность ее использования иностранными инвесторами при принятии решений о реализации инвестиционных проектов.

В системе международных стандартов финансовой отчетности действует МСФО (IAS) 29 «Финансовая отчетность в гиперинфляционной экономике» [4], который может применяться в отношении финансовой отчетности всех предприятий, функциональная валюта которых является валютой страны с гиперинфляционной экономикой.

Согласно данному стандарту, чтобы привести финансовую отчетность в состояние, пригодное для принятия управленческих решений, необходима корректировка отдельных статей финансовой отчетности на уровень ценового индекса на дату составления бухгалтерского баланса, поэтому:

- финансовая отчетность предприятия, функциональная валюта которого является валютой страны с гиперинфляционной экономикой, должна представляться в единицах измерения, действующих на конец отчетного периода;

- соответствующие показатели за предыдущий период, требуемые МСФО (IAS) 1 «Представление финансовой отчетности», и любая информация, относящаяся к более ранним периодам, также должна представляться в единицах измерения, действующих на конец отчетного периода;

- прибыль или издержки по не денежному имуществу должны быть включены в чистый доход, или раскрыты отдельной строкой;

- итоговая строка бухгалтерского баланса на дату составления должна быть выражена в учетных денежных единицах с помощью общего индекса цен.

МСФО (IAS) 29 «Финансовая отчетность в гиперинфляционной экономике» [5] отводит наиболее важную роль последовательному обращению к процедурам пересчета статей финансовой отчетности в учетную денежную единицу от одного отчетного периода к другому отчетному периоду, нежели точному представлению итоговых сумм в пересчитанных отчетах. Стандарт позволяет выразить финансовую отчетность в учетных денежных единицах, вне зависимости каким путем она составлена: на основе исторической стоимости либо на основе метода учета по текущей стоимости.

Применение данного стандарта в практике учетной работы отечественных предприятий позволит повысить надежность и качество отчетной информации для привлечения иностранных инвесторов, сможет достоверно отразить реальное финансовое состояние предприятий, быть весьма значимой при принятии управленческих решений.

Литература

1 Трудности и перспективы развития МСФО / Международные стандарты финансовой отчетности, 2011. – №2. – С. 14-16.

2 О Государственной программе перехода на международные стандарты бухгалтерского учета в Республике Беларусь: постановление Совета министров Респ. Беларусь, 4.05.1998г., № 694 // Консультант плюс: Беларусь [Электрон. ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. Центр правовой информации Респ. Беларусь. – Минск, 2012 г.

3 Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс] / Нац. центр статистической информ. Респ. Беларусь. – Могилев, 2012. Режим доступа – <http://belstat.gov.by/homep/ru/indicators/prices.php>. – Дата доступа: 7.08.2012.

4 Центр начального обучения МСФО [Электронный ресурс] / МСФО (IAS) 29 : «Финансовая отчетность в гиперинфляционной экономике». – Могилев, 2012. Режим доступа : <http://allmsfo.ru/msfo-ias-29.html>. – Дата доступа: 3.08.2012.

5 МСФО 29 «Финансовая отчетность в условиях гиперинфляции» / Международные стандарты финансовой отчетности, 2011. – №3. – С. 14–29.

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ПЛАТЕЖЕСПОСОБНОСТИ И ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

С 01.01.2012 г. в Республике Беларусь вступил в силу новый Типовой план счетов и Инструкция по его применению, утвержденные Постановлением Министерства финансов Республики Беларусь от 29.06.2011 г., № 50, которые подготовлены в целях сближения законодательства Республики Беларусь в области бухгалтерского учета и отчетности с Международными стандартами финансовой отчетности. Изменения в методологии национального бухгалтерского учета вызвали ряд существенных изменений в нормативных документах, регулирующих порядок проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования.

Анализ изменений в упомянутых выше нормативных документах показал, что система показателей для оценки финансового состояния не претерпела существенных трансформаций. По-прежнему для оценки платежеспособности используется три показателя: коэффициент текущей ликвидности (К1), коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами (К2) и коэффициент обеспеченности финансовых обязательств активами (К3).

Для проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования в целях, установленных статьей 37 Закона Республики Беларусь от 18 июля 2000 г. «Об экономической несостоятельности (банкротстве)», применяется дополнительно еще пять показателей: коэффициент абсолютной ликвидности (Кабсл), коэффициент общей оборачиваемости капитала, коэффициент оборачиваемости оборотных средств (краткосрочных активов), коэффициент капитализации, коэффициент финансовой независимости (автономии).

По сравнению с ранее действовавшей Инструкцией по анализу и контролю за финансовым состоянием и платежеспособностью субъектов предпринимательской деятельности (далее Инструкция 2004 г.) [1], в новой Инструкции о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования (далее Инструкция 2011 г.) [2] коэффициент обеспеченности просроченных финансовых обязательств активами (К4) фактически заменен двумя показателями оборачиваемости активов и двумя показателями оценки структуры источников финансирования.

Т.о., после описанных выше новаций в действующем законодательстве, принципиально не изменились подходы к анализу финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования, и методика анализа по-прежнему остается односторонней, не комплексной, без системы показателей, всесторонне охватывающих финансово-хозяйственную деятельность

предприятия. Не решают проблему присутствующие в Инструкции 2011 г. методические рекомендации по оценке структуры и динамики активов и пассивов бухгалтерского баланса, а также по анализу финансовых результатов деятельности, структуры и направлений использования полученной прибыли.

Между тем, сбалансированный и достаточно широкий набор экономических показателей должен позволить всесторонне оценить деятельность предприятия. Подобный набор показателей или система должна включать конкретный набор показателей и алгоритмов их расчета и включать следующие группы показателей:

1. Оценки состава, структуры и динамики активов и пассивов;
2. Соотношения отдельных видов активов и пассивов и их групп;
3. Состав, структуры и динамики прибыли;
4. Прибыльности;
5. Рентабельности;
6. Деловой активности;
7. Производства и реализации продукции;
8. Ликвидности;
9. Платежеспособности предприятия;
10. Финансовой устойчивости.

Каждая из приведенных выше групп показателей должна детализироваться, как, на пример, группа 10 «Показатели финансовой устойчивости»: коэффициент капитализации; коэффициент финансовой независимости (автономии); коэффициент финансового левериджа; соотношение суммы запасов и затрат и собственных оборотных средств; соотношение суммы запасов и затрат и собственных и долгосрочных источников формирования запасов и затрат; соотношение суммы запасов и затрат и общей величины источников формирования запасов и затрат.

Приведенная выше система показателей должна, на наш взгляд, сопровождаться алгоритмами расчета и описанием методики анализа. Это позволит облегчить экономистам использование ее на практике и в частности в случаях, когда проведение анализа финансового положения требуется в соответствии с действующим законодательством.

Литература

1. Инструкция по анализу и контролю за финансовым состоянием и платежеспособностью субъектов предпринимательской деятельности. Утв. Пост. Министерства финансов, Министерства экономики и Министерства статистики и анализа Республики Беларусь от 14.05.2004 г., № 81/128/65.

2. Инструкция о порядке расчета коэффициентов платежеспособности и проведения анализа финансового состояния и платежеспособности субъектов хозяйствования. Утв. Пост. Министерства финансов, Министерства экономики Республики Беларусь от 27.12.2011 г., № 140/206.

ПРАКТИЧНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Аудит став окремим видом підприємницької діяльності, професією, галуззю економічних знань і зайняв важливе місце в системі управління економікою країни, ставши невід'ємним атрибутом економіки підприємства. Але така його складова як внутрішній аудит для більшості керівників підприємств є незрозумілим і непотрібним напрямком управлінської діяльності.

Внутрішній аудит є важливим інструментом керівництва підприємства для моніторингу ефективності і надійності систем корпоративного управління, внутрішнього контролю і управління ризиками підприємства, для аналізу і оцінки ступеня досягнення підприємством поставлених цілей і задач.

Виходячи з наведених завдань внутрішнього аудиту можна визначити його предмет (рис.), який полягає у вивченні економічних, організаційних та інформаційних характеристик суб'єктів господарювання з метою недопущення будь-яких відхилень та підвищення ефективності господарювання.

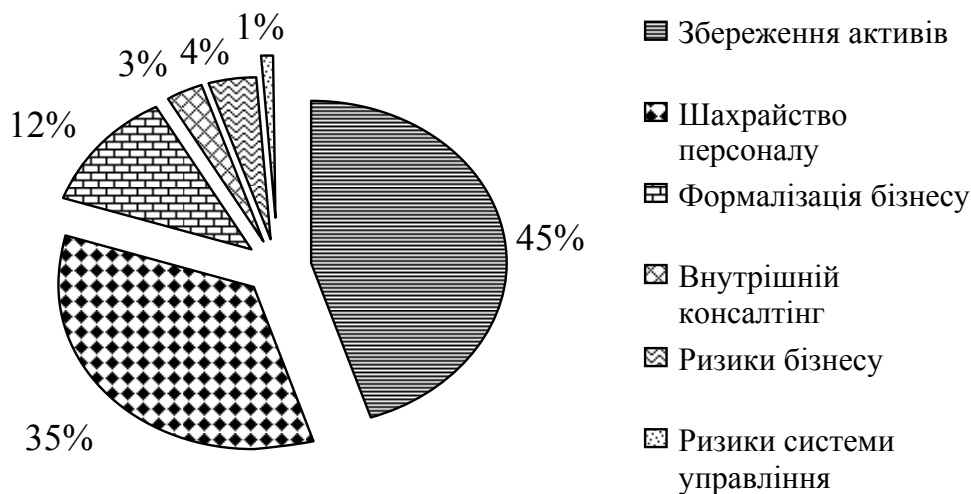


Рис. Пріоритети внутрішнього аудиту

Процес розвитку українського внутрішнього аудиту суттєво відрізняється від світових тенденцій, що пояснюється особливостями передумов формування та бажанням в найкоротший час створити систему, подібну до зарубіжних, яка враховувала б іноземний досвід та виконувала б аналогічні функції з такою ж ефективністю.

Тому велику практичну цінність має досвід тих підприємств, які усвідомлюють переваги використання внутрішнього аудиту і самостійно розробляють його методику та практичні інструменти проведення.

ПАТ «НКМЗ» – підприємство, яке одним з перших створило систему внутрішнього аудиту і проведене дослідження дозволило виявити економічний ефект від аудиторських процедур.

Сучасні системи побудови внутрішнього контролю (СВК), формовані відповідно до вимог принципів корпоративного управління, підкреслюють відповідальність вищого керівництва підприємства за формування надійності цієї системи і підтримку її належного функціонування.

Основними задачами, що стоять перед системою внутрішнього контролю, є:

- забезпечення відповідності принципам корпоративного управління;
- оцінка надійності і ефективності СВК на підприємстві, а також надання підтримки консультанта менеджменту на етапі розробки систем і процедур СВК;
- оцінка системи управління ризиками;
- оцінка ефективності і економічності управління бізнес-процесами.

З метою забезпечення ефективної роботи і фінансової стійкості підприємства було створене бюро внутрішнього аудиту (БВА).

Метою діяльності бюро внутрішнього аудиту є:

- забезпечення ефективної роботи і фінансової стійкості підприємства на основі аудиту, аналізу і контролю виконання грошових витрат акціонерного товариства;
- своєчасне виявлення порушень по витраті грошових коштів акціонерного товариства і формування заходів по усуненню причин, що призвели дані порушення, а також заходів по їх недопущенню;
- зниження ризиків по витратній частині бюджету фінансово-господарської діяльності підприємства.

Результатом роботи БВА на ПАТ «НКМЗ» є зниження витрат по закупівлях при здійсненні працівниками БВА поточного суцільного контролю службових записок на оплату (розрахунково-грошових документів) витратної частини бюджету підприємства. Економічний ефект в сумарному вираженні визначається по платежах, що мають зниження витрат в результаті аналізу і контролю проведеного співробітниками БВА, по розрахунках з постачальниками з придбання матеріальних ресурсів і послуг (робіт). Це різниця між сумою платежу, наданого в бюро внутрішнього аудиту на контроль, і сумою фактично сплачених платежів, переоформлених з урахуванням усунення виявлених зауважень, порушень і недоліків.

Література

1. Нетыкина О. Организация службы внутреннего аудита и ее работы на предприятии // Бухгалтерский учет и аудит. – № 7. – 2004.
2. Бурцев В. В. Внутренний аудит компании: вопросы организации и управления // Финансовый менеджмент. – № 4. – 2003.

Бабий О.Н.

к.э.н., доцент

Одесский национальный экономический университет,

Сербинова Е.Х.

начальник отдела тарифной политики ОГС (Украина)

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРИБЫЛИ В ТАРИФАХ НА АВТОБУСНЫЕ ПЕРЕВОЗКИ

Наиболее методологически не проработанным вопросом при определении уровня тарифов на автобусные перевозки является экономическое обоснование размера прибыли, включаемой в тариф [1, с.9].

На практике прибыль определяют через некий произвольно установленный уровень рентабельности перевозок что, с нашей точки зрения, совершенно некорректно и в идеологическом и в методическом плане. При этом уровень рентабельности принимается фиксированным, без учета условий работы на конкретных маршрутах и характеризуется такими понятиями как «низкий» (до 10 %), «нормальный» (10-15 %) и «завышенный» (свыше 15 %).

Методологическая некорректность такого подхода определяется следующими обстоятельствами: произвольность качественных оценок уровня рентабельности перевозок; игнорирование различий в условиях работы автобусов различных классов на различных маршрутах; игнорирование реальной структуры использования прибыли и особенности, связанные с различными системами налогообложения перевозчиков.

В свою очередь идеологическая некорректность заключается в том, что экономически обоснованный размер необходимой прибыли практически не связан с себестоимостью перевозок (коэффициент корреляции – 0,46 и ниже), а рентабельность перевозок в этом случае выступает исключительно как производная, косвенно характеризующая соотношение текущих и капитальных затрат. Рассмотрим общую структуру использования прибыли. Эта структура включает в себя следующие элементы (для перевозчиков, находящихся на общей системе налогообложения): средства, используемые предприятием-перевозчиком для текущих внутренних потребностей ($Pr_{н.в.}$); средства, используемые на обновление ОФ, прежде всего подвижного состава ($Pr_{н.с.}$); средства, направленные на удовлетворение предпринимательского интереса ($Pr_{н.и.}$); налог на прибыль (H_{np}).

Проведенный анализ показал, что математическое ожидание и соответствующая средняя ошибка удельного веса средств (в %), используемых перевозчиками для текущих внутренних потребностей, составило $9,62 \pm 1,44$. Таким образом, с вероятностью свыше 0,95 можно утверждать, что удельный вес этих средств в общем объеме прибыли находится в диапазоне 6,74-12,50%.

Для обновления подвижного состава имеются 2 источника – амортизационные отчисления и прибыль. Для амортизации, в данном случае, является производственный метод расчета [2, с.209], при котором сумма

амортизационных отчислений зависит от первоначальной балансовой стоимости автобуса, полного амортизационного и годового пробега.

Анализ показывает, что срок, в течение которого выполняется полный амортизационный пробег, зависит, в основном, от условий работы на маршрутах и колеблется в пределах от 8 до 12 лет. В то же время подавляющее большинство автобусов приобретаются на условиях кредита или лизинга, при этом срок выплаты не превышает 5 лет, т. е. амортизационных отчислений (даже в случае их исключительно целевого использования) явно недостаточно.

Исходя из этого, размер прибыли, которую необходимо направлять на обновление подвижного состава ($Pr_{н.с.}$), определяется как

$$Pr_{н.с.} = (B / T_{кр.}) - A_z, \quad (1)$$

где B – первоначальная балансовая стоимость, грн.;

$T_{кр.}$ – срок выплаты основной суммы кредита (лизинга);

A_z – годовая сумма амортизационных отчислений, грн.

Рассмотрим вопрос экономического обоснования размера средств, необходимых для удовлетворения предпринимательского интереса [3, с.13]. Учитывая, что автоперевозки являются бизнесом с повышенным уровнем внешних рисков (технических, экономических, законодательных и т. п.) реальная инвестиционная привлекательность возникает в случае, когда доходность инвестиций в подвижной состав хотя бы на 2-3 процентных пункта превышает средний размер доходности по банковским депозитам. Тогда, размер прибыли, которую необходимо направлять на удовлетворение предпринимательского интереса ($Pr_{н.и.}$), определяется как:

$$Pr_{н.и.} = B(\%б + \Delta\%) / 100, \quad (2)$$

где $\%б$ – средний процент доходности по банковским депозитам;

$\Delta\%$ – дополнительный процент доходности как компенсатор внешних рисков.

Исходя из реального удельного веса чистой прибыли $Pr_{ч.}$ в структуре тарифа, можно утверждать, что если принять удельный вес $Pr_{в.н.}$ в $Pr_{ч.}$ на уровне 10%, то возможное отклонение тарифа от экономически обоснованного уровня будет достоверно находиться в пределах статистической погрешности.

Тогда балансовая прибыль $Pr_{б.}$ при размере налога на прибыль – 21 % составит: $Pr_{б.} = (Pr_{в.н.} + Pr_{н.и.}) / 0,9 + H_{пр} = Pr_{ч.} / 0,79$. Определенный таким образом размер прибыли можно считать экономически обоснованным.

Литература

1. Методика расчета тарифов на услуги пассажирского автомобильного транспорта (приказ Минтрансвязи Украины от 17.11.2009 г., № 1175).
2. Осипов В. И. Экономика предприятия: Учебник. – Одесса, «Маяк», 2005. – 717 с.
3. Закон Украины «Об автомобильном транспорте» от 23.02.2006 г., № 3492-IV.

ПОДАТКОВЕ ПЛАНУВАННЯ НА МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

В умовах трансформаційної економіки для ефективного управління малим підприємством необхідно не лише максимізувати його прибутки, а у першу чергу поліпшити аналіз податків, шляхом врахування податкового навантаження. Недосконалість податкового законодавства на фоні посилення податкового тиску на малі підприємства, спонукають їх ухилятися від сплати податків, що є злочином перед державою. Разом з тим, використання малими підприємствами законних способів щодо мінімізації податків дають змогу протистояти їх фінансовим труднощам. Тому у теперішній час мінімізація податків стає одним з найважливіших завдань фінансового управління на малих підприємствах України.

Дослідження питань щодо податкового планування в Україні зародилось з початком формуванням законодавчої основи щодо здійснення підприємницької діяльності. Проблеми в цій галузі висвітлено у працях багатьох науковців: В. Білика, З. Варналія, Л. Воротіної, О. Квасовського, О. Кужеля, Сизоненка, І. Слободянюка, О. Титаренка, Т. та багатьох інших.

Метою даної роботи є дослідження законодавчих аспектів щодо сучасного податкового планування на малих підприємствах України.

Сьогодні існує декілька способів оподаткування доходів малих підприємств, кожен з яких має свої переваги та вади, тому підприємство самостійно за своїм бажанням може обрати той, що найбільше відповідає умовам та особливостям здійснення його діяльності. Допоміжним засобом стане виважений механізм планування. Планування - це розробка й прийняття цільових настанов кількісного і якісного характеру й визначення шляхів найефективнішого їх досягнення [1, с.235]. Механізм податкового планування малих підприємств надає змогу пов'язати наявні можливості підприємства з можливістю їх використання, передбачити витрати, доходи та фінансові результати.

З прийняттям нового Податкового кодексу виникла проблема вибору оптимальної системи оподаткування особливо для малих підприємств. Так до складу витрат, що не враховуються при визначенні оподатковуваного прибутку не включалися витрати, понесені у зв'язку із придбанням товарів (робіт, послуг) та інших матеріальних і нематеріальних активів у фізичної особи-підприємця, що сплачує єдиний податок [2]. Що поставило під загрозу існування малого підприємництва, котре представлено значною кількістю фізичних осіб-підприємців, які є платниками єдиного податку. Унаслідок дії цієї норми Податкового Кодексу припинило роботу понад 200 тис. підприємців та малих підприємств, зокрема за такими видами діяльності: транспортні перевезення; торгівля; консультаційні послуги; ресторанне господарство та ін., що призвело

до соціальної напруги у суспільстві, створило протест у вигляді акцій непокори з боку представників підприємницького середовища.

На цей час згідно Закону України [3] з 1 січня 2012 р. юридичні особи будь-якої організаційно-правової форми мають право застосовувати спрощену систему оподаткування, якщо протягом календарного року відповідають наступним критеріям: середньооблікова кількість працівників не перевищує 50 осіб та обсяг доходу не перевищує 5 000 000 грн. В якості переваг спрощена система звільняє від сплати: податку на прибуток підприємств; ПДФО; ПДВ, крім ПДВ, що сплачується фізичними особами та юридичними особами, які обрали ставку єдиного податку 3 %; земельного податку; збору за провадження деяких видів підприємницької діяльності; збору на розвиток виноградарства, садівництва і хмелярства.

Однак існують деякі види діяльності, які заборонені платникам єдиного податку – юридичним особам. Тому керівники малих підприємств повинні враховувати усі діючі законодавчі норми. Крім того, необхідно здійснювати кількісну оцінку ефективності податкової політики малого підприємства через систему показників, що визначають: рівень податкового навантаження на підприємство; рівень впливу окремих заходів податкового планування на величину податкових зобов'язань підприємства; ефективність податкового планування та податкової політики підприємства загалом.

Підбиваючи підсумки, слід вказати, що податкове планування на вітчизняних малих підприємствах слід проводити дотримуючись: законності проведених операцій, тобто способи планування податків не повинні суперечити чинному податковому законодавству; обачності – система планування повинна ґрунтуватись на логічному використанні недоліків у законодавстві, а не на створенні штучних схем заниження податків; послідовності – обрані інструменти податкового планування повинні формувати схему оптимізації, притаманну конкретному малому підприємству, що ґрунтується на дотриманні його типових господарських операцій; поміркованості – отримання максимальної вигоди з мінімальними витратами за дотримання законності нарахування і сплати податків; ефективності – витрати на проведення заходів щодо оптимізації податкового планування не повинні перевищувати отриману економію від мінімізації оподаткування.

Література

1. Салига С. Я., Дацій Н. В. Фінансовий менеджмент: Навч. посібник. – К. : Центр навч. літ., 2006. – 274 с.
2. Податковий кодекс України № 2755-VI від 02.12.2010 р., зі змінами та доповненнями [Електронний ресурс] / Верховна рада України. – Режим доступу : [www.- rada.gov.ua](http://www.rada.gov.ua).
3. Закон України «Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких інших законодавчих актів України щодо спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності».

ЛОГИКА ОБОСНОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ ПРЕДПРИЯТИЯ МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ

Переход к рыночной экономике диктует острую необходимость формирования новой системы планирования деятельности предприятий, действенность которой во многом определяется уровнем ее адекватности новым условиям хозяйствования. Свое дальнейшее развитие должны найти методологические основы планирования, воплощенные в его принципах. В первую очередь, это касается принципа обоснованности, в котором заключено важнейшее требование, предъявляемое к планированию, отражена вся его суть.

Обоснованность плановых заданий имеет первостепенное значение для всех разделов технико-экономического плана предприятия, всех направлений его деятельности. Однако самые негативные последствия для хозяйствующего субъекта имеет нарушение данного принципа при формировании его производственной программы (ПП). В условиях плановой экономики каждое предприятие получало уже обоснованные (с учетом народнохозяйственных, отраслевых и региональных потребностей) производственные задания.

Включая задания по номенклатуре, объемам и срокам выпуска продукции, производственная программа всецело определяла все разделы технико-экономического плана предприятия. Пассивная роль последних сводилась сугубо к организационно-техническому и ресурсному обеспечению заданий производственного плана.

Переход к рыночным условиям обусловил перенос «центра тяжести» осуществления всех плановых расчетов на низовой уровень народнохозяйственного комплекса – промышленное предприятие. В соответствии с новой парадигмой тактического планирования кардинально изменилось место производственной программы в системе плановых расчетов. Производственный план находится не на входе, а на выходе всей системы технико-экономического планирования деятельности предприятия. Формирование производственной программы предприятия является стержневым процессом, интегрирующим всю совокупность расчетов, осуществляемых в контексте тактического планирования, начиная от анализа рыночного спроса и заканчивая оценкой степени достижения целевых установок и экономических критериев.

Указанные изменения потребовали принципиально новых подходов к осуществлению ресурсного обоснования производственных планов, включая обоснование производственной программы наличными материально-техническими ресурсами (МТР). Существенно усложнились взаимосвязи между отдельными разделами тактического плана и, в первую очередь, между планом материально-технического обеспечения (МТО) предприятия и ПП (см. рис.).



Рис. Логика обоснования ПП наличными МТР предприятия в рыночных условиях

1. Так, с одной стороны, параметры ПП прямо и опосредованно (через плановые нормы расхода сырья и материалов, содержащиеся в нормативной базе предприятия) определяют номенклатуру и объемы потребляемых МТР. С другой стороны, наличие возможностей покрытия потребностей в МТР определяет объемные показатели ПП предприятия. В случае отсутствия указанных возможностей (в силу различных причин) производится корректировка объемов производства отдельных видов продукции, на что указывает соответствующая пунктирная стрелка.

2. Достижение запланированных в проекте ПП объемов производства отдельных видов продукции может обусловить необходимость в модернизации и расширении действующих производственных мощностей предприятия, что непременно отразится в плане капитального строительства и капитальных вложений (КСиКВ). И, как следствие, обусловит дополнительные потребности в МТР.

3. Опосредованно, через себестоимость продукции, уровень затрат на МТР во многом определяет результаты экономической оценки ПП. Для обеспечения достижения целевых показателей (например, целевой чистой операционной прибыли) может потребоваться замена поставщиков отдельных видов комплектующих изделий, снижение норм расхода сырья и материалов. Это, в свою очередь, может обусловить необходимость включения соответствующих мероприятий в план организационно-технического развития предприятия. По результатам экономической оценки ПП могут быть скорректированы отдельные ее параметры.

ВНУТРІШНІЙ КОНТРОЛЬ ЗА ДОТРИМАННЯМ ПРИНЦИПІВ СОЦІАЛЬНО ВІДПОВІДАЛЬНОГО ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ

Сучасні підприємства повинні мати таку систему управління, яка забезпечує стабільність розвитку у довгостроковій перспективі, належний рівень конкурентоспроможності, досягнення лояльності споживачів та клієнтів і т. ін. Важливим елементом системи управління є налагоджений контроль різних аспектів діяльності, який сьогодні розглядається як досить складна система, завдання якої полягає не лише виявляти відхилення від запланованих дій, а й упереджувати появу можливих проблем в діяльності підприємства.

Проте контроль, як правило стосується фінансових аспектів діяльності. А ось питання контролю за дотриманням принципів корпоративної соціальної відповідальності, чи етичних аспектів ведення бізнесу ще не стали належним об'єктом уваги у сучасних підприємств різних організаційно-правових форм, хоча прагнення мати імідж соціально відповідального підприємства стає все більш актуальним для України. В спеціальній праці, яку підготували експерти Аналітично-дорадчого Центру Блакитної стрічки ПРООН зазначено: «Сьогодні для компаній зростає важливість розробки внутрішніх програм соціальної відповідальності бізнесу, підвищення їхньої відповідальності перед працівниками та їхніми родинами... тому що вони отримують доступ до міжнародних ринків» [1, с.12].

Соціальна відповідальність бізнесу реалізується за такими напрямки, як «виробництво якісної продукції та послуг; створення безпечних та привабливих умов для праці, соціальні інвестиції в розвиток людського потенціалу; абсолютне дотримання вимог законодавства (податкового, екологічного, трудового та ін.); ефективне ведення бізнесу, орієнтоване на створення доданої економічної вартості і зростання добробуту своїх власників; розвиток місцевої громади, що має на меті розв'язання соціальних проблем та забезпечення екологічного відтворення середовища, в якому працює підприємство; урахування соціальних очікувань і загальноприйнятих етичних норм у практиці ведення справ; внесок у формування громадянського суспільства через партнерські програми розвитку місцевого співтовариства» [2, с.7].

Одних лише декларацій про дотримання принципів соціальної відповідальності бізнесу, навіть періодична публікація звітів з соціальної відповідальності бізнесу ще недостатньо для того, щоб отримати визнання статусу соціально відповідальної компанії у суспільства, у місцевих громад, у всіх стейкхолдерів. Корпоративна соціальна відповідальність займе належне місце в стратегічних пріоритетах компаній тоді, коли її ідеями буде пронизана діяльність всіх підрозділів, всіх працівників, а дотримання принципів соціально відповідального ведення бізнесу буде усвідомлене менеджментом як таке ж

важливе, як і питання фінансового стану, яке також потребує системи внутрішнього контролю.

Для формування іміджу соціально-відповідальної компанії використовуються різні інструменти, завдяки яким інформація доноситься до зацікавлених суб'єктів, яких називають стейкхолдерами. Серед таких інструментів важливе місце відводиться соціальним звітам, соціальному аудиту, соціальним рейтингам. У міжнародній практиці ведення соціальної звітності підприємств найпоширенішими є стандарти AA 1000 (Accountability 1000, розроблений у Великій Британії у 1999 р.); GRI «Глобальна ініціатива звітності» (створений у 1997 р. за участю ООН); Стандарт ISO 14000, що описує соціальну відповідальність підприємства в частині дотримання екологічних вимог на виробництві; Стандарт SA 8000, який передбачає проходження підприємством сертифікації зовнішньою аудиторською компанією і охоплює такий важливий аспект, як дотримання підприємством прав працівників на основі норм Міжнародної організації праці, Декларації ООН про права людини та Конвенції ООН про права дитини. Дотримання певних стандартів поведінки підприємства як соціально відповідального потребує також і формування внутрішнього корпоративного контролю.

Внутрішній контроль за соціально відповідальним веденням бізнесу є організований підприємством процес перевірки виконання та забезпечення реалізації всіх рішень в сфері соціальної, економічної, екологічної, організаційно-управлінської та нормативної діяльності з метою реалізації поставлених завдань щодо формування іміджу соціально відповідального підприємства. До основних функцій контролю за соціальною відповідальністю можна віднести: спостереження за дотриманням встановлених на підприємстві планових та нормативних показників щодо соціальних, екологічних та економічних та нормативних аспектів діяльності; контроль за дотриманням заходів з мінімізації негативного впливу на навколишнє середовище й територію, на якій розташоване підприємство; дотримання бюджету на реалізацію екологічних програм; дотримання визначених підприємством принципів діяльності на основі стандартів з якості продукції, охорони довкілля, охорони здоров'я, безпеки праці та професійних стандартів; вимірювання ступеню відхилення фактичних результатів від передбачених (наприклад, щодо енерго- та ресурсозбереження); діагностування за розмірами відхилень суттєвих погіршень фінансового стану підприємства (наприклад, погіршення фінансових результатів через сплату штрафів за порушення екологічних показників).

Література

1. Соціальна відповідальність бізнесу: розуміння та впровадження. – К., 2005. – 48 с.

2. Методичні рекомендації щодо формування та впровадження в Україні системи соціальної відповідальності бізнесу (виробничий рівень). – Луганськ : ДУ НДІ соціально-трудових відносин, Українська асоціація з розвитку менеджменту та бізнес освіти – 2012. – 28 с.

МІСЦЕ УПРАВЛІННЯ РИЗИКАМИ В МАРКЕТИНГОВОМУ МЕНЕДЖМЕНТІ ПІДПРИЄМСТВА

Управління маркетинговими ризиками промислових підприємств – це діяльність спрямована на відвернення виникнення збутових проблем та зменшення запланованого прибутку за рахунок корегування маркетингової діяльності через виявлення, оцінку та нейтралізацію ризиків.

Для досягнення цієї мети зміст управління маркетинговими ризиками повинні складати наступні функції: 1) ідентифікація – усвідомлення джерела загрози; 2) оцінка – вимірювання потенційного негативного впливу на досягнення мети маркетингу; 3) нейтралізація за рахунок запобігання можливості виникнення ризиків, пристосування до можливості виникнення ризиків, оптимізації або зниження ступеня негативного впливу ризиків [1, с.81].

Дискусійним є питання щодо місця підсистеми управління маркетинговими ризиками в маркетинговому менеджменті. Вважаємо, що ідентифікація і оцінка маркетингових ризиків здійснюється на етапі маркетингового аналізу, а їх нейтралізація на етапі операційного маркетингу (рис.).



Рис. Місце підсистеми управління маркетинговими ризиками в маркетинговому менеджменті промислового підприємства

Отже, на етапі маркетингового аналізу маркетингові ризики ідентифікуються та оцінюються. На етапі маркетингового синтезу, встановлюється мета та завдання маркетингової діяльності. На етапі стратегічного маркетингу здійснюється сегментування, позиціонування та розробка маркетингових стратегій. На етапі операційного маркетингу розробляється план маркетингу з урахуванням відповідної нейтралізації маркетингових ризиків. На етапі маркетингового контролю здійснюється коректування розробленого плану по каналам зворотнього зв'язку.

Можна виділити три ступеня нейтралізації маркетингових ризиків.

Перший ступінь – запобігання можливості виникнення ризиків. Передбачає відмову від дій або впровадження заходів по усуненню виникнення ефектів, які можуть супроводжуватися ризиком і викликати втрату прибутку.

Другий ступінь – пристосування до можливості виникнення ризиків. Передбачає проведення заходів по пристосуванню та усуненню негативного впливу ризиків на діяльність продавця.

Третій ступінь – зниження ступеня негативного впливу ризиків. Передбачає визначення внутрішніх та зовнішніх засобів зниження ступеню ризиків. Внутрішні засоби зниження ризику передбачають, що цим повністю займається саме підприємство.

До внутрішніх засобів зниження ступеню ризиків відносять [2, с.47]:

- лімітування ризиків;
- диверсифікацію ризиків;
- мінімізацію ризиків;
- внутрішнє страхування ризиків.

Для того, щоб підсистема управління маркетинговими ризиками в межах маркетингового менеджменту промислового підприємства функціонувала ефективно необхідними є два чинника: професійні і особисті якості керівництва і маркетологів; наявність інформаційних ресурсів.

При цьому джерелом вторинної інформації є засоби масової інформації, виставки і ярмарки; директ-мейл; Інтернет; конференції; наукові публікації; експертні оцінки, статистичні довідники тощо. А джерелом первинної інформації є моніторинг маркетингового середовища та маркетингові дослідження.

Література

1. Маркетинг: Підручник / А. Ф. Павленко, І. Л. Решетнікова, А. В. Войчак та ін.; За наук. ред. д-ра екон. наук, проф., акад. АПН України А. Ф. Павленко; Кер. авт. кол. д-р. екон. наук, проф. І. Л. Решетнікова – К. : КНЕУ, 2008. – 600 с.
2. Гранатуров В. М. Аналіз підприємницьких ризиків: проблеми визначення, класифікації та кількісної оцінки: монографія / В. М. Гранатуров, І. В. Литовченко, С. К. Харічков; за наук. ред. В. М. Гранатурова – Одеса : Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, 2003. – 164 с.

Поперешняк С.В.

к. ф.-м. н., доцент

Національний авіаційний університет,

Недбайло О.І.

бакалавр

Нікопольський економічний університет (Україна)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ЕЛЕКТРОННОГО ДОКУМЕНТООБІГУ НА ПРИКЛАДІ СИСТЕМИ «ДІЛО»

У нинішній бурхливий час життєво важливою є здатність організації швидко реагувати на постійні зміни. Цей показник сильно залежить від досконалості документоорієнтованих бізнес-процесів організації і ступеня їх автоматизації. Аналогічно тому, як біт є одиницею інформації в інформатиці, документ є одиницею інформації в системах документообігу. Системи документообігу зберігають документи, ведуть їх історію, забезпечують їх рух по організації, дозволяють відстежувати виконання тих бізнес-процесів, до яких ці документи мають відношення. В організації, де впроваджена система документообігу, документ є базовим інструментом управління.

Будь-який документ в системі документообігу забезпечується «карткою», подібною до бібліотечної. Сховище системи електронного документообігу можна уявити у вигляді бази даних, що містить інформацію полів карток і деякого сховища для самих документів. Нажаль, розміри даного сховища, що містить відповідну базу даних обмежені і з часом виникає потреба в збільшенні дискового простору для зберігання документів та файлів, які утворені в процесі електронного документообігу.

Система "ДІЛО-ПІДПРИЄМСТВО" – одна з самих передових серед існуючих систем електронного документообігу [1].

Система "ДІЛО" – комплексний промисловий розв'язок, що забезпечує автоматизацію процесу діловодства, а також ведення повністю електронного документообігу організації. Система ефективно використовується як у невеликих комерційних компаніях, так і в розподілених холдингових або відомчих структурах.

Природно, що за кілька років, активного використання замовниками системи електронного документообігу, бази даних для зберігання електронних документів можуть досягати кількох сотень гігабайт і вище.

У свою чергу збільшення обсягів збережених документів у базі даних приводить до того, що замовники повинні збільшувати дискові масиви, а системні адміністратори цих компаній періодично повинні проводити дефрагментацію дисків, архівацію даних з подальшим збереженням цих даних на зовнішніх носіях, вести відповідний реєстр збережених даних, з метою доступності пошуку потрібного документу в архіві. А це додаткові, і не малі, фінансові витрати, які лягають на плечі замовника при покупці відповідного встаткування, та системних адміністраторів при проведенні робіт по звільненню додаткового дискового простору.

Підсистема "Діло - DB Реорганізатор" здатна значною мірою заощадити фінанси замовників на придбання дорогого устаткування для збільшення дискового простору бази даних. Вона призначена для вивантаження й завантаження документів (файлів

реєстраційної картки), оптимізації й дефрагментації бази даних "ДІЛО" [2]. Дана підсистема буде відмінним помічником при архівації на зовнішні носії не затребуваних в оперативній роботі документів (файлів) до яких довгий час не було звернень користувачами системи "ДІЛО" (рис.).

Створення такої підсистеми стало реальною необхідністю, викликаній активним використанням системи електронного документообігу для зберігання електронних документів безпосередньо в базі даних.

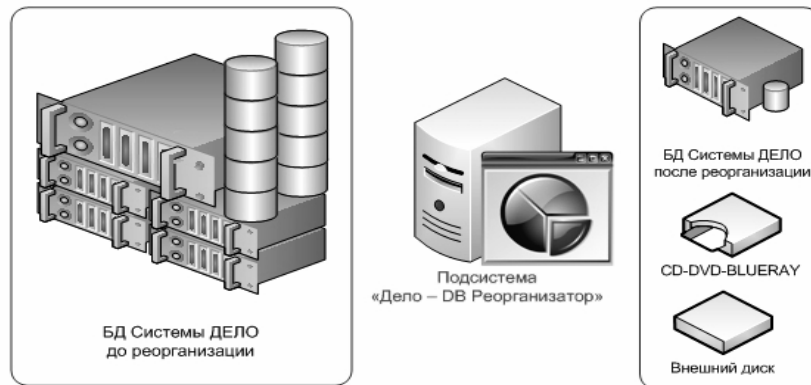


Рис. Блок-схема. Робота підсистеми "Діло - DB Реорганізатор"

Підсистема "Діло - DB Реорганізатор" працює з будь-якими форматами документів (файлів) і з розміром до 20Gb. Вивантажені документи (файли) можуть бути збережені на будь-яких типах носіїв. Причому вартість зберігання документів (файлів) на носіях в рази нижче на відміну від необхідності докуповувати дорогі дискові масиви. У будь-який момент можна буде завантажити необхідні документи (файли), які зберігалися на носіях.

Дана робота присвячена актуальній проблемі з якою стикаються користувачі систем електронного документообігу – це нестача дискового простору для збереження документів (файлів), які створюються і накопичуються в процесі роботи з системою електронного документообігу.

На прикладі системи «ДІЛО», було знайдене рішення, яке полягає в створенні автоматизованої системи здатної зменшувати табличний простір серверів системи «ДІЛО» не порушуючи вимог нормативних документів по документообігу, згідно з якими документ повинен зберігатися на підприємстві строго певний час.

Підсистема «Діло - DB Реорганізатор» рекомендується до використання усім без виключення підприємствам, що використовують систему «ДІЛО» і що зіткнулися з проблемою переповнювання бази даних. Впровадження цієї підсистеми дозволить заощадити фінанси на придбання дорогого серверного устаткування для збільшення дискового простору.

Література

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.eos.com.ua/eos/ru/products/delo/>
2. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.eos.com.ua/eos/soft/books/db_reorganizator/Delo_DB_ReOrganizer.pdf

КЛЮЧОВІ ПРОТИРІЧЧЯ В УПРАВЛІННІ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Економіку можна представити у вигляді процесу розвитку системи відповідно до діалектичного закону Г. Гегеля, за яким для формування й становлення системи необхідна наявність протиріччя, що вимагає вирішення. Розуміння діалектичного протиріччя зводиться до взаємодії *«протилежних, взаємовиключних сторін і тенденцій предметів і явищ»* [1, с.545]. Будь-яка проблемна ситуація складається в реальному житті. Вона, як правило, містить найбільш гостре протиріччя між будь-якими елементами процесу. Сучасному суспільству властиві численні процеси докорінних перетворень і реформ складного й суперечливого характеру у всіх сферах громадського життя. У перехідному періоді з найбільшою гостротою проявляється система соціальних протиріч, що є джерелами змін. Ведучими в сфері соціальних протиріч за роллю й впливу на динаміку суспільного розвитку є економічні протиріччя, існування яких обумовлене протилежністю економічних інтересів суб'єктів господарської діяльності, що вступають в економічні відносини.

Протиріччя як поняття є складна й багатогранна категорія, що виконує різноманітні теоретико-методологічні, гносеологічні й практичні функції:

- *актуалізації*, що надає дослідженню суспільну значимість, адже будь-яке дослідження актуальне настільки, наскільки масштабно загострена проблема що вивчається;
- *регуляції*, як вихідний пункт дослідження вона суттєво впливає на розробку всіх розділів програми дослідження;
- *прагматизації*, полягає в тому, що коректне формулювання проблеми забезпечує практичний ефект всього дослідження, а також визначає зону впровадження висновків і практичних рекомендацій.

Визначеною частиною реальності, яка містить в собі гносеологічну і пізнавальну проблему є об'єкт дослідження. Конкретизованим об'єктом даного дослідження виступає процес перетворення економічних ресурсів в активи підприємства з подальшою їх капіталізацією задля сталого розвитку суб'єкта господарювання та забезпечення його конкурентоспроможності. Відповідно обраного об'єкта дослідження запропонована авторська модель трансформації ресурсів в активи підприємства на базі якої ідентифіковане головне протиріччя сучасної економічної системи. Дана модель представлена у вигляді каскаду п'яти етапів трансформації: ідентифікації, активації, продукування, консолідації та визнання. Кожний етап має власне коло проблем та невизначеностей.

Так, на етапі «ідентифікація» постає проблема виокремлення економічних ресурсів серед загальних ресурсів простору. Як зазначалося раніше, економічні ресурси - це лише частина ресурсів, які є елементами екосистеми і придатні для

задоволення певних потреб людини [2, с.669]. Стохастичний характер виникнення потреб людства призводить до методичної складності ідентифікації економічних ресурсів. Крім того, на наш погляд, необхідно притримуватися балансу між задоволенням сучасних потреб людства і захистом інтересів майбутніх поколінь, включаючи їхню потребу в безпечному і здоровому довкіллі. Другий етап «активація» потребує розв'язку проблем пов'язаних з процесами відбору та комбінації економічних ресурсів (факторів виробництва), інвестиційним забезпеченням, обліком та зміною форми власності. На етапі «продукування» має бути вирішено коло проблем пов'язаних з підвищенням ефективності використання наявних активів підприємства задля досягнення бажаного результату. Розглядаючи проблемне поле етапу «консолідація», слід зазначити, що в основу його авторського бачення покладено концепцію сталого розвитку яка з'явилася в результаті об'єднання трьох основних точок зору: економічної, соціальної та екологічної.

Виходячи з цього, консолідація економічного, соціального та екологічного результатів діяльності підприємства впродовж відповідного часу буде характеризувати його розвиток. Узгодження цих різних поглядів та їх переклад на мову конкретних заходів, які є засобами досягнення сталого розвитку — завдання величезної складності, оскільки всі три елементи сталого розвитку повинні розглядатися збалансовано. Важливі також і механізми взаємодії цих трьох концепцій. Економічний і соціальний елементи, взаємодіючи один з одним, породжують такі нові завдання, як досягнення справедливості всередині одного покоління (наприклад, щодо розподілу доходів) та надання цілеспрямованої допомоги бідним верствам населення. Механізм взаємодії економічного та екологічного елементів породив нові ідеї щодо вартісної оцінки та інтерналізації (обліку в економічній звітності підприємств) зовнішніх впливів на навколишнє середовище. Нарешті, зв'язок соціального та екологічного елементів викликав інтерес до таких питань як внутрішньопоколінна і міжпоколінна рівність, включаючи дотримання прав майбутніх поколінь, та участі населення в процесі прийняття рішень. Останній етап «визнання» потребує вирішення проблем пов'язаних із забезпеченням конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Виходячи з представлених протирічч, управління активами підприємства повинно протистояти ентропійним явищам на різних етапах трансформації ресурсів в активи підприємства, їх подальшого використання задля забезпечення сталого розвитку та конкурентоспроможності суб'єкта господарювання.

Література

1. Гегель Г. В. Ф. Соч. – М., 1930. – т. 5. – 567 с.
2. Рєпіна І. М. Моделі трансформації ресурсів в активи підприємства // Формування ринкової економіки: Зб. наук. праць. Спец. вип. Регіональний розвиток України : проблеми та перспективи. – Ч.ІІ. – К. : КНЕУ, 2011. – С. 668-675.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ ПОТЕНЦІАЛУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Модернізація промисловості України в ринкових умовах пов'язана з розгортанням корпоративного управління на базі відтворення потенціалу промислового підприємства. За умов зміни механізмів корпоративного управління виникають процеси системної модернізації промислового підприємства, підвищується зацікавленість інвесторів щодо обґрунтування вибору реципієнтів інвестицій та оцінки їх потенціалу.

Потенціал промислового підприємства в умовах конкурентного ринку розглядається з точки зору економічного розвитку організації. Саме потенціал підприємства визначається складним за структурою та змістом поняттям, визначення якого продовжується і дотепер. Проблеми методичного забезпечення оцінки потенціалу промислового підприємства в контексті обраної стратегії соціально-економічного розвитку потребують використання нових теоретичних підходів. Удосконалення методичних підходів до оцінки потенціалу промислового підприємства пов'язано з розвитком економічних відносин і, як наслідок, удосконаленням теоретичних поглядів, має велике значення, збагачує практику оцінної діяльності.

В національних стандартах оцінки використовують витратний, дохідний і порівняльний методичні підходи до оцінки елементів потенціалу підприємства та цілісного майнового комплексу.

Витратний підхід поєднує методи, що визначають вартість майна і майнових прав на основі витрат промислового підприємства і ґрунтується на фактичній інформації про валові витрати і стан майнового комплексу.

Дохідний підхід поєднує методи, що оцінюють вартість майна та майнових прав на основі валового доходу та ефективності промислового підприємства.

Порівняльний підхід дає можливість визначити ринкову вартість майна та майнових прав промислового підприємства на базі співставлення з об'єктами існуючих ринкових угод.

Системний підхід до оцінки вартості потенціалу промислового підприємства визначає відкриту систему потенціалу, що характеризується «входом», «виходом», процесом нормативно-методичного забезпечення системи, зовнішнім середовищем та зворотним зв'язком системи.

«Вхід» системи оцінки вартості потенціалу промислового підприємства визначають нематеріальні активи. Отже, чітко намітилася основна світова тенденція формування сучасного суспільства – перехід від сировинної та індустріальної економіки до економіки знань, яка базується на інтелектуальних ресурсах, наукомістких та інформаційних технологіях [1, с.55]. Пріоритетність нематеріальної форми активів промислового підприємства в процесах

нагромадження знань нової економіки зростає за умовами розвитку ринкових відносин.

«Вихід» системи характеризує вартість потенціалу промислового підприємства в грошовому виразі з урахуванням доходу від усіх видів діяльності в певний проміжок часу.

Процес нормативно-методичного забезпечення виконується на підставі методичного інструментарію оцінки вартості потенціалу промислового підприємства. Інформаційно-нормативна база оцінки вартості потенціалу промислового підприємства потребує удосконалення і подальших теоретичних розробок.

В нормативно-методичних документах на державному рівні управління промисловим підприємством уточнюються принципи та методи оцінки міжнародних стандартів, параметри розвитку зовнішнього середовища. На регіональному та міському рівні управління промисловим підприємством поширюється зміст державних документів з урахуванням особливостей регіону, завдань охорони навколишнього середовища, розвитку ринкової інфраструктури, використання ресурсів і захисту прав споживачів. На корпоративному і функціональному рівні управління використовуються установчі документи промислового підприємства, а також документи щодо виконання управлінських рішень та бухгалтерського обліку.

Методичні підходи до оцінки вартості потенціалу промислового підприємства мають розвиток в міжнародних стандартах оцінки, що мають бути прийняті у різних країнах. В міжнародних нормативно-методичних документах відображується постулати щодо загальних положень вимірювання, збереження світу та екології, забезпечення безпеки товарів, стандартизації та прав людини. Удосконалення міжнародних нормативно-методичних документів виконується міжнародними організаціями ООН, ІСО, МЕК, МАГАТЕ, Міжнародним банком реконструкції та розвитку, Міжнародним валютним банком, Міжнародним комітетом зі стандартів оцінки. Зокрема, міжнародні стандарти оцінки періодично оновлюються і є обов'язковою вимогою в оцінній діяльності.

Зовнішнє середовище системи оцінки вартості потенціалу промислового підприємства включає компоненти інфраструктури, що мають прямі і непрямі зв'язки. Комунікації системи забезпечують зворотний зв'язок компонентів.

Оцінка потенціалу промислового підприємства за критерієм ринкової вартості дає можливість не тільки визначити його величину в грошовому виразі, а також репрезентувати ефективність використання в умовах ринку. Вартість потенціалу промислового підприємства визначається в економічних показниках за умов розвитку корпоративного управління та нагромадження знань нової економіки.

Література

1. Федулова Л. І. Економіка знань: підруч. [для студ. навч. закл.] / Л. І. Федулова, НАН України, Інститут економ. та прогнозування НАН України. – К. : 2009. – 600 с.

ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ АНАЛІЗУ ЕФЕКТИВНОСТІ ОРЕНДИ

Оренда цілісних майнових комплексів (ЦМК) у виноробній галузі передбачає ефективне використання державного майна як єдиної виробничої системи, яка забезпечує повний цикл випуску готової продукції [1].

Дослідження практики оцінки економічної доцільності оренди державного майна показав, що не існує законодавчо встановленої чіткої методичної викладки здійснення відповідних розрахунків [2; 3]. Проведення аналізу з метою контролю ефективності використання орендованого майна ЦМК потребує розрахунку спеціальних показників ефективності оренди, у зв'язку із чим виникає потреба у достовірній та повній інформації.

Оглядовий аналіз здійснюється Регіональними відділеннями Фонду державного майна України (ФДМУ) за зведеною інформацією, яку надають підприємства-орендарі державного майна. Джерелом такого аналізу є:

- інформація про рух орендованого майна, оформленого за табличним матеріалом згідно із наказом ФДМУ № 436 [4];
- баланс та звіт про фінансові результати за поточний період;
- інформація про використання нарахованої амортизації об'єктів ЦМК;
- інформація про суму сплаченої орендної плати за користування державним майном;
- інформація підприємства-орендаря щодо основних показників ефективності виробничо-господарської діяльності за поточний період. Інформація надається у випадках переукладання або продовження договорів оренди.

На наш погляд такий підхід до аналітичного забезпечення аналізу ефективності використання державного майна має певні вади:

- недостатність інформації щодо структури та руху орендованих основних засобів. Не повно використовується інформація фінансової звітності, а саме Приміток до фінансових звітів, щодо руху та структури основних засобів підприємства-орендаря державного майна;
- не встановлено перелік показників, за допомогою яких здійснюється аналіз ефективності використання державного орендованого майна. Підприємство-орендар державного майна відбирає та надає до Регіонального відділення ФДМУ такі показники самостійно, маючи змогу при цьому зробити наголос на показниках, які найкраще характеризують діяльність підприємства, та заховати показники, які мають тенденцію до погіршення;
- відсутні показники доходності, витратності та фінансових результатів конкретно за діяльністю, яка здійснюється за допомогою державного орендованого майна.

У зв'язку із вищевказаним пропонується:

1. Розширити перелік інформації, яка щорічно надається підприємствами-орендарями державного майна до Регіонального відділення ФДМУ, за рахунок Приміток до фінансової звітності, Звіту про рух власного капіталу, Звіту про сегменти, Звіту про рух основних засобів.

Такий підхід дозволить при здійсненні аналізу економічної ефективності використання орендованого майна порівняти дані, які надає підприємство з даними фінансової звітності, а саме з даними про окремі групи основних фондів підприємства, суму нарахованої амортизації, суму капітальних вкладень за їх видами.

2. Чітко встановити перелік показників, які б використовувались для аналізу ефективності фінансово-господарської діяльності підприємства-орендаря державного майна.

3. У Звіті про сегменти чітко виділити доходи, витрати та фінансовий результат від діяльності, що здійснюється за допомогою державного майна, яке отримано підприємством в оренду, та власного майна.

4. Для проведення аналізу використовувати дані відповідних аудиторських висновків.

5. Обов'язково користуватись результатами оцінки ефективності використання майна ЦМК, проведеної за затвердженою методикою.

Такий підхід до збору інформації зробить її своєчасною та повною, а результати аналізу обґрунтованими та більш достовірними.

Література

1. Про оренду державного та комунального майна станом на 1 жовтня 2010 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. – Офіц. сайт : Законодавство України. – (Нормативний документ ВРУ. Закон України). – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

2. Методичні рекомендації щодо виявлення ознак неплатоспроможності підприємства та ознак дій з приховування банкрутства, фіктивного банкрутства чи доведення до банкрутства [Електронний ресурс] / Міністерство економіки України. – Офіц. сайт : Законодавство України. – (Нормативний документ МЕУ. Наказ № 14 від 19 січня 2006 р.) – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

3. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки [Електронний ресурс] / Міністерство фінансів України. – Офіц. сайт: Законодавство України. – (Нормативний документ МФУ. Наказ № 170 від 14 лютого 2006 р.). – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua>.

4. О мерах по эффективному использованию государственного имущества и контролю использования амортизационных отчислений на арендованное имущество [Електронний ресурс] / Фонд Державного майна України. – Офіц. сайт: Ліга закон. Нормативні документи. – (Нормативний документ ФДМУ. Наказ ФДМУ № 436 від 09.03.2004). – Режим доступу : <http://search.ligazakon.ua>.

КОНТРОЛЬ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

При ринковій системі господарювання підприємство функціонує в жорстких умовах конкурентного середовища і має повну господарську самостійність. Його діяльність спрямована на завоювання та утримання певної частки ринку, на досягнення переваги над конкурентами. Маючи в своєму розпорядженні певні ресурси, підприємство має намагатися максимально ефективно їх використовувати. З цією метою створюється система управління, складові якої допомагають досягати встановлені цілі. Контроль, як одна з функцій та складова системи управління, орієнтований головним чином на забезпечення основних показників ефективності функціонування в сучасних умовах: стійке положення підприємства на ринках (серед конкурентів), визнання підприємства суб'єктами ринку та громадськістю, своєчасна адаптація систем виробництва і управління підприємством до перманентно мінливого зовнішнього середовища (ринкової кон'юнктури). Тому в сучасних умовах внутрішній контроль на підприємствах набуває характеру основи, присутньої на всіх рівнях управління. У більш широкому сенсі в конкурентному середовищі ринкових відносин ефективний управлінський контроль, за інших рівних умов, є гарантією успішної діяльності підприємства.

У зв'язку з реструктуризацією вітчизняної системи господарювання, яка проводиться з метою інтеграції економіки України у світове господарство, перед підприємствами постають завдання структурної перебудови всіх елементів системи управління, в тому числі контрольних, їх «налаштування» на забезпечення ефективного функціонування, конкурентоспроможності, економічної безпеки та розвитку підприємства.

Поняття контролю можна інтерпретувати як у вузькому сенсі - як один із етапів процесу управління (або як одна з його функцій), так і в більш широкому сенсі як систему (що входить в систему управління підприємством), що складається з ряду елементів. Це потребує розгляду організаційно-економічного механізму контролю ефективності використання ресурсів підприємства.

Висвітлення аспектів внутрішнього (управлінського) контролю знайшли своє відображення у працях вітчизняних та зарубіжних фахівців, серед яких А. Апчерч, Ф.Ф. Бутинець, Н.Г. Виговська, К. Друри, Є.В. Калюга, Р.О. Костирко, Є.В. Мних, Л.В. Нападовська, В.П. Пантелєєв, В.О. Шевчук, Ч.Т. Хорнгрен, А. Файоль, Дж. Фостер, В.М. Яценко та ін. [1-5; 7]. У працях цих фахівців докладно висвітлено зміст внутрішнього контролю, предмет та метод, технологія отримання даних, питання розвитку теорії та методології контролю. Однак не достатньо висвітлені проблеми представлення організаційно-

економічного механізму та методичного забезпечення контролю ефективності використання ресурсів підприємства

Організаційно-економічний механізм контролю ефективності використання ресурсів являє собою систему елементів управління (цілей, функцій, методів, структури, суб'єктів управління) й об'єктів управління, у якій відбувається цілеспрямоване перетворення впливу елементів управління в необхідний стан або реакцію ресурсів і яка має вхідні впливи у формі зовнішніх вимог і результуючу реакцію у вигляді економічного ефекту. Організаційна складова механізму контролю відповідає за організацію досягнення цілей і не обмежується лише організаційними методами управління. Вона містить у собі також і організаційно-структурні, соціально-психологічні і адміністративні аспекти. Економічна складова механізму контролю також полягає не лише в методах, а й цілях функціонування всього механізму. У процесі взаємодії відбувається взаємопроникнення економічних і організаційних елементів механізму контролю [6, с.154; 8, с.37].

Організаційно-економічний механізм контролю повинен організовувати та направляти всі дії учасників процесу управління на досягнення максимальної ефективності використання ресурсів підприємства. Одними з головних елементів цього механізму виступають критерій та методичне забезпечення контролю ефективності використання ресурсів підприємства.

Література

1. Пантелєєв В. П. Внутрішньогосподарський контроль: методологія та організація: монографія [Текст] / В. П. Пантелєєв. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2008. – 491 с.
2. Калюга Є. В. Фінансово-господарський контроль у системі управління [Текст] / Є. В. Калюга. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2002. – 360 с.
3. Контроль і ревизія: [підручник] / Бутинець Ф. Ф., Виговська Н. Г., Малюга Н. М., Петренко Н. І.; за ред. проф. Ф. Ф. Бутинця. – 3-тє вид., доп. і перероб. – Ж. : ПП «Рута», 2002. – 544 с.
4. Костирко Р. О. Контроль і аналіз в системі управління економічним потенціалом господарюючого об'єкта: методологія та організація: [монографія] / Р. О. Костирко. – Луганськ : СНУ ім. В. Даля, 2010. – 728 с.
5. Виговська Н. Г. Господарський контроль в Україні: теорія, методологія, організація: [моногр.] / Н. Г. Виговська. – Ж. : ЖДТУ, 2008. – 532 с.
6. Кендюхов О. В. Теоретичні засади організаційно-економічного механізму управління інтелектуальним капіталом підприємства // Вісник економіки транспорту і промисловості. – Випуск 36. – 2011. – С. 152-158.
7. Кендюхов О. В. Організаційно-економічний механізм управління як економічна категорія: мікроекономічний аспект // Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки. Випуск 8. – Черкаси : ЧДТУ, 2003. – С. 66–70.
8. Економічна енциклопедія: У трьох томах. / Редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К. : Видавн. центр “Академія”. – 863 с.; Т. 2, 2001. – 847 с.

РОЗВИТОК СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ДЕРЖАВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Необхідність фінансового регулювання, розвиток механізмів фінансового управління державним сектором економіки є актуальними питаннями, особливо, коли посилюється вплив змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі на розвиток економіки в цілому – це вплив фінансової кризи, процес глобалізації, поступової інформатизації суспільства та його інноваційного розвитку.

Практика застосування фінансового планування як інструменту контролю за діяльністю підприємств державного сектора економіки виявила необхідність застосування системного підходу. Подолання інституційної незавершеності системи фінансового управління державною власністю сприятиме її ефективнішому використанню, збільшенню потенціальних доходів держави, підвищенню конкурентоспроможності державних підприємств. Системність передбачає застосування на кожному рівні процесу управління відповідного виду моніторингу діяльності підприємств, що вплине на дієвість інструменту.

Дослідження проблем застосування методів впливу держави на діяльність суб'єктів господарювання в умовах ринкових відносин здійснюється науковцями у кількох напрямках, виходячи з різних концепцій економічної науки. Розрізняються вони за масштабами та формами прямого втручання держави у процес ринкового саморегулювання.

Вивчення зарубіжного досвіду показало, що удосконалення ринкових механізмів, розвиток ринкових відносин, посилення впливу кризи на фінансових, товарних та фондових ринках формує парадигму державного регулювання економіки. Так, у розвинутих країнах в історичній ретроспективі спостерігалось удосконалення елементів системи управління, зокрема перехід від нерегульованого ринку до кейнсіанської концепції (30-ті роки XX ст.); від кейнсіанства до монетаристської концепції (70-ті роки XX ст.).

З точки зору класиків ринковий механізм автоматично забезпечує рівність попиту і пропозиції і тим самим виключає тривалі порушення в економіці, у тому числі такі явища, як спад виробництва, інфляція, безробіття. Кейнсіанська теорія передбачає аналіз взаємодії і взаємозв'язку різних агрегованих економічних категорій і величин, дослідження того, як невідповідність між ними впливає на стан економіки і в яких межах та якими методами державного втручання можна узгодити ці категорії та величини з метою безпосереднього економічного розвитку.

Неокласичні теорії (монетаризму, раціональних очікувань, «економічної пропозиції») ґрунтуються на синтезі або поєднанні кейнсіанської теорії з неолібералізмом. Тож, форми, принципи, методи державного управління удосконалюються відповідно до змін економічної системи.

Крім того, дослідження наукових доробків вітчизняних і зарубіжних авторів щодо сутності економічної системи у сучасних умовах показало, що більшість вчених доводять ефективність змішаної економіки.

Поєднання товарно-грошових відносин і плановірності набуває подальшого розвитку й поглиблення. Проте саме забезпечення такої єдності плановірних і товарно-грошових відносин, плану і ринку, планового та ринкового механізмів є одним із найскладніших завдань при переході до регулювання ринкової економіки.

Процес державного управління охоплює процеси організації та регулювання (планування, контроль). Цілями державного регулювання економіки визначають економічне зростання; повну зайнятість; економічну ефективність; стабільний рівень цін; економічну свободу; справедливий розподіл доходів; економічну забезпеченість.

У країнах, які дотримуються концепції економічного лібералізму (США, Великобританія, Канада), держава спирається на бюджетно-податкову і грошово-кредитну форми регулювання. За допомогою індикативного планування здійснюється державний вплив на економіку через координацію господарської діяльності всіх її суб'єктів та забезпечення їх інформацією про цілі та пріоритети соціально-економічного розвитку країни.

Державне регулювання визначається як процес забезпечення державними органами управління виконання функцій держави через досягнення врівноваженого функціонування та розвитку цілісної економічної системи. Державне фінансове регулювання тлумачиться як процес фінансового забезпечення досягнення врівноваженого функціонування та розвитку суспільства через систему планування індикативних показників, фінансування стратегічно важливих для держави суб'єктів, управління об'єктами державної власності та ін.

Напрями подальшого удосконалення системи фінансового управління державним сектором економіки визначено дослідження концептуальних засад фінансової спроможності цього сектора економіки.

Література

1. Державний бюджет і бюджетна стратегія в умовах економічних реформ : Стабілізація та сталий розвиток в умовах реформування економіки України / ДННУ «Акад. фін. Управління»; за заг. ред. М. Я. Азарова. – К., 2011. – 702 с.
2. Науменкова С. В., Міщенко С. В. Розвиток фінансового сектору України в умовах формування нової фінансової архітектури : моногр. / С. В. Науменкова, С. В. Міщенко. – К. : Університет банківської справи; Центр наукових досліджень Національного банку України, 2009. – С. 38-50.
3. Фінанси України: інституційні перетворення та напрями розвитку / За ред. І. Я. Чугунова. – К. : ДННУ АФУ, 2009. – 848 с.

НОВІТНІ ТЕНДЕНЦІЇ РЕКЛАМНОЇ ІНДУСТРІЇ ІНТЕРНЕТУ

Незважаючи на те, що темпи збільшення інтернет-аудиторії у світі зменшуються, мережа залишається найбільш привабливим сектором вкладання комунікаційних бюджетів для багатьох індустрій. За даними дослідження компанії IAB [1] на квітень 2012 р., доходи компаній в США, що надають рекламні послуги в Інтернеті, у 2011 р. збільшилися на 22 % у порівнянні з 2010 р. У четвертому кварталі 2011 р. дохід склав \$ 8,97 млн., збільшившись порівняно із третім кварталом на 15 %.

Поряд із тим, що більшість компаній продовжують вкладати комунікативні бюджети в просування в пошукових системах та банерну рекламу (47 та 22 % відповідно за даними на 2011 р.) [1], наразі можна виокремити нові перспективні напрямки, які, за оцінками спеціалістів, спричинять певний перерозподіл коштів, що витрачаються.

Одна з таких тенденцій – збільшення використання планшетів та смартфонів як засобу виходу в інтернет-простір. Саме мобільні технології сьогодні вважаються найбільш перспективними з точки зору доступу до окремого користувача. Це пов'язано з тим, що:

1. На відміну від стаціонарного комп'ютера, мобільний телефон завжди знаходиться поряд із споживачем.

2. Сучасні технології з легкістю дозволяють визначити місцезнаходження споживача та надати йому інформацію (наприклад, за запитом «піццерія»), яка максимально відповідає його локації з точністю до вулиці/району.

3. Смартфон наразі є невід'ємною частиною життя величезної кількості людей, особливо осіб з високим рівнем доходу, які знаходяться у віковій категорії 25-35 років та є новаторами. Таке проникнення в сучасне життя пов'язано, зокрема, із великою кількістю веб-додатків, які дозволяють будь-якої миті переглянути погоду, курс валют, найважливіші події світу, власний календар подій, перелік справ, відвідати сторінку в соціальній мережі, завантажити фотографію, віднайти мелодію, яку почули на вулиці та багато іншого.

Вираз «бути на зв'язку» наповнився більшим змістом, тепер це не лише покриття мобільного оператора, а можливість будь-якої миті задовольнити потребу в інформації або отримати відгуки друзів на події власного життя.

Перспективність використання мобільних технологій в маркетинговій діяльності підтверджується тим, що 2011 р. доходи від такого виду комунікацій склали \$ 1,6 млн. порівняно із \$ 0,64 млн. – ріст склав 146 % [1].

Література

1. Internet Advertising Revenue Report / IAB. – 2011. – 29 p.

УДОСКОНАЛЕННЯ ПЛАНУВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПРОДУКТІВ

В сучасних умовах успішна діяльність підприємства на ринку безпосередньо залежить від якості управлінських рішень, що приймаються у процесі планування. Тому на вітчизняних підприємствах хлібопродуктів сьогодні розуміють необхідність проведення планової роботи, віддаючи перевагу застосуванню сучасних підходів до планування.

Нами досліджено особливості планування діяльності підприємств хлібопродуктів. Встановлено, що у зв'язку з відсутністю галузевих рекомендацій щодо внутрішньофірмового планування діяльності, його призначення неоднозначно розуміється керівництвом зазначених підприємств. За даними анкетування, воно може використовуватися для [1]: 1) контролю виконання встановлених цільових показників; 2) контролю виконання встановлених фінансових показників; 3) делегування повноважень керівникам структурних одиниць; 4) розподілу ресурсів між структурними одиницями; 5) мотивації персоналу.

Проаналізуємо, які недоліки заважають більш ефективному використанню внутрішньофірмового планування підприємствами хлібопродуктів.

Головною метою використання є контроль встановлених цільових та фінансових показників. Однак ряд недоліків не дозволяє досягти встановленої мети. По-перше, спосіб розрахунку планових показників порушує вимоги до планування. По-друге, система планових показників, що встановлюються підприємствами хлібопродуктів структурним одиницям, не придатна для прийняття обґрунтованих планових рішень. Останнє пов'язане з відокремленням у складі підприємств переважно центрів витрат.

Виконуючи у процесі внутрішньофірмового планування розподіл ресурсів, керівництво підприємств хлібопродуктів визначає їх кількість, напрямок та терміни використання структурними підрозділами. План розглядається як закон, змінити який можливо в разі крайньої необхідності за дозволом вищого керівництва. Перевитрата ресурсів, у першу чергу фінансових, за яку несуть персональну відповідальність керівники структурних підрозділів, примушує їх економити на всіх витратних статтях. Тотальна економія витрат за всіма статтями, у тому числі і за тими, що безпосередньо пов'язані з досягненням запланованих показників діяльності підрозділів, а отже і всього підприємства, врешті може призвести до негативних наслідків. Крім того, зростає вірогідність того, що керівники підрозділів відкажуться від розробки нового перспективного напрямку в їх діяльності, якщо воно призведе до збільшення витрат.

Для того, щоб плани можна було використовувати для мотивації персоналу, слід залучити до їх розробки робітників, які будуть їх виконувати, а

також застосувати для їх мотивації тільки ті показники, на виконання яких вони безпосередньо впливають. Якщо перша умова на підприємствах хлібопродуктів здебільшого виконується, то друга умова постійно порушується. По-перше, більшість підприємств або не мають розробленої системи мотивації працівників, або не пов'язують виконання планів з винагородою задіяного персоналу. По-друге, іноді мотивація будується на невдало обраних показниках. По-третє, фактично досягнуті показники відхиляються від планових в силу різних чинників, у такому разі слід встановити ступінь відповідальності за відхилення кожного “винного” підрозділу. Отже, недосконалість системи мотивації та аналізу відхилень фактичних показників від планових ускладнює використання внутрішньофірмового планування на підприємствах хлібопродуктів з цією метою.

В найменшому ступеню внутрішньофірмове планування діяльності підприємств хлібопродуктів використовується для делегування повноважень керівникам структурних одиниць. Як ми вище зазначили, дані повноваження суттєво обмежені, підрозділи розглядаються, головним чином, як центри витрат. Якщо зазначені центри є підрозділами, які відокремлюються в складі підприємства – такий підхід можна зрозуміти, але розгляд підприємства як центру витрат, на наш погляд, не є доцільним.

Нами запропоновано наступні шляхи усунення виявлених недоліків внутрішньофірмового планування діяльності підприємств хлібопродуктів:

- розробляти плани з виділенням директивних та індикативних показників;
- встановлювати підрозділам показники співвідношення їх доходів (результатів) та витрат;
- планувати витратну частину планів в розрізі змінних-постійних витрат;
- застосувати з врахуванням сум покриття технологію аналізу відхилень фактичних показників від планових;
- будувати систему планових показників на підґрунті економічної моделі підприємства;
- мотивувати діяльність робітників підрозділів в залежності від результатів їх діяльності.

Таким чином, внутрішньофірмове планування діяльності підприємств хлібопродуктів, має ряд суттєвих недоліків, систематизованих нами за напрямками його призначення. Усунення виявлених нами недоліків дозволить підвищити ефективність планування діяльності підприємств хлібопродуктів, а отже, значною мірою, стабілізувати їх діяльність.

Література

1. Кузнецова И. А., Карпенко Ю. В. Практические аспекты бюджетирования деятельности интегрированных зерновых компаний // И. А. Кузнецова / Бизнес Информ. – 2007. – Т.2. – № 5. – С. 35-37.

МЕТОДИ ВРАХУВАННЯ ЦІЛЬОВОГО ПРИБУТКУ В КОНТЕКСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ НА ПОСЛУГИ ПРОЖИВАННЯ В ГОТЕЛІ

Найважливішою складовою інформаційної бази процесу встановлення гнучких тарифів на основні послуги підприємств індустрії гостинності є інформація про величину цільового прибутку. Обґрунтування способу урахування останнього в контексті вирішення зазначеного завдання відноситься до однієї з основних проблем сучасної теорії й практики ціноутворення на послуги проживання в готелі.

Усе різноманіття підходів до урахування цільового прибутку як складової механізму гнучкого ціноутворення в готельних підприємствах, на наш погляд, правомірно звести до двох принципово різних методів - відносного та абсолютного (рис.).



Рис. Методи урахування цільового прибутку в процесі ціноутворення на послуги проживання в готельних підприємствах.

Суть відносного методу «полягає в додаванні на витрати певного відсотка з метою отримання прибутку після покриття витрат на створення продукту і його просування на ринок». При його застосуванні цільовий прибуток може враховуватися в ціні двома способами:

1) на основі *цільової рентабельності послуг*:

$$Цп = B \times \left(1 + \frac{Pn}{100}\right); \quad (1)$$

2) на основі *цільової рентабельності продажів*:

$$Цп = \frac{B}{1 - Pnp / 100}, \quad (2)$$

де Цп – ціна, що забезпечує отримання цільового прибутку, грн.; В – поточні витрати, грн.; Рп-рівень цільової рентабельності послуг (%); Рпр – рівень цільової рентабельності продажів (%).

Абсолютний метод полягає в додаванні до витрат абсолютної величини цільового прибутку, який може бути розрахований одним із двох способів:

1) на основі *прямого розрахунку цільової суми прибутку*. В цьому випадку, на думку І. Бланка, цільова сума прибутку є плановою потребою у фінансових ресурсах, що формуються за рахунок чистого прибутку підприємства, який забезпечує реалізацію цілей його розвитку в майбутньому періоді [1, с.451].

2) на основі *норми прибутку на вкладений капітал*:

$$\ddot{O}\ddot{I} = \ddot{N} \times \dot{I} \ddot{r} / 100, \quad (3)$$

де ЦП – сума цільового прибутку, грн.; С – розмір коштів, інвестованих в будівництво готелю, грн.; Нп – норма прибутку на вкладений капітал %.

Другий спосіб, на наш погляд, неприйнятний для практичного застосування, оскільки не забезпечує ув'язку розрахованого на його основі цільового прибутку з плановою потребою у фінансових ресурсах.

Слід зазначити, що при всій своїй видимій відмінності відносний і абсолютний методи обліку цільового прибутку в процесі ціноутворення мають багато спільного, оскільки засновані на використанні єдиної інформаційної бази, що включає інформацію про суму постійних і змінних витрат у розрізі окремих категорій номерного фонду готелю; рівень завантаження номерного фонду в розрахунковому періоді; абсолютну величину цільового прибутку, що повинен бути забезпечений доходами від експлуатації окремих категорій номерного фонду готелю в розрахунковому періоді.

Для розрахунку цільової рентабельності послуг і продажів (у контексті використання відносного методу) необхідна інформація про абсолютну величину цільового прибутку.

Звідси, на наш погляд, зручнішим для практичного застосування є абсолютний метод з використанням прямого способу розрахунку цільового прибутку (виходячи з потреби в грошових ресурсах). При цьому розрахунок цільової суми прибутку, як відзначає І. Бланк, необхідно здійснювати в розрізі кожного елементу цієї потреби [1, с.451]. Провідна роль у процесі планування цільової суми прибутку, на його думку, повинна відводитися визначенню потреби в капіталізованій її частині, яка розраховується в розрізі наступних основних елементів [1, с.451]: приріст основних фондів; приріст нематеріальних активів; приріст власних оборотних коштів; відрахування до резервного фонду.

До основних елементів, у розрізі яких планується сума частини цільового прибутку, що споживається, відносяться: виплати доходів власникам підприємства; бюджет участі найнятих робітників в прибутку; витрати на реалізацію внутрішньої і зовнішньої соціальної програми [1, с.460].

Література

1. Бланк И. А. Управление прибылью / Бланк И. А. – К. : «Ника-Центр», 1998. – 544 с.

МОНІТОРИНГ ПОТОЧНОГО СТАНУ ГОСПОДАРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СИСТЕМІ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

На сучасному етапі державного будівництва, в умовах ускладнення виробничо-господарських зв'язків господарюючих суб'єктів, входження України міжнародні економічні структури, наростаючих процесів глобалізації економіки, з метою забезпечення захисту інтересів власників, інвесторів постає питання про розробку ефективної концепції захисту приватної власності. Постає питання про впровадження системи забезпечення економічної безпеки господарюючих суб'єктів, заснованої на загальнодержавних стандартах, які, в свою чергу, повинні відповідати і міжнародним вимогам, і українській дійсності.

Для оперативної діагностики, яка повинна своєчасно сигналізувати про негативні тенденції зміни в діяльності підприємств здійснюється моніторинг поточного стану підприємства [1, с.18]. Фінансові показники, які використовуються при проведенні моніторингу, мають бути високо інформативними. Разом з тим, кількість таких показників не повинна бути дуже великою. Якщо показників моніторингу буде багато складно буде їх аналізувати і приймати адекватне рішення. Ще однією досить специфічною властивістю системи показників є те, що ці показники повинні відображати не тільки поточний стан але й оперативну динаміку підприємства. Зрозуміло, що «вимірювати» щомісяця рентабельність активів і робити на цій основі висновки про поточний стан підприємства, навряд чи розумно. Цей показник формується протягом всього року і з цієї причини розраховувати і аналізувати його слід, швидше за все, один раз в році. У той же час показник ліквідності, очевидно, слід розраховувати і контролювати щомісяця. Кількість і склад показників для моніторингу фінансовий директор підприємства обирає на основі власних уявлень про важливість впливу тих чи інших факторів на стан бізнесу. Для моніторингу слід використовувати ті з них, які визначають оперативні характеристики бізнесу, і порівнювати їх у тимчасовому аспекті має сенс не рідше одного разу на місяць [2, с.48]. І, нарешті, на обрані показники менеджмент підприємства повинен мати можливість впливати на основі прийняття тактичних рішень.

Література

1. Савчук В. П. Мониторинг текущего состояния предприятия / В. П. Савчук // [Финансовый директор](#). – 2004. – № 1. – С. 17-23.
2. Бондаренко В. М. Мониторинг и диагностика жизнеспособности предприятия с использованием зарубежных моделей / В. М. Бондаренко // Экономика и государство. – К., 2009. – № 6 (78). – С. 47-50.

ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ КАДРОВОГО СОСТАВА РЕКРЕАЦИОННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В настоящее время в условиях глобализации мирового рынка туристических услуг и усиления миграционных процессов на рынке рабочей силы, для рекреационных предприятий актуализируется проблема сохранения и формирования кадрового состава, как основного фактора создания высококачественных, конкурентоспособных услуг.

Цель данного исследования состояла в определении структуры кадрового состава рекреационных предприятий в зависимости от категорий, источников привлечения персонала, а также уровня профессиональной подготовки специалистов. В опросе приняли участие 207 руководителей различных типов рекреационных учреждений АР Крым, которые ответили на 18 вопросов, связанных со структурой кадрового состава и кадрового менеджмента предприятий.

Одной из отличительных качественных характеристик предприятий рекреационной сферы является прямая зависимость между качеством произведенной услуги и «человеческим фактором». При этом качество предоставляемой услуги зависит не только от эффективного менеджмента на различных уровнях управления, но и от личностных характеристик и профессионализма младшего и среднего обслуживающего персонала. Именно качественные характеристики специалистов данных категорий являются одним из наиболее значимых факторов, оказывающих непосредственное влияние на эффективность деятельности и конкурентоспособность, как отдельных предприятий отрасли, так и всего курортного региона в целом.

К младшему и среднему обслуживающему персоналу на рекреационных предприятиях, не имеющих лечебную базу, относятся специалисты рабочих профессий, а также специалисты, непосредственно занятые обслуживанием туристов – официанты, горничные, швейцары и др.

Согласно полученным результатам исследования, определено, что в период высокого сезона обслуживающий персонал может занимать до 65-75 % от всех занятых на рекреационных предприятиях. Также установлено, что значительное влияние на качественные характеристики кадрового состава оказывает сезонность работы предприятий. Это важный показатель для оценки качества трудового потенциала работников предприятия, поскольку в условиях низкой оплаты труда и социальной значимости работы, фактор стабильного трудоустройства может оказаться одним из немногих действенных мотивационных стимулов труда и сохранения профессионализма работников.

Следует отметить, что из 645 предприятий рекреационного комплекса АРК только 245 предназначены для круглогодичной работы, и лишь свыше 100 функционируют круглый год, остальные отнесены к разряду сезонных, период

работы которых составляет от 2-3 до 6-8 месяцев в год. Соответственно, кадровый состав рекреационных предприятий традиционно подразделяют на постоянных и сезонных (нанятых по срочному трудовому договору) работников. При этом соотношение постоянных и сезонных работников в общей доле обслуживающего персонала колеблется в зависимости от сезона.

По данным проведенного опроса в летний период года у 30,6 % предприятий доля постоянных сотрудников в общей величине младшего обслуживающего персонала не превышает 20 %, у 18,6 % составляет от 21 до 35 % и у 15,5 % от 36 до 50 %. При этом количество предприятий, у которых младший обслуживающий персонал состоит только из сезонных работников, составляет 15,7 %.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что в летний период времени среди обслуживающего персонала от 70 до 80 % работников оказываются временно трудоустроенными, принятыми по срочному договору. Квалификационный уровень такого персонала не может быть высоким и соответствовать современным требованиям и стандартам обслуживания вследствие значительных перерывов в работе (от 6 до 9 месяцев). Кроме того, имеют место факты превышения фактической продолжительности рабочего времени над установленными нормами (свыше 60 часовой рабочей недели).

Принимая во внимание представленные результаты исследования, необходимым является совершенствование системы статистического учета показателей, отражающих качественные и количественные характеристики трудовых ресурсов по основным категориям занятых.

Все вышеуказанные проблемы – значительная социально-экономическая и демографическая инерция трудового потенциала курортного региона, неоднородность кадрового состава рекреационных предприятий, отсутствие у него необходимого образования, социальная незащищенность и старение обслуживающего персонала, доля которого в общей структуре предприятия может достигать 80 %, привели к несоответствию качественных характеристик трудового потенциала требованиям современного производства, а значит к потере конкурентоспособности рекреационных предприятий.

Для решения данных проблем необходимо создать предпосылки для изменения условий труда на предприятии, реформирования трудового законодательства, повышения уровня социальной защищенности работников при обязательной трансформации системы образования, введения единой государственной системы аттестации персонала, а также адаптации новой системы учета отраслевого кадрового состава по категориям, что позволит повысить уровень конкурентоспособности кадрового состава рекреационных предприятий в соответствии с международными стандартами индустрии гостеприимства.

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ АКТИВІЗАЦІЇ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА БОРОШНОМЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Маркетингова діяльність на переробних підприємствах борошномельної галузі значною мірою залежить від особливостей попиту на цю продукцію, вивчення ринку, його прогнозування, стратегічного та тактичного планування маркетингу, формування попиту та стимулювання збуту. Для досягнення успіху необхідно знати всі тонкощі стану та перспектив ринку, потреб та запитів споживачів. Так, на борошномельних підприємствах м. Луганська представлена продукція як „класична”, так і продукція „лінії здорового харчування”. В усьому світі набуває популярності органічна продукція, органічне борошно. В ході проведеного дослідження особливостей роботи борошномельних підприємств визначено, що високий рівень конкуренції на ринку борошна вимагає доведення його властивостей до споживачів за допомогою системи позиціонування; створення бренду виробника – пріоритетного завдання стратегічного маркетингу; основною сферою при формуванні конкурентних переваг борошна є споживчі характеристики, дистрибуція та позиціонування.

Сьогодні найбільш цінні ділові активи не в позиціях балансового рахунку, а в цінності клієнтської бази та силі відносин з клієнтами. В індустріально розвинених країнах споживачі контролюють бізнес. Споживачі самі сегментують постачальників, будують власні бази даних про них, обирають цільові сегменти поставок, тобто персоналізують комплекс маркетингу відповідно до власних потреб. Споживач швидше ніж 10-15 років тому виявляє пропозицію товару на ринку, проводить порівняння товарних характеристик, нерідко диктує ціну на товар, виявляючи та аналізуючи конкуруючі пропозиції та загострюючи цінову боротьбу на ринку, що дозволяє маркетологам оптимізувати товарообіг.

Сучасні інформаційні технології дають борошномельним підприємствам все більше влади та свободи у відносинах зі споживачами. До 2020 р. Інтернет-продажі, яких наразі близько 10 млрд. дол. досягнуть 1 трилл. дол. В деяких компаніях заходу є практика з надання безкоштовних продуктів в обмін на детальну інформацію про своїх клієнтів, яка допомагає їм розуміти клієнтів краще та покращити ринкову кон'юнктуру на майбутнє. Значущість систем управління відносинами з клієнтами в період росту конкуренції важко переоцінити. Завдання з посилення та збереження споживачів можуть допомогти вирішити програмні засоби, CRM – охоплює стратегію та процес координації всіх точок контакту з споживачем; інтегрує людей, процеси та технології з точки зору клієнту, в результаті формуючи довгострокову споживчу цінність, прибутковість та лояльність. До проблем CRM відноситься їх впровадження як інформаційної технології, а не маркетингової практики; вимірювання головним чином минулої поведінки споживачів, що не відображає

інформації що споживач не обрав і чому (чи в наслідок відсутності товару або невдалого позиціонування). CRM може не подобатись споживачам, оскільки створює загрозу крадіжки або несанкціонованого використання клієнтських даних.

Від стану одиниці зберігання інформації в CRM споживач прагне до відносин, які управляються ним самим, CMR (Customer Manager Relations). Це формування споживчого попиту та відносин, персоналізація взаємодії з індивідуальними клієнтами – засобами та шляхами, спрямованими самим споживачем, адже споживач – один з небагатьох стійких конкурентних переваг, доступних для компанії. Бо якщо групами клієнтів управляти та підтримувати, вони не можуть бути легко скопійовані конкурентами.

Для оцінки цінності клієнта не завжди достатній показник обсягу його закупівлі. Необхідно вести аналіз „витрати-переваги”, а також оцінювати повернення на інвестиції постачальника в роботі з даним клієнтом. Оптимальна праця з клієнтською базою передбачає визначення цінності клієнта протягом всього його життєвого циклу, або життя в якості клієнта. Цінність клієнта – інтегральна оцінка, яка включає прибуток, який він приносить протягом всього ЖЦК; зручність та додаткові переваги роботи з даним клієнтом (престиж, досвід, імідж, репутація, масштаб операцій). ЖЦК можна розглядати, як період часу протягом якого клієнт залучається, здійснює покупку, користується продуктом. Оптимізація роботи постачальника передбачає виділення ключових клієнтів, від яких залежить існування бізнесу. Можливий випадок, коли лише 20 % клієнтів забезпечують 80 % продажів. Споживча цінність повинна слугувати поєднанням як раціональних так і емоційних цінностей. З перенасиченням інформацією та Інтернетом проблемою вже є не її знаходження, а знаходження виходу з того, як не бути перевантаженим інформацією. Багато досліджень в цій галузі показує, що повідомлення споживачів про їх задоволення (5 за 5-ти бальною шкалою) не обов’язково має на меті, що задоволений споживач залишиться клієнтом чи буде купувати ще більше.

Таким чином, кожне борошномельне підприємство повинно проводити дослідження вивчаючи оцінки лояльності клієнтів (за допомогою таких статистичних прийомів, як регресія), щоб оцінити наскільки ці співвідношення відбуваються чи ні. Іншим структурним елементом запровадження маркетингу для потреб майбутнього є сегментування. Різноманітні сегменти клієнтів повинні бути проаналізовані за доходністю та на протязі тривалості життєвої цінності, аби бути корисними. В сучасному світі, ще одним інструментом дослідження є сліпе інтерв’ю після того, як клієнт обрав товар. Результат визначає істинні напрямки, які становлять відмінності. Навіть звичайні інструменти дослідження проведені маркетологами, спрямованими на майбутнє, можуть бути успішними, за умови їх ретельної перевірки та наступної реалізації. Отже, для борошномельних підприємств важливою є не тільки велика економічна політика підприємства, а й результати досягнень стратегічних цілей на шляху до успіху, зроблених маркетинговою службою.

ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СИСТЕМИ МАТЕРІАЛЬНОГО ЗАОХОЧЕННЯ

Економічні потреби людини мають об'єктивний зміст та спрямовують діяльність людей, їх колективи, суспільство. Виступаючи мотивами поведінки людей, потреби реалізуються в господарському механізмі та в системі управління виробництвом.

Система матеріального заохочення ґрунтується на потребах працівників. Оскільки людині властиві різні потреби, дослідники класифікують їх за певною ієрархією. Виходячи з поширеної класифікації потреб за А. Маслоу, базовими для людини є матеріальні потреби. Відповідно у системі мотивації вирішальна роль належить матеріальному (економічному) стимулюванню, яке здійснюється в таких формах, як грошові виплати (прямі і непрямі), передання матеріальних благ та надання певних пільг.

Світовий досвід показує, що в ринковій економіці грошова форма матеріального стимулювання є основною. Винагорода у формі матеріальних благ або пільг є винятковою та застосовується періодично.

Система матеріального заохочення здобуває сьогодні найважливіше значення при формуванні ефективного механізму внутрішньовиробничої діяльності підприємств. Вона спрямована на пошук ефективних способів управління працею для забезпечення активізації людського фактора.

Формування ефективної системи матеріального заохочення на вітчизняних підприємства в сучасних умовах господарювання включає дотримання наступних вимог:

- удосконалення системи оплати праці відповідно до умов конкретного виробництва та підрозділу;
- визначення завдань та напрямків стимулювання;
- удосконалення системи преміювання;
- формування системи показників за якими відбувається преміювання;
- участь працівників у прибутку підприємства;
- пільгове надання житла, харчування, проїзду транспортом та ін.

До основних принципів ефективної організації системи матеріального заохочення відносяться:

Принцип рівності передбачає надання рівних можливостей для посадового просування за результатами праці.

Принцип відповідності передбачає відповідність рівня оплати праці його результатам.

Принцип ефективності передбачає створення сприятливих умов для підвищення кваліфікації персоналу, його навчання.

Принцип комунікативності передбачає підтримку зворотного зв'язку між керівництвом підприємства і його працівниками.

ПОШУК МЕТОДИКИ ОЦІНЮВАННЯ ЯКОСТІ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ У БАНКУ

Важливою складовою якісної системи корпоративного управління, на наш погляд, має бути адекватний механізм оцінки рівня збалансованості інтересів суб'єктів корпоративних відносин, особливо у питаннях пов'язаних з фінансами. Неврегульованість фінансового аспекту взаємовідносин учасників корпоративного управління, зазвичай, ускладнює їх співпрацю, що спричинено суттєвими розбіжностями у сприйнятті цілей банку її вищим керівництвом та акціонерами.

Оцінка ефективності механізмів корпоративного контролю, на наш погляд, має першочергово ґрунтуватися на дотриманні інтересів акціонерів. Серед ідентифікованих нами основних інтересів акціонерів банку: 1) дотримання оптимального рівня ризику; 2) прийняття вищим керівництвом банку зважених рішень, орієнтованих на забезпечення економічних прав акціонерів (зокрема, щодо: розподілу прибутку, збереження прав власності, забезпечення доходності акцій для акціонера та ін.).

Зауважимо, що ідентифіковані інтереси власників та агентів в українській практиці слабо скоординовані, тому у більшості представників вищого керівництва відсутня достатня мотивація забезпечення дотримання інтересів та реалізації прав акціонерів.

З нашої точки зору, механізм забезпечення дотримання інтересів має включати: 1) механізм контролю прийнятих управлінських рішень, що стосуються економічних прав акціонерів; 2) механізм фінансового заохочення вищого керівництва, зокрема шляхом преміювання за результатами управління банком в окремих аспектах дивідендної та емісійної політики з позиції забезпечення інтересів акціонерів.

Оцінка ефективності, результативності і якості, застосовуваних в рамках корпоративного управління, механізмів орієнтована на виявлення прогалин в системі корпоративного контролю, у т.ч. щодо виявлення та врегулювання корпоративних конфліктів.

Серед найбільш поширених підходів оцінки рівня збалансованості інтересів суб'єктів корпоративних відносин: 1) оцінка корпоративного управління за допомогою інструментарію фінансового аналізу; 2) оцінка результативності корпоративного управління, що ґрунтується на застосуванні критерію доданої вартості капіталу; 3) індексні методи оцінки результатів функціонування системи корпоративного управління; 4) рейтингові оцінки якості корпоративного управління.

Узагальнюючи результати огляду методик, які потенційно могли б бути використані в оцінці збалансованості корпоративних інтересів, враховуючи їх

переваги і недоліки, можна позначити такі властивості, які повинен мати шуканий вимірник якості корпоративного управління у банку:

1. В основі аналізу діяльності банків має бути фундаментальний принцип розвитку бізнесу. З цієї позиції провідна роль має належати аналізу прибутку, продуктивності і активів.

2. Необхідно зважати на те, що аналітичні способи і правила дослідження економіки банку певним чином підпорядковані корпоративному управлінню.

3. Інформація, використовувана в оцінці діяльності вищого керівництва банку, повинна реально і повно відображати стан справ, а висновки повинні обґрунтовуватися точними аналітичними розрахунками.

4. Методика повинна бути застосовна до широкого кола об'єктів, незалежно від розмірів, галузевої приналежності, масштабів діяльності та інших подібних чинників.

5. Система управління повинна вирішувати завдання для яких вона створена, відповідати інтересам як менеджерів, так і акціонерів, навіть за умови відсутності їх участі в оперативному управлінні банком.

6. Методика повинна бути розрахована на середньостатистичний вітчизняний банк, і відповідно, не потребувати суттєвих фінансових та інформаційних витрат і оперативно пристосовуватися до специфічних потреб бізнесу.

7. Шуканий критерій оцінки ефективності корпоративного управління повинен базуватися на балансі інтересів.

8. Оцінка збалансованості інтересів у корпоративному управлінні повинна ґрунтуватися на здатності капіталу приносити дохід, а не на правових факторах його діяльності.

На нашу думку, основними компонентами фінансового механізму корпоративного управління у банках мають бути: емісійна, дивідендна та кадрова (в частині преміювання) політики банку.

Серед показників, що потребують уваги вищого керівництва в рамках застосування вартісноорієнтованого підходу до управління банком: статутний капітал, додатковий капітал, власний капітал, кількість акцій банку в обігу, номінальна вартість 1 акції, обсяг емісії (звичайних акцій та привілейованих акцій), емісійний дохід, емісійні різниці, інші внески акціонерів, окрім емісії акцій, вартість залучення статутного капіталу (WACC – середньозважена вартість альтернативних можливостей залучення капіталу); обсяг власних викуплених акцій, обсяг власних проданих акцій, ринкова вартість акцій – SV (Shares Value) (дієво для активного фондового ринку або активного учасника фондових ринків); витрати на заробітну плату вищого керівництва банку, чистий прибуток, EPS (Earnings per share) – обсяг доходів у розрахунку на 1 акцію; обсяг виплачених дивідендів, обсяг капіталізованих дивідендів, обсяг дивідендів у розрахунку на 1 акцію, фінансовий результат банку та вартість банку.

Застосування фінансового механізму корпоративного управління у банку сприятиме покращенню системи внутрішнього контролю в цілому та захисту фінансових інтересів акціонерів, зокрема.

СИСТЕМА КОНТРОЛЛИНГА В СТОИМОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ МОДЕЛИ МЕНЕДЖМЕНТА

Стоимостно-ориентированное управление (Value Based Management) – современный, апробированный метод управления, и как показал опыт, зарубежных и отечественных компаний, один из самых эффективных. Но применение такой системы управления требует наличия постоянного мониторинга изменения стоимости компании. Решение этой задачи лежит в области построения системы контроллинга на предприятии.

Цель исследования продемонстрировать, что внедрение системы стоимостно-ориентированного управления на предприятии требует создания системы контроллинга, поскольку применение его инструментов обеспечат реализацию управленческих функций в такой модели менеджмента.

В современных условиях концепция управления с позиции стоимости все больше принимается компаниями как базовое направление развития бизнеса. Основными исследователями в данном направлении можно назвать таких зарубежных экономистов, как Ф. Модельяни и Мертон Г. Миллер, Т. Коупленд, Т. Колер, Дж. Муррин, Ш. Пратт, К. Уолш, Д. Хан, Х. Хунгенберг и др. Среди украинских исследователей данной области можно выделить, Т. Момот, Р. Костырко, Н. Тертычную, В. Шевчук, работы которых направлены на изучение современных технологий комплексной оценки предприятия. Основные исследования украинских ученых, таких как А. Мендрул, Д. Воронков, Л. Запасная, О. Брезицкая направлены на изучение управления стоимостью компании, факторов формирования этой стоимости и влияние на нее различных показателей деятельности предприятия.

Но, не смотря на возросший в последнее время интерес к исследованию VBM–менеджмента, вопросы создания и внедрения систем мониторинга изменения стоимости недостаточно освещены.

Методы менеджмента, где в качестве критерия успешности управленческой деятельности на любом из уровней рассматривается достижение возможно большей рыночной стоимости, носит название стоимостно-ориентированного управления или VBM-менеджмента.

Эффективность функционирования системы управления определяется эффективностью реализации его функций, в частности планирования, учета, контроля, координации и др. Для реализации функции планирования необходимы данные маркетинговых исследований, анализ рынка капитала, прогнозы развития страны, отрасли и т.п. Реализация поставленных задач предполагает оперативный контроль их выполнения, которые отражаются в управленческой отчетности, что, в свою очередь, напрямую связано с ведением управленческого учета и контролем выполнения текущих планов. Корректировка долгосрочных планов так же основывается на данных учета и

новой информации о состоянии внешней и внутренней среды предприятия. Такая аналитическая поддержка менеджмента в принятии управленческих решений обеспечивается путем внедрения системы контроллинга на предприятии, которая «...представляет собой синтез элементов учета, анализа, контроля, планирования, реализация которых обеспечивает выработку альтернативных подходов при осуществлении оперативного и стратегического управления процессом достижения конечных целей и результатов деятельности предприятия» [1, с.15].

В стоимостно-ориентированной модели управления основной задачей менеджмента является увеличение стоимости бизнеса. Следовательно, все расчеты должны исходить из факторов стоимости конкретного предприятия. Планирование деятельности идет от расчета стоимости компании в долгосрочной перспективе, далее стратегическое планирование, а затем оперативное.

Мониторинг изменений проводится по каждому из основных уровней управления в обратном направлении, начиная с оперативного (критерии эффективности, выполнение производственного задания), далее стратегический (достижение стратегических показателей) и завершая на монетарном уровне расчетом изменения стоимости предприятия. Такая комплексная задача может быть реализована через создание стоимостно-ориентированной системы контроллинга на предприятии.

Поэтому дальнейшее исследование направлено на разработку методики создания и внедрения системы контроллинга в стоимостно-ориентированной модели управления предприятием, которая позволит в нынешних условиях ограниченности ресурсов применять современные технологии управления в отечественном бизнесе.

Литература

1. Сухарева Л. А., Петренко С. Н. Контроллинг – основа управления бизнесом. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2002. – 208 с.

СУЧАСНІ УМОВИ ПЛАНУВАННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ

Соціальна діяльність на підприємствах залізничного транспорту розглядається науковцями в подвійному аспекті: по-перше, як соціальна значимість транспорту для країни, по-друге, як внутрішня соціальна сфера підприємства.

Перша підтверджується Законом України «Про особливості утворення публічного акціонерного товариства залізничного транспорту загального користування» № 4442-VI від 23.02.2012 р., який визнає діяльність залізничного транспорту загального користування спрямовану на забезпечення економічної безпеки і захисту інтересів держави [2].

Друга має повноправне існування як і на кожному підприємстві будь-якої форми власності – соціальні гарантії працівників [2], їх соціальний захист.

На рівні сучасного розвитку соціальної орієнтації в економічному управлінні підприємством виникає питання соціального захисту працівника залізничного транспорту. З точки зору першого та другого аспектів впливає, що залізничний транспорт забезпечує соціальний розвиток держави на макро- та мікрорівнях. Тоді виникає зворотнє питання: чи забезпечує держава розвиток соціальної діяльності залізничного підприємства?

На *макрорівні* залізничний транспорт під час підготовки проведення «Євро-2012» в Україні почав оновлювати свою застарілу інфраструктуру рухомого складу та набувати більш привабливішого виду транспорту для іноземних пасажирів. До цього часу середній вік вагонів складав більше 25 років у 45,9 %, від 16 до 25 років – 45,7 %, від 9 до 15 років – 3,5 % і менше 8 років – 4,9 % [1].

Перевезення вболівальників і гостей Євро-2012 в Україні між приймаючими містами в основному здійснювались швидкісними міжрегіональними електропоїздами, виробництва компанії «Hyundai Rotem» (Корея). Так, у 2010 р. Південною залізницею закуплено 10 міжрегіональних двосистемних поїздів («Hyundai Corporation» і «Hyundai Rotem»), з поставкою перших шести до початку Євро-2012, а чотирьох інших – до кінця 2012 р. [3].

У січні 2011 р. придбано у АТ «Шкода Вагонка» два двоповерхових міжрегіональних електропоїздів подвійного струму, обладнаних: клімат-системою; герметичними міжвагонними переходами; вакуумними туалетами; кріслами, що регулюються; моніторами для перегляду відеопродукції; багажними полицями: багажними відсіками для великогабаритного багажу; один із головних вагонів електропоїзду обладнаний 2 місцями та туалетом пристосованими для осіб з обмеженими фізичними можливостями. У таких вагонах надається можливість харчування та користування internet (Wi-Fi).

На мікрорівні спостерігається дещо інша картина: скорочення чисельності працівників, підвищення заробітної плати відбувається штучно (виконання Колективного договору), скорочений робочий графік, збільшення навантаження роботи на одного працівника при відсутності надбавок, заохочень та інших грошових премій, практично відсутня можливість оздоровлення працюючих в пансіонатах, лікувальних закладах, базах відпочинку. Працівник залізничного транспорту в сучасних умовах повинен працювати нелегко і недорого, в той час як працівники підприємств приватних форм власності мають гідний заробіток, хоча де-не-де за відсутності соціального пакету. Таке порівняння показане в табл.

Таблиця

Умови праці працівника залізничного транспорту та приватного підприємства

№ п/п	Ознака	Працівник залізничного транспорту	Працівник приватного підприємства
1	Заробітна плата	низька	висока
2	Грошова винагорода	рідко, не залежить від об'ємів роботи	часто як форма заохочення, залежить від об'ємів роботи
3	Лікарняне	оплачується	Не оплачується
4	Навчання	оплачується	За власний рахунок
5	Відпустка	надається обов'язково	Як правило, надається
6	Оздоровлення	за рахунок підприємства, але можливість отримати невисока	За власний рахунок
7	Корупція	висока	низька
8	Стабільність	присутня	відсутня

Указана оцінка здебільшого носить дискусійний характер, але зауважимо, що працівник залізничного транспорту має більше переваг, якщо працює на невеликій залізничній станції міста, села міського типу чи просто селища, оскільки стабільна заробітна плата є пріоритетною над заробітком фірм, яких у селі може взагалі і не бути. Негативна ситуація виникає у центральних містах області, регіону чи столиці України, де досить складно уявити прожиття на мінімальну заробітну плату при столичних цінах. Тому, під час планування соціальною діяльністю підприємства потрібно враховувати не тільки макрорівень підприємства для країни, а починати з самого головного у соціальному просторі галузі – працівника.

Література

1. «Укрзалізниця»: передел рынка грузовых перевозок в пользу нескольких частных компаний [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://cripo.com.ua/?sect_id=8&aid=134613.
2. Про особливості утворення публічного акціонерного товариства залізничного транспорту загального користування: Закон України від 23.02.2012, № 4442-VI [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/4442-17>.
3. Закупівля швидкісних електропоїздів до Євро-2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.uz.gov.ua/euro2012/preparing/>.

ФОРМЫ ПЛАНИРОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Основой успешного функционирования предприятия в условиях рыночной конкуренции является инновационное развитие, которое относится к важнейшим объектам системы планов предприятия. Действенность планирования как инструмента управления инновационной деятельностью предприятия во многом определяется его методологическим и методическим уровнем.

Следует отметить, что, несмотря на свою острую актуальность, целый ряд теоретико-методических аспектов планирования инноваций к настоящему времени не нашел адекватного отражения в экономической литературе. Одним из наиболее дискуссионных остается вопрос о выборе форм планирования инновационного развития предприятия. Решение последнего имеет не только острую научную актуальность, но и большую практическую значимость, что и определило цель данной статьи.

Анализ существующих подходов к определению содержания, целей и задач планирования инновационного развития предприятия позволил нам выделить три его основные формы:

- план инновационного развития предприятия как составная часть тактического плана предприятия;
- инновационные бизнес-проекты;
- научно-технические программы.

Относительно форм тактического планирования инновационной деятельности предприятия на сегодняшний день существует несколько точек зрения. Ряд экономистов отводит незаслуженно скромное место плану технического и организационного развития в системе тактического планирования, выделяя его лишь как составную часть отдельных разделов тактического плана предприятия, в частности: плана повышения эффективности производства, плана материально-технического обеспечения предприятия и др.

Поскольку на сегодняшний день инновации охватывают все направления и сферы деятельности предприятия, широкое распространение получило мнение о целесообразности сосредоточения планирования всех нововведений в едином комплексном плане инновационного развития предприятия, называемый планом:

- технического и организационного развития предприятия;
- технического развития предприятия;
- технического развития и организации производства.

Наша точка зрения относительно формы и содержания тактических планов инновационной деятельности предприятия заключается в следующем.

1) Учитывая важнейшее значение инноваций для успешного функционирования предприятия в современных условиях, недопустимо выделять план инновационного развития предприятия лишь как составную часть того или иного раздела тактического плана.

2) Многообразие направлений инновационной деятельности обуславливает необходимость формирования таких двух самостоятельных разделов тактического плана предприятия, как *план обновления продукции* и *план организационно-технического развития предприятия*. Причем, указанные разделы должны включаться как в текущие, так и в перспективные тактические планы предприятия. В первом разделе следует отражать инновации, связанные с подготовкой и освоением производства новой продукции. План организационно-технического развития предприятия должен содержать, на наш взгляд, традиционный состав разделов, сформированный еще в Типовой методике разработки техпромфинплана производственного объединения (комбината), предприятия.

3) Включение в план организационно-технического развития предприятия (помимо организационно-технических мероприятий) инноваций в маркетинговой, финансовой, внешнеэкономической и других сферах деятельности предприятия нецелесообразно. Это обусловит появление в составе тактического плана предприятия чрезмерно громоздкого раздела, что значительно увеличит информационные потоки и существенно усложнит осуществление плановых расчетов.

Что касается *второй формы* планирования инновационного развития предприятия, то здесь следует выделять, на наш взгляд, два вида инновационных бизнес-проектов:

- бизнес-проекты освоения новых видов продукции;
- инновационные бизнес-проекты повышения организационно-технического уровня производства и труда.

Третья форма инновационных планов включает научно-технические программы, предназначенные для решения конкретных проблем развития науки и техники. В зависимости от уровня решаемых научно-технических проблем данная форма инновационных планов подразделяется на научно-технические программы предприятия, региона, отрасли, межотраслевого характера. Чаще всего научно-технические программы разрабатываются для группы предприятий, поэтому одно и то же предприятие может быть участником нескольких программ.

Следует отметить тесную взаимосвязь между всеми формами планирования инновационного развития предприятия. Так, план обновления продукции формируется на основе бизнес-проектов освоения производства новой продукции, разработка которых может базироваться на результатах выполнения научно-технических программ, направленных на расширение номенклатуры и ассортимента выпускаемой продукции. Инновационные бизнес-проекты повышения организационно-технического уровня производства и труда во многом определяют содержание плана организационно-технического развития предприятия.

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА ДОЛЕВОГО СТРОИТЕЛЬСТВА В ОТДЕЛЬНЫХ СИТУАЦИЯХ

Отказ от административно-командной системы управления экономикой и переход к рыночным отношениям обусловил появление различных форм собственности, что в свою очередь привело к появлению новых и развитию имевшихся видов предпринимательской деятельности, проявившееся в воссоздании вексельного обращения, акций, облигаций и других ценных бумаг, расширении круга операций с иностранной валютой и т.д. Управление предприятием, его экономикой основано на своевременном и полном обеспечении регулятора необходимой информацией, которое возложено на систему бухгалтерского учета, аккумулирующего, систематизирующего и обрабатывающего экономическую информацию, воспроизводимую в результате хозяйственной деятельности предприятия [1]. Однако достаточно быстрое развитие этого процесса порождает и определенные конфликты, причиной которых является существенное опережение количества и содержания новых видов правоотношений, обеспечивающих новые виды предпринимательской деятельности над существующей методологией учета, используемой в качестве необходимой теоретической основы. Достаточно наглядно эта ситуация проявляется в процессе применения существующих методик учета при регистрации фактов хозяйственной жизни, возникающих в процессе долевого строительства.

Начало процессу строительства объектов недвижимости с целью их дальнейшей продажи в Республике Беларусь было положено еще в 1992 г. [2], что позволило субъектам хозяйствования производить объекты недвижимости, особенно на начальной стадии строительства, без привлечения инвестора, как будущего правообладателя на создаваемый объект строительства. В связи с тем, что особенно острая потребность сложилось в отношении жилья, застройщиками развивалось строительство именно этих объектов, как в виде многоэтажных домов, так и в виде застройки территории одноэтажными, многоквартирными домами. На ранних стадиях развития строительного бума, застройщики преимущественно создавали многоэтажные жилые дома, но с ростом благосостояния населения, изменялись и его потребности, что привело к увеличению спроса на индивидуальные (многоквартирные) дома.

Однако, как известно, одной из основных проблем, связанных с реализацией инвестиционных проектов всегда являлась проблема обеспечения их необходимыми и достаточными финансовыми ресурсами, что на определенном этапе привело к развитию такой организационной формы строительства, как долевое строительство, характерной чертой которого являлось совместное финансирование строительства коллективом дольщиков (инвесторов). При этом роль собирателя этого коллектива, организатора его и всего процесса

строительства принимал на себя застройщик. Схожесть схем финансирования инвестиционных проектов, применявшихся и при строительстве многоэтажных жилых домов и при застройке «коттеджных» поселков, обусловили возможность и применения единых учетных методик, что впоследствии привело к возникновению в учете конфликтных ситуаций. При этом, в этом случае полностью игнорировалось то, что при единовременной застройке многоквартирными жилыми домами осуществляется строительство лишь совокупности зданий – одноэтажных и многоэтажных многоквартирных жилых домов с отдельными входами, с обособленной системой инженерного обеспечения, владельцами и пользователями которых будут разные субъекты, что не позволяет отношения, возникающие между застройщиком и «дольщиками», а также между «дольщиками», квалифицировать как долевое строительство. Соответственно, взаимоотношения инвестора с застройщиком будут строиться на иных формах договорных отношений, например, на основании договора купли-продажи объекта строительства [3].

В тоже время, в числе объектов строительства (частей объекта строительства) [4], возводимых на данной территории, будет несколько таких объектов, которые по окончании строительства поступят в общую (долевою) собственность. Это инженерные сети водоснабжения, газоснабжения и канализации, расположенные за пределами индивидуальных участков, трансформаторная подстанция, водонапорная башня, общее ограждение территории и др., что, несомненно, осложняет оценку сопутствующих хозяйственных операций и принятие на ее основе управленческих решений.

Тем не менее, понимание того обстоятельства, что непосредственно сам законченный строительством объект (жилой дом) впоследствии будет именно продан инвестору, позволит правильно структурировать не только отношения, возникшие в процессе исполнения договора, но и экономическую соответствующую информацию, поступающую на предприятие. Соответственно, это обстоятельство самым существенным образом повлияет на показатели выручки (дохода) застройщика, так как в этом случае он (доход) будет сформирован на основании цены продажи объекта, в противоположность долевого строительству, в условиях которого показатели дохода застройщика формируются лишь из суммы вознаграждения, получаемого за оказанные дольщику (инвестору) услуги [5].

Однако в состав затрат по продаже войдут как затраты, связанные со строительством самого объекта (жилого дома) так и со строительством соответствующей доли объектов инженерной инфраструктуры. Игнорирование же данного обстоятельства приведет к существенному искажению, прежде всего, показателя выручки (реализации), что существенно повлияет как на формирование данных бухгалтерской (финансовой) отчетности застройщика, так и на формирование данных налогового учета и отчетности.

Таким образом, развитие новых и совершенствование существующих методик учета разнообразных хозяйственных операций, особенно в отношении процессов обеспечивающих интенсивное обращение инвестиционных ресурсов, самым существенным образом влияет на полноту и достоверность финансовой

(бухгалтерской) отчетности, которая в свою очередь обеспечивает правильность и результативность принимаемых управленческих решений не только в отношении отдельно взятого предприятия, но и в рамках деятельности отдельной отрасли или даже экономики государства в целом.

Литература

1. Закон Республики Беларусь от 18.10.1994 № 3321-ХІІ «О бухгалтерском учете и отчетности» // Консультант Плюс; Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

2. Постановление Совета Министров Республики Беларусь от 9 декабря 1992 года № 741 «О строительстве жилых домов и других объектов социального назначения для продажи» Консультант Плюс; Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] // ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

3. Гражданский кодекс Республики Беларусь // Консультант Плюс : Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

4. Закон Республики Беларусь от 05.07.2004 № 300-З (ред. от 30.11.2010) «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности в Республике Беларусь» // Консультант Плюс; Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

5. Налоговый кодекс Республики Беларусь от 19.12.2002 г., № 166-З // Консультант Плюс; Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2012.

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ВИЗНАЧЕННЯ ВПЛИВУ РЕПУТАЦІЙНИХ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМСТВА НА ЙОГО ЕКОНОМІЧНУ БЕЗПЕКУ

За ринкових умов господарювання перед більшістю підприємств стоїть гостра проблема забезпечення їх економічної безпеки. Але ж крім очевидного впливу основних матеріальних чинників на економічну безпеку підприємства, необхідно враховувати вплив нематеріальних чинників, до яких належить репутація підприємства. В умовах глобальної фінансово-економічної кризи вижити підприємству в екстремальних умовах досить часто допомагають раніше сформована репутація і завойована довіра акціонерів, партнерів і клієнтів, а також ефективна робота з ідентифікації та мінімізації репутаційних ризиків. Забезпечення економічної безпеки досягається, у тому числі й за рахунок зниження репутаційного ризику.

Аналізуючи дослідження науковців, ми прийшли до висновку, що до теперішнього часу в економічній науці відсутнє загальноприйняте трактування репутаційних ризиків, не визначена їх специфіка і місце в загальній структурі ризиків підприємства; недостатньо досліджені механізми та інструменти відповідної антиризикової політики підприємств. На наш погляд, репутаційний ризик – це економічна категорія дія якої виникає при здійсненні підприємницької (чи іншої) діяльності, пов'язана з появою реальних (потенційних) загроз діловій репутації підприємства та ймовірністю настання позитивних зрушень у репутаційних стратегічних активах підприємства. Дане визначення об'єднує в собі як загрозу досягнення небажаних, так і можливість досягнення сприятливих відхилень від запланованих результатів.

В рамках виконаного дослідження репутаційний ризик підприємства розглядається як чинник, що може впливати на його економічну безпеку. В даному дослідженні під терміном «вплив» розуміється зміна стану одного критерію діяльності від стану іншого критерію, тобто зміна рівня репутаційного ризику підприємства має призвести до зміни рівня його економічної безпеки як в позитивний бік, негативний бік, або нейтральний. Якщо у підприємства виникла необхідність у визначенні такого впливу, тоді слід дотримуватися певної процедури, яка допоможе вірно оцінити вплив репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку, а також допоможе йому запобігти можливих поразок у майбутньому.

На рис., який є авторським доробком, наведено структурно-логічну схему здійснення процедури оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на його економічну безпеку, процедура реалізації якої допоможе уникнути помилок при оцінюванні та привести підприємство у стан економічної безпеки.

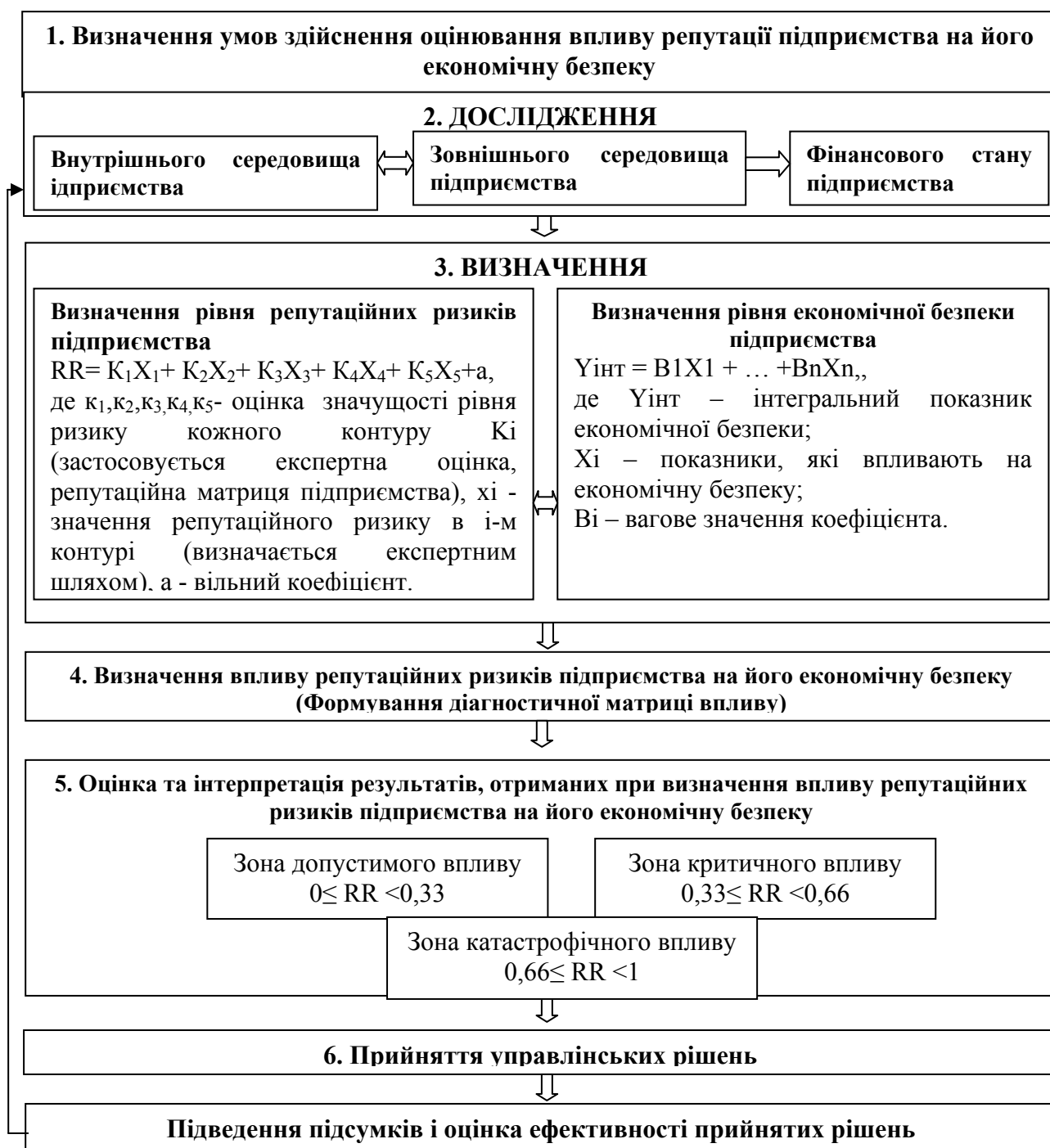


Рис. Структурно-логічна схема оцінювання впливу репутаційних ризиків підприємства на рівень його економічної безпеки

Якщо у підприємства виникла необхідність у визначенні впливу репутаційних ризиків на його економічну безпеку, то для отримання достовірного результату оцінювання такого впливу запропоновано специфічну процедуру, реалізація якої допоможе уникнути помилок при оцінюванні та привести підприємство у стан економічної безпеки.

УПРАВЛІННЯ КАДРОВИМИ РИЗИКАМИ В РОЗДРІБНИХ ТОРГІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

Ризики, які виникають в системі управління персоналом, відображають збільшення значущості людського чинника в організаційному розвитку підприємства. Діапазон альтернатив прийняття управлінських рішень стосовно персоналу підприємства і можливих наслідків для кожної альтернативи прямо пропорційний ступеню непередбачуваності людської поведінки. Регуляція кадрових ризиків в системі управління персоналом є необхідним елементом управління підприємством, підвищення його ефективності та конкурентоспроможності.

Однак, незважаючи на десятиліття розвитку теоретичної й методичної бази управління ризиками, підприємства не мають готових рішень в системі управління кадровими ризиками і впровадження в безпосередню діяльність торговельного підприємства. З цією метою, розроблений механізм управління кадровими ризиками роздрібних торговельних підприємств, що заснований на основі оцінки основних чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, які впливають на виникнення кадрових ризикових ситуацій та запропонований комплекс заходів для мінімізації можливих відхилень показників-індикаторів. Управління кадровими ризиками складається з наступних етапів:

1. Виявлення ризик-чинників зовнішнього і внутрішнього середовища і визначення початкового набору ефективних заходів щодо зниження можливості виникнення ризикових ситуацій або мінімізації їх наслідків.

2. На основі отриманої інформації вибір ефективного по вибраному критерію управлінського рішення.

Процедура вибору рішень з управління кадровими ризиками повинна враховувати чотири основних груп елементів і параметрів: безпосередньо види кадрових ризиків; чинники середовища, що впливають на виникнення і рівень різних ризиків; показники (індикатори) виникнення і розвитку ризикових ситуацій; перелік заходів щодо запобігання, зниження та мінімізації рівня різних видів ризиків. Також повинні бути визначені взаємозв'язки між цими елементами, що характеризують їх взаємний вплив один на одного [1].

При розробці вказаної процедури необхідно забезпечити можливість формалізації наряду і сили даних взаємозв'язків за наявності, в основному, тільки якісної експертної інформації. Процедура управління кадровими ризиками складається з 4 блоків. У першому блоці розглядаються чинники виникнення ризикових ситуацій, такі як: зміна обсягу робіт; зміна видів діяльності; зміна вимог до виконання робіт; зміна умов праці; зміна організаційно-управлінської системи ; зміна підходів до оцінки праці, її результатів та оплати праці; зміни в соціальному забезпеченні. У другому блоці розглядаються такі види кадрових ризиків, як посадові ризики, ризики

нелояльності персоналу, ризики девіантної поведінки, ризики взаємодії кадрових структур [2].

У третьому блоці розглядаються індикатори ризикових ситуацій, до яких можна віднести такі показники, як кількість продажу товару; зниження плану обороту магазину; зниження рівня рентабельності магазину; зменшення товарообороту на 1 працівника; невиконання плану роботи відділу.

У четвертому блоці запропоновано основний комплекс заходів щодо попередження, запобігання, зниження та мінімізації кадрових ризиків, до яких віднесено: оптимізація чисельності персоналу, цільове підвищення фахової спеціалізації персоналу, розробка ефективної системи винагородження праці, моніторинг соціально-психологічної ситуації та організації внутрішньої комунікації, диференційовані програми мотивації персоналу.

Таким чином, все вищевикладене дозволяє стверджувати про актуальність розробки питань, пов'язаних з управлінням кадровим ризиком підприємств. Запропонований механізм управління кадровим ризиком дозволяє пов'язати фактори зовнішнього і чинники внутрішнього середовища підприємства, який дозволить оцінити ступінь впливу виділених чинників на основні джерела виникнення ризиків і на підставі отриманої оцінки більш ефективно здійснювати шляхи мінімізації кадрових ризиків, направлених на ухилення підприємства від кадрових ризиків.

Література

1. Калініченко Л. Л. Управління кадровим ризиком на основі застосування когнітивного моделювання / Л. Л. Калініченко // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». Режим доступу : <http://economy.nayka.com.ua>
2. Жуковська В. М., Серафим Н. В. Теоретичні аспекти дослідження кадрових ризиків на підприємстві // Вісник Національного університету водного господарства та природокористування. – Випуск 4 (48), 2009. – Ч. I. – Секція – Економіка. – С. 112-118.

ДЕЯКІ ПРОБЛЕМИ ТАРИФНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВ МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

В сучасних умовах господарювання розвиток сфери житлово-комунальних, транспортних та інших послуг, що відносяться до галузі міського господарства є важливим чинником соціальної сфери, розвиток якої підпорядковується головній меті – найбільш повному задоволенню постійно зростаючих потреб членів суспільства. У галузі житлово-комунального господарства сьогодні функціонує кілька тисяч підприємств та організацій різних форм власності, які надають населенню понад 40 видів послуг на суму більше 6 млрд. грн. щороку. Водночас житлово-комунальне господарство є найвідсталішою галуззю економіки [1, с.43]. Наприклад, у м. Одесі збитки тільки підприємств ЖКГ за 2011 р. склали понад 9,25 млн. грн.

Описана ситуація не в останню чергу є наслідком відсутності послідовної та цілеспрямованої тарифної політики. На сучасному етапі становлення та розвитку України як технологічної держави найбільш ефективним є здійснення державної і регіональної інноваційно-інвестиційної політики, яка може бути ефективною тільки у разі, якщо застосування цієї моделі дає економічний ефект та створює більш високий, у порівнянні з існуючим, рівень інвестиційної привабливості, з іншого боку. Зрозуміло, що обидва ці параметри в значній мірі залежать від сформованого рівня цін та рівня тарифів на продукцію та послуги.

Ефективна тарифна політика є одним із найважливіших компонентів інноваційно-інвестиційної моделі розвитку з одного боку, а з іншого боку визначає її природні межі, які пов'язані з економічними можливостями, а також соціальним станом та соціальними очікуваннями населення [2, с.153].

Зрозуміло, що функцію обліку і виміру затрат суспільної праці може ефективно виконувати лише ціна (тариф), яку встановлено на базі об'єктивного нормування економічно обґрунтованих витрат. Таким чином, для виконання цієї функції, очевидно найбільше підходить формування ціни (тарифу) за методом „витрати плюс”. Якщо основною метою є забезпечення функції пропорційності та рівноваги, то, очевидно, що базовим методом ціно- або тарифоутворення є метод поєднання оцінки еластичності попиту на продукцію від цін та оцінки еластичності пропозиції товарів (послуг) від цін. Але обґрунтовані витрати на виробництво товарів (послуг), виконують функцію природних обмежень для цього методу формування цін (тарифів).

На думку ряду авторів [3, с.616-631; 4, с.85], метод регулювання «витрати плюс» не заохочує суб'єктів господарювання до зменшення витрат і економії ресурсів, що призводить до збереження існуючої системи високої енерго- та матеріалоемності послуг.

На нашу думку, ряд спеціалістів, які досить категорично відмовляють методу „витрати плюс” у праві на існування, вважаючи його вкрай не ринковим, не враховують однієї дуже важливої обставини. Кожний з методів

розрахунку тарифів є, насамперед, не більше ніж моделлю. Ефективність моделі, як відомо, визначається перш за все її адекватністю реальному процесу, який ця модель описує. Але, розглядаючи моделі формування тарифів необхідно заважити, що реальним процесом у цьому випадку є, в першу чергу, процес використання підприємством коштів, отриманих у якості доходів, які є визначеною функцією від встановленого тарифу (ціни). Але використання доходів підприємства в усіх, без винятку, випадках описується виключно моделлю за схемою „витрати плюс”.

Більшість спеціалістів критикують, насправді, не стільки саму систему, скільки можливість включення до тарифу економічно необґрунтованих витрат. Але це недолік не стільки системи визначення тарифу, скільки недолік існуючої системи нормування витрат. Тому, у випадках, коли на підставі об’єктивно встановлених норм, визначаються економічно обґрунтовані розміри витрат, система „витрати плюс” може виконувати свої функції значно ефективніше.

Можливість економії ресурсів в умовах об’єктивного нормування, з точки зору автора, виходить з того, що значення кожної норми чи нормативу є по суті математичним очікуванням, тобто середньозваженою величиною. Враховуючи, що величини витрат ресурсів є стохастичними та розподіляються, як правило, згідно закону Гауса-Лапласа, можливість зменшення витрат, є досить вірогідною. У цьому випадку об’єктивне нормування виконує, в певних межах, функцію імітування деяких елементів конкурентного тиску.

Проблему встановлення економічно та соціально прийнятого кола значень рівня тарифів, а також термінів їх перегляду можна вирішити шляхом сопоставлення функцій залежності рівня проплат (попиту) від рівня ціни (тарифу) з одного боку та залежності платоспроможного попиту від зміни доходів споживачів – з іншого. Автор вважає вірогідною гіпотезу, що обидві ці функції у загальному визгяді мають наступний характер: $Y = ax^3 + bx^2 + cx + d$ (Y – коефіцієнт проплати для першого випадку та платоспроможний попит для другого; x – рівень ціни (тарифу) для першого випадку та доходи споживачів – для другого випадку).

Крім того, слід враховувати ще одно соціально-економічне обмеження, яке полягає у тому, що темпи росту тарифів не повинні перевищувати темпи зростання рівня доходів населення відповідного міста (регіону) за відповідний період.

Література

1. Тарифна політика та питання розвитку комунальної теплоенергетики / Інформаційно-аналітичний збірник. – 2004. – № 1. – 72 с.
2. Василенко В. О., Шматько В. Г. Іноваційний менеджмент : Навчальний посібник. – К. : ЦУЛ, Фенікс, 2003. – 440 с.
3. Осипов В. И. Экономика предприятия : Учебник. – Одесса, «Маяк», 2005. – 717с.
4. Липсиц И. В. Коммерческое ценообразование. – М. : БЕК, 1997. – 150 с.

4. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Дяченко Л.Е.

к.е.н., професор

Одеський національний економічний університет (Україна)

СТРАТЕГІЧНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

Розвиток ринкових відносин створює передумови для застосування в підприємствах методів стратегічного управління. Основна ідея втілення стратегічного управління ґрунтується на розробці стратегії економічного розвитку підприємства в довгостроковій перспективі в умовах жорсткої конкуренції та динамічного середовища. На ці процеси впливає багато факторів. Проведений аналіз стану підприємств харчової промисловості дав змогу відокремити фактори, що найбільш суттєво впливають на формування стратегії. Серед цих факторів особливу увагу треба приділити наявності необхідних ресурсів.

Стратегічні цілі, аби бути досягнутими в майбутньому вже сьогодні потребують рішень щодо наявності сировинних ресурсів, які є основою виробництва якісної продукції в обсягах, які відповідають потребам населення. Майбутнє підприємств завжди невизначене і тому неаявність ресурсів можуть супроводжуватися тим чи іншим рівнем ризику. Розробляючи сировинну стратегію треба обґрунтовувати можливий та допустимий рівні ризику. Кожне підприємство повинне розраховувати свою власну стратегію, орієнтуючись на свої можливості, цілі, умови існування та проблеми.

Розглядаючи стратегічний напрямок розвитку саме харчової промисловості слід визначити її особливості, що пов'язані з життєвою проблемою, а саме з проблемою задоволення населення необхідними продуктами харчування. Від того, на скільки вирішена ця проблема залежить рівень забезпеченості продовольчої безпеки країни, яка є важливою складовою національної безпеки.

За минулі роки виробництво в Україні як вцілому так і в харчовій промисловості, зокрема, зазнало значної руйнації, що сталося через загальну економічну кризу, безсистемний перехід до нерегульованого ринку, повну втрату державного впливу на економічні процеси, значне подорожчання енергетичних і матеріальних ресурсів. Саме це формує проблему ефективного функціонування як підприємств харчової промисловості, що переробляють сільськогосподарську сировину, так і виробників сировини, які її постачають.

Виходячи з результатів аналізу ринку харчових продуктів, головним завданням харчових підприємств на сучасному етапі має стати збільшення обсягів виробництва якісної продукції, розширення асортименту, зниження собівартості готової продукції, тощо.

Стабільний розвиток підприємств можливий лише за умови визначення чітких довгострокових цілей і розробки конкретних шляхів їх досягнення.

Одним із конкретних шляхів досягнення поставлених цілей харчовими підприємствами є необхідність реформування економічних стосунків підприємств виробляючих сировину і підприємств пов'язаних з її переробкою.

Формування ринкових відносин в агропромисловому комплексі привели до дизинтеграції економічних стосунків господарюючих суб'єктів. Саме порушення виробничо-господарських зв'язків стало причиною кризи, яка утворилася між виробниками сировинних ресурсів та їх переробниками.

Проведене дослідження партнерських стосунків між виробниками сировини та виробниками продуктів харчування показали, що ефективність їх роботи, їх економічна стабільність залежать від сформованих взаємин з сировинною базою.

Сьогодні, в умовах постійних змін у розвитку ринку сировини та існуючої необхідності формування цивілізованих правил гри на цьому ринку, виникає необхідність в постійному аналізі тенденцій ринку сировини, прогнозі його розвитку і рішенні проблем пов'язаних із забезпеченням підприємств харчової промисловості високоякісною сировиною в необхідному обсязі. Найбільш проблемним сировинним ресурсом сьогодення є сировина для виробництва м'ясо-молочної продукції до якої відноситься продукція тваринництва. Негативна динаміка змін яка має місце в поголів'ї ВРХ, корів, свиней відображаються на динаміці обсягів та якості виробленої м'ясо-молочної продукції.

Рішення проблеми може бути знайдено у створенні великотоварних колективних господарств, що здатні налагодити випуск конкурентоспроможної сільськогосподарської сировини.

У даний час всі ланки виробництва продукції від виробництва сировини до реалізації готової продукції функціонують у режимі організаційного відокремлення і кожний суб'єкт керується своїми господарськими інтересами. Побудувати єдину економічну політику можна тільки на базі спільних економічних інтересів. Одним із шляхів у вирішенні цього питання є інтеграція між виробниками сировини і м'яса та молокопереробними підприємствами. Крім того, необхідним напрямком є взаємний обмін результатами праці між промисловістю і сільським господарством, так як без цього неможливий процес відтворення цих двох галузей економіки.

Література

1. Дмитренко О. М. Роль стратегічного планування в діяльності сільськогосподарських підприємств // Економіка АПК № 1, 2009, - с.43-50.
2. Левчук Н. И. Состояние и проблемы развития рынка мясной продукции в Украине // Мясное дело. – 2007. – № 3. – С. 38-41.
3. Фаїзов А. В. Проблеми та перспективи розвитку сировинної бази переробних підприємств оліє жирowego комплексу / А. В. Фаїзов // Вісник соціально-економічних досліджень. – № 36. – 2010. – С. 182-186.

ДЕЛОВЫЕ КУЛЬТУРЫ В КОНТЕКСТЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Чтобы преуспеть сегодня в стремительно меняющейся реальности, всем субъектам хозяйствования необходимо не только предъявлять на рынке высокотехнологичные товары и услуги, но и выстраивать отношения доверия со всеми его участниками, как «внешними» – местными сообществами и ассоциациями граждан, потребителями, инвесторами, акционерами и поставщиками, так и «внутренними», каковыми являются наемный персонал и менеджмент. Все большего внимания требуют и группы, которые оказываются таковыми участниками поневоле из-за того ущерба, который им наносит или может нанести деловая активность предприятия.

В этих условиях стратегия развития предприятия все более предстает как обеспечение взаимодействия с обществом в целях обеспечения собственного устойчивого и эффективного хозяйствования. Именно в зависимости от этого взаимодействия идет формирование хозяйственными субъектами собственной репутации как ответственных «корпоративных граждан». Это тем более так, что давление со стороны общественного мнения все более испытывают те субъекты, которые то и дело сокращают сферу собственных социальных обязательств.

Перераспределение ответственности за развитие социальной среды стимулирует активный поиск каналов и форм взаимодействия между предприятиями, властью и социальными группами интересов. В качестве возможной формы взаимодействия обнаруживается смысл обратиться к исследованию и использованию деловых культур в контексте стратегии развития предприятия.

Несмотря на растущий объем научной литературы относительно межкультурного взаимодействия, в экспертном и деловом сообществе пока еще не сложились четкие и общепризнанные критерии оценки данной тематики. Такая неясность в некоторой степени объясняется отсутствием единых параметров собственно деловых культур, а также различиями в понимании социально-культурной роли корпоративного сектора. В настоящее время все еще очевидна потребность в концептуализации самого понятия для нужд рыночной экономики.

В самом общем плане деловые культуры в бизнесе можно определить как модель общественного поведения предприятия или компании, нацеленного на взаимодействие с другими формальными и неформальными социальными институтами и формирование собственной репутации как ответственного «корпоративного гражданина» общественного развития.

Практики использования деловых культур иногда объединяют в понятия «предпринимательская этика», «экономическая этика», «кросс-культурные коммуникации», «бизнес-администрирование» и т.п. Но каждое из них

определяет, как производство товаров и услуг на предприятии и организация его внутреннего управления соотносятся с интересами, выходящими за рамки исключительно повышения прибыли. Речь идет о проведении в жизнь социально ответственных инициатив, как непосредственно в сфере экономической деятельности, так и в природоохранной и социальной сферах.

Для осмысления модели общественного взаимодействия с использованием деловых культур возможно использовать синтез ценностно-ориентированного, акторного и институционального подходов. Первый позволит ответить на вопрос о мотивации корпоративного поведения, выходящего за рамки получения экономических дивидендов. Второй позволит выявить приоритеты участников производства, в том числе зарубежных, и механизмы взаимодействия между ними. А третий – институциональный – даст возможность определить само предприятие как институт современного социума и позиционирует его в системе общественных институтов.

В целом же в центре исследования возможностей использования деловых культур в контексте стратегии развития предприятия неминуемо окажутся вопросы: во-первых - о критериях оценки экономической эффективности нематериальных факторов предпринимательской деятельности; во-вторых - о способах поддержания собственного имиджа и репутации компании в условиях нарастающего недовольства последствиями глобализации; и, в-третьих, о совершенствовании форм межкультурного взаимодействия в качестве факторов достижения конкурентоспособности и важнейшей предпосылки устойчивости и предсказуемости экономического развития в будущем.

Потенциальными сферами отдачи использования деловых культур в деятельности предприятия можно считать такие прогнозируемые для повышения конкурентоспособности и укрепления его имиджа эффекты, как формирование репутации; результативная работа с персоналом при найме (возможность привлекать лучших специалистов на рынке) и поддержание трудовой мотивации (обеспечение роста производительности труда); эффективный менеджмент; обеспечение рекламы выпускаемых товаров и услуг; положительное позиционирование на рынке; облегчение каналов доступа к капиталу; расширение возможностей обучения и внедрения инновационных практик; возможность преодоления социальных, политических и иных нефинансовых рисков.

Таким образом, реализация деловых культур как модели взаимодействия субъектов хозяйствования не должна исчерпываться этически выверенными проявлениями их деятельности. Использование деловых культур в контексте стратегии развития предприятия – это вопрос совершенствования рыночных стратегий его развития, отношений с потребителями, клиентами, инвесторами, партнерами. Это бизнес, для представителей которого очевидно, что забота исключительно о получении прибыли не может обеспечить успех в долгосрочной перспективе.

ОСОБЛИВОСТІ МАЙНОВОГО ПІДХОДУ ПРИ ОЦІНЮВАННІ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Результатом майнового підходу виступає вартість чистих активів цілісного майнового комплексу – сукупна вартість активів, яка отримана в результаті оцінки об'єкту зменшену на суму зобов'язань. Активи – це ресурси, які контролюються підприємством, отримані в результаті певних дій в минулому та використання яких, приведе до зростання економічної вигоди в майбутньому.

Вартість чистих активів цілісного майнового комплексу визначається:

$$B_{\text{чд}} = (H + O + M) - (B + Д + П), \quad (1)$$

де Н – вартість необоротних активів;
О – вартість оборотних активів;
М – вартість витрат майбутніх періодів;
В – вартість забезпечення майбутніх витрат та платежів;
Д – вартість довгострокових зобов'язань;
П – вартість поточних зобов'язань.

В випадку відсутності в складі цілісного майнового комплексу оборотних активів та зобов'язань, його вартість дорівнює поточної вартості необоротних активів – нерухомого та рухомого майна, які входять до складу цілісного майнового комплексу.

В основу оцінки основних засобів покладені загальновідомі методичні підходи: витратний, доходний та порівняльний.

Витратний підхід базується на врахуванні принципів корисності та заміщення.

Принцип корисності полягає в тому, що будь-яке майно має вартість тільки при умові корисності його для потенційного власника та користувача.

Принцип заміщення передбачає, що покупці на ринку за придбання майна не заплатять суму, яка перевищує мінімальну вартість майна такої же корисності на ринку.

Витратний підхід передбачає визначення поточної вартості витрат на відтворення чи зміщення об'єкту оцінки з майбутньою корекцією їх на суму зносу (обізнання). Основними методами витратного підходу є метод прямого відтворення та метод заміщення.

Метод прямого відтворення полягає в визначенні вартості відтворення з наступним відрахуванням суми зносу (обізнання).

Метод заміщення полягає в визначенні вартості заміщення з наступним вирахуванням суми зносу (обізнання).

Завдяки методам прямого відтворення та заміщення визначається остаточна вартість заміщення (відтворення), формула розрахунку якої має наступний вигляд:

$$B_{ОВЗ} = B_v - I_{нак}, \quad (2)$$

де B_v – вартість заміщення (відтворення) об'єкту;

$I_{нак}$ – накопичений знос об'єкту.

Доходний підхід базується на врахуванні принципів найбільш ефективного використання та очікування, відповідно до яких вартість об'єкту оцінки визначається як поточна вартість доходів, які очікуються від найбільш ефективного використання об'єкту оцінки. Основними методами доходного підходу є пряма капіталізація доходу та непряма капіталізація доходу (дисконтування грошових потоків).

Порівняльний підхід заснований на врахуванні принципів заміщення, попиту та пропозиції. Порівняльний підхід передбачає аналіз цін продажу та пропозиції аналогічного майна з відповідним корегуванням відмінностей між об'єктами порівняння та об'єкту оцінки. В загальному вигляді модель розрахунку ринкової вартості об'єкту що оцінюється, порівняльним підходом має наступний вигляд:

$$B_p = C_i + (-)K_i, \quad (3)$$

де C_i – ціна продажу i -го об'єкту порівняння;

K_i – величина коректування ціни продажу i -го об'єкту порівняння.

Можливість та доцільність застосування того чи іншого підходу зумовлено, як правило, метою та функцією оцінки, а також рядом якісних характеристик об'єкту оцінки, основними із яких є:

1. Функціональне використання майна;
2. Спеціалізація активів.
3. Термін корисного використання (експлуатації).

Література

1. Постанова Кабінету міністрів України № 1655 від 29 листопада 2006 р. «Про затвердження Національного стандарту № 3 "Оцінка цілісних майнових комплексів"».

2. Бачевський Б. Є., Заблудська І. В., Решетняк О. О. Потенціал і розвиток підприємства. Навч. пос. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 400 с.

3. Федонін О. С., Рєпіна І. М., Олексюк О. І. Потенціал підприємства: формування та оцінка: Навч.-метод. посібник. – К. : КНЕУ, 2005. – 261 с.

НОВА ПАРАДИГМА СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ БІЗНЕСОМ

Сучасні умови економічного розвитку вимагають від стратегічного управління бізнесом вирішення принципово нових, складних, іноді взаємовиключних завдань. Для підтримки рівня власної конкурентоспроможності багатьом компаніям та їх керівникам доводиться переосмислювати основні поняття стратегії. Перед вітчизняними підприємствами постає актуальна проблема поєднання довгострокових стратегічних намірів з об'єктивною необхідністю використання короткострокового планування, викликаною інтелектуалізацією факторів виробництва.

Суспільство вступає в нову еру знань, яка змінює традиційні засади стратегічного управління. Слово "знання" в даному контексті означає інтелектуальний капітал, який в умовах сьогодення виступає чи не найважливішим стратегічним чинником. Це інтегрована здатність до створення інновацій та прийняття ефективних рішень з урахуванням ризику та невизначеності.

Саме інновації, породжувані знаннями, складають основу глобальної економіки, визначають її динаміку та глибинні проблеми. Мова йде про інновації трьох типів:

- 1) інновації технологічні;
- 2) інновації маркетингові;
- 3) інновації фінансові.

Нова парадигма стратегічного управління бізнесом має поєднати такі компоненти:

- стратегічні наміри власника;
- виклик управлінської команди;
- широке коло можливостей розвитку підприємства.

Стратегічні наміри – бажаний стан підприємства у довгостроковій перспективі, що впливає з місії та забезпечується корпоративними цінностями персоналу, з метою встановлення стратегічних можливостей і етапів розвитку компанії в майбутньому з мінімальними ризиками її функціонування в зовнішньому та внутрішньому середовищі. Стратегічні наміри створюють спадкоємність між окремими короткостроковими планами та діями, але одночасно залишають "прогалину" для імплементації нових підходів до вирішення традиційних проблем.

В випадках, в яких традиційний погляд на стратегію орієнтує керівників підприємства на дотримання пропорції між наявними ресурсами та поточними завданнями, стратегічні наміри роблять головний акцент на повну невідповідність ресурсів та амбіцій

Виклик управлінської команди характеризується системою цілей підприємства, яку ця команда формує для себе за критично важливими для власника і для компанії показниками.

Нарешті, третій компонент – це можливості, які в сучасному динамічному світі відкриваються надзвичайно швидко, але настільки ж швидко перехоплюються конкурентами.

Домінанта стратегічної орієнтації постійно зміщується в бік так званої «компанії можливостей». Це означає, що керівництво підприємства повинно постійно здійснювати моніторинг зовнішнього середовища, аналізувати поточні загрози та можливості й використовувати їх, конвертуючи в прибуток для власника. Така компанія планує поточний час, а не гіпотетичне майбутнє. Вона орієнтована на гнучку реакцію й адаптивність та надає перевагу тактичному управлінню на противагу стратегічному. "Компанії можливостей" мають чітку стратегічну орієнтацію на короткий проміжок часу, наприклад, на квартал. По суті, це орієнтація до першої можливості: виявити можливість, скористатися нею (здійснити бізнес-операцію), потім виявити іншу і швидко перебудувати маркетинг, бізнес-процеси, при необхідності – ресурсну базу для того, щоб цією новою можливістю знову скористатися.

Для досягнення успіху в імплементації нової парадигми стратегічного управління, перш за все, компанії повинні вдатися до моделювання процесу створення цінності. Саме моделювання дозволяє знайти основні фокуси розвитку бізнесу і підвищення його вартості. На наш погляд, доволі прийнятною є модель "чотирьох скриньок" (Four Boxes Model), яка поєднує чотири основних компоненти.

Перша компонента цієї моделі – створення цінності для споживача. Компанія повинна чітко уявляти собі проблеми клієнтів, які вирішуються в недостатній мірі, та вирішувати ці проблеми, акцентуючи увагу на спосіб продажу товарів та послуг клієнтам. Друга компонента – створення цінності для бізнесу, по суті – для власника. До неї входить модель формування доходу (ціна і обсяги продажів продуктів і послуг), структура витрат, забезпечення необхідної прибутковості продажів, а також забезпечення необхідної швидкості обігу активів. Третя і четверта компоненти нерозривно пов'язані між собою. Ключові ресурси для створення вартості для споживачів включають в себе, перш за все, людський капітал компанії (в еру знань цей ресурс набуває все більшої значущості), технології, обладнання, інформацію, канали розподілу, партнерства та стратегічні альянси, фінансові ресурси та бренд. Замикають ланцюг бізнес-моделі процеси, які включають в себе не тільки цикл виробництва і продажів, але і бізнес-правила, і норми поведінки та ключові показники ефективності.

Отже, сучасним підприємствам необхідно перебудовувати систему стратегічного управління, застосовуючи вищезазначені підходи для ефективного вирішення проблеми вдосконалення технології досягнення стратегічних намірів в умовах невизначеності та інтелектуалізації факторів виробництва.

TRUST AS A SOCIAL AND ECONOMIC VALUE

The purpose of this article is to show the importance of trust in social and economic area. Trust is one of the main links between people and institutions in society. Most people probably do not realize the impact it has on their decisions [1, p. 9-14].

"Trust towards an object is knowledge or belief that his actions, the future state or property will be consistent with our wishes." People who believe others do not feel the need to lie, also expect such a reaction from the other, and believe that no one will hurt them. With this attitude, trust becomes a kind of key to a efficient and positive existence in society and the ability to maintain good relationships [2, p.16]. A study of Edelman Trust Barometer for 2011 and 2012 year shows the public confidence to the institutions is low. The most trusted are non-governmental organizations, much less the media and businesses. The worst is estimated honest of government. It is worth noting that in the last year trust drastically decreases (Table 1).

Table 1

Global trust in institutions (%)

Institutions	2011	2012	Change
NGOs	59	54	- 5
Media	46	47	+ 1
Business	53	47	- 6
Government	49	38	- 11

Source: Own study based on: 2012 Edelman Trust Barometer. Global results, <http://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2012-edelman-trust-barometer-global-deck>, 05/09/2012. Another element research of the Edelman Trust Barometer is the area of trust to definite industries (Table 2).

Table 2

Global trust in industries (%)

industries	2011	2012	Change
Technology	80	79	- 1
Automotive	67	66	- 1
Food and beverage	64	64	0
Consumer packaged goods	57	62	+ 5
Telecommunications	67	60	- 3
Brewing and spirits	57	59	+ 2
Pharmaceuticals	61	56	- 5
Energy	60	53	- 7
Media	52	51	- 1
Banks	50	47	- 3
Financial services	48	45	- 3

Every year, the greatest trust has the technology sector, the smallest banking and financial services. Most of the industry is characterized by a decrease of trust, the largest energy and pharmaceuticals.

Source: Own study based on: 2012Edelman Trust Barometer. Global results, <http://www.slideshare.net/EdelmanInsights/2012-edelman-trust-barometer-global-deck>, 05/09/2012.

The results are proof of how difficult it is to overcome the current crisis. People do not trust institutions, nor business partners. The most important information is that confidence indicators in recent times are clearly falling down.

References

1. Munns A. K. Potential influence of trust on the successful completion of a project. *International Journal of Project Management*, 1995. – Tom 13. – No 1, Buckinghamshire. – pp. 9-14.

2. Covey S. M. R. Inspire trust. Rediscover and rebuild it. *Leadership Excellence*, 2008. – No 11. – p. 16.

Piotr Bórawski,

PhD

University of Warmia and Mazury (Poland)

James W. Dunn

PhD

Pennsylvania State University (USA)

DEVELOPMENT OF ENTERPRISES IN RURAL AREAS AS A SOURCE OF ALTERNATIVE INCOME OF FARMS IN POLAND

Rural areas in Poland and other countries of Europe and world face many problems of development. The most important can be described as high unemployment, low productivity of traditional branches of agriculture and bad standard of living of people in rural areas in comparison to urban areas. One of possible way of improving the difficult situation of rural inhabitants is looking for alternative incomes. They include mainly nonagricultural activity, agriturism and other activities. We focused mainly on enterprises run by farmers as we consider this activity as the most important source of alternative income. In 2007 nearly 4,5 % of farms in Poland ran nonagricultural activity. It included; service using own machinery, agriturism, agricultural products processing, wood processing, handicraft, plant culture and animal breeding in water and other. The research covered 1598 enterprises located in the following provinces of Poland: Warmińsko-Mazurskie, Podlaskie, Pomorskie, Zachodnio-Pomorskie, Lubuskie, Mazowieckie, Lubelskie and Łódzkie. The owners of 1194 non-agricultural inhabitants of rural areas enterprises, while the remaining 404 business entities were run by farmers. The research was carried out in 2008, and the main interviewers were the ODR (Agricultural Advisory Centre) employees. The subject of the research included the

problems of enterprises development, chances and threats. We asked the entrepreneurs about possible ways of improvement their situation and sources of finance necessary in their firms' development.

Зинченко Н.В.

к.е.н., доцент

Луганський аграрний національний університет (Україна)

ПРОЦЕС РОЗРОБКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВ АПК

У сучасний період велике значення мають активні дії підприємств агропромислового комплексу по залученню інвестицій у розвиток усього сільськогосподарського виробництва.

Основними важелями залучення інвестицій у підприємства аграрного сектора є:

- відповідальність держави, як гаранта стабільності інвестиційного клімату [1, с.150];
- розробка програм залучення інвестицій і вибір оптимальних проектів;
- розробка системи координації та контролю за інвестиціями, що залучаються;
- вдосконалення законодавчої системи залучення інвестицій.

Інвестиційна стратегія є ефективним інструментом перспективного управління інвестиційною діяльністю підприємств АПК.

Тому для подальшого розвитку підприємств агропромислового комплексу слід визначити систему довгострокових цілей інвестиційної діяльності, які визначаються загальними задачами їх подальшого розвитку, а також вибір найбільш ефективних шляхів їх досягнення.

Процес розробки інвестиційної стратегії є найважливішою складовою частиною загальної системи стратегічного вибору підприємства [2, с.41] і включає:

- постановку цілей і форм інвестування;
- вироблення інвестиційної політики за найбільш важливими аспектами інвестиційної діяльності;
- оптимізацію структури формованих інвестиційних ресурсів і їх розподіл;
- підтримку взаємин із зовнішнім інвестиційним середовищем.

Необхідність розробки інвестиційної стратегії підприємств АПК визначається змінами умов зовнішнього та внутрішнього середовища.

Ефективне управління інвестиціями можливо за наявності інвестиційної стратегії, адаптованої до можливих змін чинників зовнішнього інвестиційного середовища, оскільки інвестиційні вирішення окремих підрозділів конкретного підприємства агропромислового комплексу можуть суперечити один одному і це знижуватиме ефективність інвестиційної діяльності всього підприємства.

Зміна чинників внутрішнього середовища підприємства пов'язана із змінами цілей його операційної діяльності. На цей час багато підприємств агропромислового комплексу відкривають нові комерційні можливості. У цьому випадку розроблена інвестиційна стратегія забезпечує прогнозований характер зростання інвестиційної активності підприємства і диверсифікації його інвестиційної діяльності.

Виходячи з вище сказаного можна зробити висновок про те, що у сучасних умовах господарювання інвестиційна стратегія стає одним із визначальних чинників успішного і ефективного розвитку підприємств агропромислового комплексу.

Така розроблена інвестиційна стратегія дозволить вирішити поставлені цілі і виробити інвестиційну політику виходячи із важливих аспектів інвестиційної діяльності, а саме:

- дозволить оцінити інвестиційні можливості підприємств АПК;
- дозволить максимально використовувати інвестиційний потенціал і активно маневрувати інвестиційними ресурсами;
- можливість швидкої реалізації нових перспективних інвестиційних можливостей, які завжди виникають у процесі зміни чинників зовнішнього ринкового інвестиційного середовища;
- дозволить прогнозувати можливі варіанти розвитку зовнішнього інвестиційного середовища та зменшити вплив негативних чинників на діяльність підприємства;
- відображає переваги підприємств у конкурентному оточенні;
- забезпечується взаємозв'язок стратегічного, тактичного і оперативного управління інвестиційною діяльністю підприємств;
- визначає відповідну політику інвестиційної діяльності у рамках реалізації найбільш важливих стратегічних інвестиційних рішень.

Таким чином, інвестиційна стратегія є ефективним інструментом перспективного управління інвестиційною діяльністю підприємств АПК і є концепцією їх розвитку, а також є однією із базисних передумов стратегічних змін загальної організаційної структури управління підприємствами АПК.

Література

1. Гончаров В. Н. Формирование финансовых ресурсов в аграрных предприятиях: монография / В. Н. Гончаров, А. В. Ландик. – Донецк : СПД, Куприянов В.С., 2009. – 224 с.
2. Лахметкина Н. И. Инвестиционная стратегия предприятия: Учебное пособие / Н. И. Лахметкина. – М. : КНОРУС, 2006. – 184 с.

СИСТЕМА ЗБАЛАНСОВАНИХ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Ключ до підтримки прибутковості підприємств – це продуктивність робочої сили, людський капітал. В умовах економіки, заснованої на знаннях, стає неможливим заперечувати, що саме люди – джерело прибутку. Будь-яке майно підприємства, окрім людей, бездіяльно, є пасивними ресурсами, що вимагають втручання людини для виробництва вартості.

Стратегічне планування – одна з функцій стратегічного управління, яка забезпечує створення і підтримку стратегічної відповідності цілей підприємства його потенційним можливостям і наявним ресурсам. Воно забезпечує основу для всіх управлінських рішень. Стратегічне планування потерпає від дефіциту знань, орієнтується на майбутнє. Саме тому людський чинник стає важливішим елементом в системі стратегічного планування діяльності підприємства, яка забезпечує основу для управління персоналом підприємства [1].

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

Людські активи у системі стратегічного планування можна оцінити, створивши систему збалансованих показників. Необхідно виділити дві групи показників: фінансові і "людські" (табл.). У міру накопичення досвіду можна додати і інші, наприклад групи навчання чи зростання або групу присвячену показникам витрат [2].

Таблиця

Система збалансованих показників корпоративного людського капіталу на прикладі підприємств кондитерської галузі Донецької області

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

2009	0,91	-0,99	-59,72	5,28	10,56
2010	5,72	-0,96	-60,74	4,94	1,55
ПрАТ «А.В.К.»					
2008	-245,82	-54,28	-3058,18	11,97	0,35
2009	77,48	-104,43	-3620,60	11,39	10,95
2010	8,79	-90,79	-3673,52	3,04	4,17
ЗАТ «Баренс шоколад»					
2008	0,01	-11,92	-357,22	6,29	2,58
2009	0,00	-24,08	-233,10	83,46	1,50
2010	0,00	0,00	0,00	321,21	0,00
ТОВ «Дружківська харчосмакова фабрика»					
2008	9,49	-8,16	-147,14	199,11	1,79
2009	1,59	-8,53	-156,44	32,63	1,47
2010	3,16	-10,32	-250,28	6,18	0,00

Як свідчать дані табл., підприємства кондитерської галузі Донецької області неефективно використовують потенціал людського капіталу. Інвестуючи кошти у розвиток персоналу жодне підприємство не отримало прибутку від цих дій. Однак, слід відмітити скорочення значення показника плинності кадрів, що говорить про можливе покращення умов праці і розвиток корпоративної культури.

Кількісна складова потрібна як постійна опора, щоб мати можливість посилаючись на об'єктивні дані. Але суб'єктивна сторона теж важлива: якісні заходи – наприклад, задоволення співробітників, їх відданість підприємству, обов'язковість і корпоративна культура – урівноважують просто цифри. Робочу силу треба диференціювати за рівнями, функціями, професійними групами або географічно. Це дозволить щокварталу отримувати сигнали з різних сегментів. Для того, щоб збільшити ефективність людського капіталу необхідно впроваджувати у свою діяльність різноманітні заходи, спрямовані на підвищення мотивації, координацію та підтримку персоналу підприємства.

Таким чином, основною метою управління людським капіталом у системі корпоративного стратегічного планування є попереджуваче забезпечення цього бізнес-процесу необхідними людськими ресурсами (відповідними кількісними і якісними показниками), а також приведення у відповідність з вимогами бізнес-процесу процедур пошуку, відбору, адаптації, навчання, мотивації персоналу з метою його ефективного використання, як у процесі стратегічного планування, так і у господарчій діяльності всього підприємства.

Література

1. Мінцберг Г. Зліт і падіння стратегічного планування / Пер. з англ. К. Сисоєва. – К. : Видавництво Олексія Капусти, 2008. – 412 с.
2. Фитц-енц Як Рентабельность инвестиций в персонал: измерение экономической ценности персонала / Як Фитц-енц; пер. с англ.: [Меньшикова М. С., Леонова Ю. П.]; под общ. ред. В. И. Ярных. – М. : Вершина, 2006. – 320 с.

СЛУЖБА ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Загострення конкурентної боротьби, поширення промислового шпигунства, наявність великої кількості внутрішніх і зовнішніх загроз змушує більшість підприємств створювати у своєму складі спеціальний підрозділ – службу економічної безпеки.

Служба економічної безпеки підприємства - самостійний структурний підрозділ, метою функціонування якого є забезпечення захисту життєво важливих інтересів фірми в умовах комерційного та підприємницького ризику, конкурентної боротьби.

Завдання, функції та склад такої служби залежать від розміру, напрямку діяльності та фінансових можливостей. Однак можна простежити деякі загальні особливості, характерні для діяльності служби економічної безпеки підприємств.

Основними завданнями такої служби є: - розробка та реалізація профілактичних заходів щодо захисту фінансових й інших операцій; - організація спеціального діловодства, що виключає несанкціоноване одержання відомостей, що є комерційною таємницею; - організація роботи із правового, організаційного й інженерно-технічного захисту комерційної таємниці; - проведення інструктажу та навчання працівників компанії правилам роботи з конфіденційною інформацією; - отримання, обробка, зберігання й аналіз офіційної та конфіденційної інформації відносно контрагентів і ділових інтересів компанії, з метою попередження угод з несумлінними контрагентами; - організація та проведення заходів щодо забезпечення безпеки персоналу компанії, основних фондів і фінансових активів в умовах повсякденної діяльності та в екстремальних ситуаціях; - забезпечення режиму безпеки при проведенні всіх видів діяльності, включаючи різні зустрічі, переговори, наради, пов'язані з діловим співробітництвом; - проведення єдиної технічної політики в питаннях охорони; - контроль виконання вимог підрозділами компанії з питань, що входять у компетенцію служби; - організація взаємодії зі спеціалізованою охоронною фірмою, Управлінням внутрішніх справ.

Принципами роботи служби безпеки є: - конспіративність; - переважно превентивний, а не реактивний підхід до роботи; - економічна доцільність; - інтегрованість у загальні завдання підприємства; - системність; - професіоналізм [1, с.345-346].

Служба безпеки фірми виконує наступні загальні функції: - організує та забезпечує пропускний і внутрішньооб'єктовий режим у будинках і приміщеннях, порядок несення служби охорони, контролює дотримання вимог режиму співробітниками, суміжниками, партнерами та відвідувачами; - управляє роботами по правовому й організаційному регулюванню відносин по захисту комерційної таємниці; - бере участь у розробці основних документів з

метою закріплення в них вимог забезпечення безпеки та захисту комерційної таємниці; - розробляє та здійснює разом з іншими підрозділами заходи щодо забезпечення роботи з документами, які містять відомості, що є комерційною таємницею; - вивчає всі сторони виробничої, комерційної, фінансової й іншої діяльності для виявлення та закриття можливих каналів витоку конфіденційної інформації, веде облік й аналіз порушень режиму безпеки, накопичує й аналізує дані про злочинні устремління конкурентів й інших організацій відносно діяльності фірми та її клієнтів, партнерів, суміжників; - організує та проводить службові розслідування по фактах розголошення відомостей, втрат документів й інших порушень безпеки підприємства; - розробляє, веде, обновляє та поповнює перелік відомостей, що становлять комерційну таємницю, і інші нормативні акти, що регламентують порядок забезпечення безпеки та захисту інформації; - забезпечує строге виконання нормативних документів по захисту комерційної таємниці; - здійснює керівництво службами та підрозділами безпеки підвідомчих підприємств, організацій, установ у частині обговорених у договорах умов по захисту комерційної таємниці та ін. [2, с.321-323].

Структура, чисельність і склад служби економічної безпеки визначається виключно функціональною доцільністю та прагненням максимально відповідати завданням, що вирішуються.

Практика свідчить, що для переважної більшості підприємств України усередненим оптимальним варіантом є структура, що включає: - відділ внутрішньої контррозвідки (що відповідає також за режим і курирує фізичну охорону); - відділ зовнішньої контррозвідки; - відділ розвідки; - інформаційно-аналітичний відділ; - адміністративно-господарський відділ; - секретаріат (штаб) [1, с.343].

Також можливий і наступний варіант, коли у склад служби безпеки фірми входять: відділ охорони; відділ режиму; відділ кадрів; відділ спеціального документообігу (відділ документів із грифом «комерційна таємниця»); відділ контррозвідки й інформаційно-аналітичної діяльності [2, с.321-323].

Особлива роль приділяється відділам контррозвідки й інформаційно-аналітичної діяльності.

Треба розуміти, що назва «відділ» є досить умовною, оскільки практично в складі служби економічної безпеки можуть працювати лише два-три співробітники, які курирують ті або інші напрямки роботи.

Співвідношення відділів, окремі напрямки, конкретні завдання та методи роботи повністю визначаються специфікою підприємства, однак функціональна спрямованість служби економічної безпеки повинна зберігатися.

Література

1. Сумець Л. М., Тумар М. Б. Стратегії сучасного підприємства та його економічна безпека : Навч. посіб. – К. : «Хай-Тек Прес», 2008. – 400 с.
2. Соснин А. С., Прыгунов П. Я. Менеджмент безопасности предпринимательства : Учеб. пособие. – К. : Изд-во Европ. ун-та, 2004. – 357.

ПОТЕНЦІАЛ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ЙОГО ФУНКЦІОНАЛЬНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Управління підприємством потребує наявності інструментів, за допомогою яких можливо аналізувати та формувати можливості підприємства. В економічній науці комплекс таких засобів втілюється у концепцію потенціалу підприємства.

Концепція потенціалу підприємства широко відображена в економічній літературі. Однак відсутній цілісний погляд у зазначеному питанні. На практиці існує низка теоретико-методичних підходів до визначення та оцінювання потенціалу підприємства без наявності чітких критеріїв доцільності вибору того чи іншого підходу.

Загалом можна виділити два підходи походження потенціалу підприємства: ресурсний і компетентнісний.

Згідно першого підходу потенціал визначається як сукупність ресурсів, призначених для досягнення певної мети діяльності підприємства.

Незалежно від ракурсу розгляду поняття «ресурси» (вузьке чи широке трактування), весь перелік ресурсів не можна віднести до відносно інваріантних чинників поведінки підприємства, оскільки, наприклад, інформація втрачає споживчі властивості (актуальність) за один цикл виробництва (чи період планування), використання праці може характеризуватися високою плинністю кадрів тощо. Ситуативний характер визначення потенціалу підприємства за такого трактування нівелює цінність його використання як в теорії, так і на практиці. Крім того, варто розрізняти два окремих аспекти діяльності підприємства (чи іншого об'єкта буття): внутрішню здатність до певних дій і зовнішні можливості для їх реалізації.

Згідно другого підходу потенціал підприємства – це відображення певних здібностей, можливостей підприємства.

Розглянувши в загально філософському контексті цю проблему, ми сформуваємо наступний логічний ланцюг. Основою ідентифікації будь-якого об'єкта виступає якість об'єкта як сукупність сутнісних ознак, які дозволяють визначати об'єкт та розрізняти його з поміж інших. Якість – комплексна інтегральна ознака, яка складається з властивостей як певних сторін прояву якості. Індивідуальний прояв цих властивостей, необхідних об'єкту для виконання певних дій, називається здібністю. Саме в площині формування цих здібностей постає задача визначення змісту поняття «потенціал» (чи «потенціал підприємства»).

Окрім розмежування внутрішньої спроможності та зовнішніх можливостей при визначенні змісту потенціалу необхідно торкнутися співвідношення понять «можливість (ймовірність)» і «дійсність». На нашу думку, розбіжності в поглядах науковців на взаємозв'язок цих філософських

категорій пов'язані з їх позицією відносно детермінованості буття.

Враховуючи відсутність ізольованості функціонування об'єктів буття, що означає їх взаємозалежність, вважаємо характер функціонування буття закономірно-ситуаційним, тим самим притримуючись позиції часткової детермінованості. При цьому ситуаційність обумовлює те, що існує варіація можливостей, при втіленні однієї з яких (випадковість змін), інші можливості можуть зберігатися чи перетворюватися у неможливість. А закономірність означає, що розкид варіативності можливостей обмежений цільовим призначенням об'єкту – конкретного фрагменту дійсності (зумовленість змін як необхідність). Тому розглядаючи потенціал як універсальну категорію пропонуємо його наступне визначення, в якому намагаємося поєднати два ключових значення «сила» (міць) і «здібність»: *потенціал об'єкта – це параметр об'єкта, що відображає його максимальну спроможність до певних дій, обумовлену цільовим (функціональним) призначенням і принциповою побудовою.*

На рис. зображена принципова схема реалізації потенціалу об'єктом як виконання певної роботи при переході з поточного стану у майбутній за умови незмінності потенціалу. Характеристика поточного стану об'єкта відповідає неповному використанню його потенціалу. Вектор дій, тренд, виступає проявом впливу закономірних чинників функціонування. Ситуаційність при цьому визначає специфіку (як співвідносяться категорії «зміст» і «форма») та повноту (кількісне відхилення) реалізації потенціалу та проявляється у варіативності можливостей з використання потенціалу.

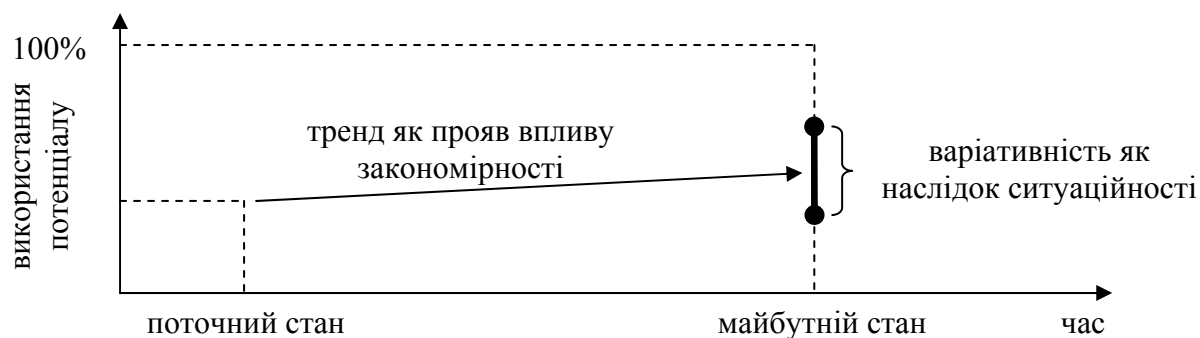


Рис. Принципова схема реалізації потенціалу об'єктом

Розглядаючи підприємство як соціально-економічний суб'єкт господарювання, враховуючи його дві головні функції у національному господарстві – задоволення суспільних потреб шляхом виробництва певної продукції і забезпечення доходами населення (джерелом їх існування) шляхом створення робочих місць – під *потенціалом підприємства* нами розуміється *максимальна якісно-кількісна спроможність підприємства у створенні доданої вартості виробництва продукту, обумовлена його побудовою.*

РЕАЛІЗАЦІЯ ПРИНЦИПІВ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Сталий розвиток країни означає таке функціонування її народногосподарського комплексу, коли одночасно забезпечуються задоволення зростаючих матеріальних і духовних потреб населення, раціональне та екологічнобезпечне господарювання й високоефективне використання природних ресурсів, підтримання сприятливих для здоров'я людини природно-екологічних умов життєдіяльності, збереження, відтворення і примноження якості довкілля та природно-ресурсного потенціалу суспільного виробництва. Досліджуючи перспективи і проблеми довготривалого соціального еколого-безпечного розвитку Е. В.Гірусов та Г. В.Платонов [1, с.7] визначили шість аспектів терміну «сталий розвиток»: політико-правовий, економічний, екологічний, соціальний, міжнародний та інформативний [2, с.187].

Концепція стійкого розвитку базується на трьох основних принципах:

- забезпечення збалансованості економіки та екології;
- забезпечення збалансованості економічної та соціальної сфер у людському вимірі, що означає максимальне використання в інтересах населення тих ресурсів, які дає економічний розвиток;
- розв'язання задач, пов'язаних з розвитком не лише в інтересах сучасного покоління, але і всіх наступних поколінь, що мають рівні права на ресурси.

Характерними рисами або факторами сталого розвитку підприємства чи організації є: фінансова стабільність і позитивна динаміка у прибутковості; наявність замовників, клієнтів чи споживачів продукції або послуг, тобто джерела доходів підприємства; комфортність праці, компетентність, соціальна захищеність у забезпеченні персоналу – тобто фактори, які створюють конкурентні переваги в результативності праці персоналу; позитивний вплив результатів діяльності на суспільну свідомість з точки зору охорони навколишнього середовища і споживання енергетичних ресурсів; позитивна оцінка діяльності підприємства суспільством, персоналом і партнерами у бізнесі.

Перша група чинників, що забезпечуватимуть сталість розвитку, є зменшення та скасування політики експлуатації природних, трудових та інших ресурсів нашої держави розвиненішими країнами. Друга група чинників пов'язана з розвитком високотехнологічних виробництв. Аналіз проблем природокористування приводить до висновку, що головним вирішенням цих проблем є створення та широке впровадження безвідходних та маловідходних технологій. Третя група чинників, які сьогодні набувають особливої актуальності, є політичні, що відбивають позицію країни на міжнародній арені

та впливають на членство держави у різних економічних та політичних організаціях. Нормативне забезпечення гарантій та критеріїв збереження екологічної системи є четвертим чинником, що впливає на відновлення довкілля [3, с. 527].

Загалом сталий розвиток у часі з урахуванням основних параметрів можна представити формулою:

$$\frac{dF(L,K,N,I)}{dt} \geq 0 \quad (1)$$

де $F(L, K, N, I)$ – функція сталого розвитку; L – трудові ресурси; K – штучно створений (фізичний) капітал, засоби виробництва; N – природні ресурси; I – інституційний фактор.

Це співвідношення показує необхідність збереження і збільшення у часі деякого агрегатного виробничого потенціалу, який визначається, як правило, трьома видами капіталів. Природний капітал може зменшуватися доти, поки це зменшення може компенсуватися за рахунок збільшення застосування штучно створених засобів виробництва (заводи, технології), підвищення кваліфікації працівників тощо [4, с.111].

В умовах євроінтеграції дослідження проблем сталого розвитку, взаємозв'язку економічного розвитку і екологічної безпеки та пошук шляхів, які забезпечують сталий еколого-економічний розвиток підприємства стають найактуальнішими. При прагненні підприємства досягнути сталого розвитку важливе значення має система методів управління. Головна увага при цьому має бути приділена спрямованості господарського механізму, погодженню економічних і соціальних параметрів управління, досягненню їх ефективної взаємодії з організаційною структурою підприємства, задоволенню суспільних і особистих потреб в умовах ощадливого витрачання ресурсів.

Література

1. Гирусов Э. В. Мир в поисках концепции устойчивого развития / Э. В. Гирусов, Г. В. Платонов // Вестник Московского университета. – Серия 7. – Философия. – 1996. – № 1. – С. 3-14.
2. Деркач М. І. Концепт сталого розвитку як домінантна ідеологія людської цивілізації у ХХІ ст. / М. І. Деркач // Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Економіка. – 2009. – Випуск 3/1. – С. 185-191.
3. Федунь Ю. Б. Шляхи забезпечення сталого еколого економічного – розвитку України / Ю. Б. Федунь // Вісн. Нац. ун-ту “Львівська політехніка”. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – 2009. – № 657 – С. 525–529.
4. Хвесик М. А., Горбач Л. М. Концептуальні засади сталого розвитку в контексті глобалізації і регіоналізації / М. А. Хвесик, Л. М. Горбач. // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. Розділ II. Економіка України. – 2008. – № 7. – С. 107-113.

ПРОБЛЕМИ РОЗШИРЕННЯ ЄМНОСТІ АГРОПРОДОВОЛЬЧОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

При розробці методології прогнозування споживання основних видів продуктів харчування, як одного з основних параметрів ємності агропродовольчого ринку, в якості базового показника використовується усереднений рівень споживання основних продуктів харчування населенням. Проте у 2011 р. у сільській місцевості споживання м'яса та м'ясопродуктів у домогосподарствах знаходилося на рівні 43,2 кг на одну особу або 54 % раціональної норми, тоді як загалом по Україні (міським та сільським населенням разом) – 51,2 кг або 65 % раціональної норми [1; 2]. Аналогічною є ситуація по молоку та молокопродуктах, плодах і ягодах.

Беручи до уваги те, що обсяги виробництва основних видів тваринницької продукції, плодів та ягід у господарствах населення, за прогнозами, протягом найближчих п'яти років зростуть незначно (на 10-15 %), проблема їх споживання сільськими жителями не може бути розв'язана. Також існують об'єктивні обмежувачі нарощування споживання продовольства міським населенням. Це, передусім, негативний вплив на динаміку імпорту поступової девальвації гривні. Окрім того, можливе прискорене зростання споживання міськими жителями за рахунок дешевого імпорту, «активності» переробних підприємств не дозволить вирішити проблему, бо негативно позначиться на якості харчування.

Результати моделювання свідчать, що при збереженні існуючих тенденцій незначного зростання обсягів споживання основних видів продовольства раціональні норми харчування по молоку можуть бути досягнуті не раніше ніж через двадцять років, м'ясі та м'ясопродуктах, плодах і ягодах – дев'ять і т.д. Щодо сільського населення проблема залишається ще гострішою.

Адекватне прогнозування неможливе без розкриття ще одного зрізу проблеми споживання продуктів харчування в Україні – нерівномірного його розподілу серед різних верств населення. Внаслідок ринкових перетворень різко зріс ступінь диференціації доходів, який перевищує показники багатьох зарубіжних країн. Хоча рівень середньодушових грошових доходів у 2011 р. становив 1636,4 грн. на місяць, 63 % населення країни (61% домогосподарств) мали доходи, менші за цей рівень [2; 3]. Це не могло не відобразитись на обсягах їхнього споживання, у т.ч. і продовольства.

Якщо в середньому на одне домогосподарство грошові витрати на харчування становили 1497 грн., то в господарствах першої-п'ятої децильних груп вони були нижчими (перша – 1081 грн., друга – 1048 грн., третя – 1208 грн., четверта – 1281 грн., п'ята – 1404 грн.) [2]. Таким чином, норми споживання продуктів харчування 50-ти відсотками населення були меншими

за ті «усереднені», що відображені в офіційній статистиці. Причому по окремих видах продукції диференціація витрат на харчування ще разючіша.

Нижче раціональних норм у всіх децильних групах або майже усім населенням споживається молоко, риби та рибопродуктів; м'яса, плодів та ягід – у дев'яти децильних групах або 90 %-ми населення. Особливо катастрофічною є ситуація зі споживанням продуктів харчування в перших чотирьох децильних групах – за винятком хліба та хлібопродуктів, картоплі та олії, фактичні рівні споживання 40%-ів населення далекі від раціональних норм.

Виходячи зі стійких тенденцій диференціації грошових доходів населення, не передбачається, що в найближчому майбутньому відбудеться значний перерозподіл населення на користь верхніх децильних груп із високими рівнями доходів і, відповідно, витрат. До того ж нині найбільше соціальних пільг в Україні отримують саме багаті громадяни: 10 % найбідніших отримують 2 % усіх пільг, 10 % найбагатших – 22 %. З кожною наступною децильною групою зростає частка отриманих соціальних пільг (поряд із низькою їх адресністю). Відповідно, відбувається перерозподіл доходів «не на користь бідних, а на користь багатих». Таким чином, раціональні норми харчування найбіднішими верствами населення в Україні (передусім по тваринницькій продукції) взагалі можуть не бути забезпечені.

Крім того, фактично відсутні можливості перерозподілу витрат переважною більшістю домогосподарств на користь продуктів харчування. Загалом у структурі грошових витрат вітчизняних домогосподарств у 2011 р. 47,9 % припадало на продукти харчування. Причому ця цифра отримана за рахунок відносно низької частки витрат на харчування в найбагатших домогосподарствах, що відносяться до десятої (найвищої) децильної групи. У восьми децильних групах, що відображають 80 % українських домогосподарств, частка витрат на харчування буда вищою за вищенаведений усереднений рівень (у т.ч. перша децильна група – 55,7 %, восьма – 48,4 %) [2].

Отже, очевидною є необхідність створення умов для збільшення ринкового попиту на продукти харчування, який, у свою чергу, за допомогою ринкових механізмів, стимулюватиме зростання пропозиції аграрної продукції. Це свідчить про актуальність та доцільність запровадження системи заходів по збільшенню ємності внутрішнього агропродовольчого ринку (запровадження програм продовольчої допомоги населенню тощо).

Література

1. Баланси та споживання основних продуктів харчування населенням України: Статистичний збірник 2011 / За ред. Н. С. Власенко. – К. : Державна служба статистики України, 2012. – 54 с.
2. Витрати і ресурси домогосподарств України у 2011 році (за даними вибіркового обстеження умов життя домогосподарств України) : Стат. збірник. Частина I / Відп. за випуск І. Осипова. – К. : Держстат України, 2012. – 368 с.
3. Державна служба статистики України – офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.gov.ua>.

СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ ЯК ІНСТРУМЕНТ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах одним з важливих питань постає розвиток підприємства. Забезпечення, створення й підтримка розвитку підприємства, крім іншого, потребують використання певних способів, що робить актуальним питання їхнього вибору та розроблення організаційного супроводу використання таких способів.

Розвиток підприємства визначається як «незворотні, спрямовані, закономірні зміни матеріальних та ідеальних об'єктів». Аналіз поглядів на сутність поняття «розвиток» показує, що у них здебільшого акцентується на трьох взаємопов'язаних процесах: зміні, зростання та поліпшення [1].

Причинно-наслідкові зв'язки цих трьох процесів формують підприємство як господарюючий об'єкт з відповідною позицією на ринку. У свою чергу постійний моніторинг і аналіз може стати інструментом більш адекватного вибудовування стратегії розвитку підприємства. У цьому випадку, стратегічний аналіз – це не тільки розкладання явища на окремі складові, але і їх розуміння, осмислення під певним ракурсом.

Стратегічний аналіз необхідно починати з аналізу стратегічного потенціалу підприємства, на другому етапі проводиться PEST-аналіз макрооточення підприємства. Третім етапом повинен бути конкурентний галузевий аналіз з метою вивчення безпосереднього оточення. Заключним етапом аналізу буде побудова діаграми Ісікави і оцінка профілю середовища.

Стратегій у підприємства може бути безліч, але усі вони базуються на основних можливих шляхах розвитку, серед яких можна розрізнити прискорене зростання, зростання, стабілізацію та скорочення. Залежно від того, яку стратегію застосовує підприємство, ним обираються відповідні засоби маркетингу. Актуальним на перспективу є удосконалення методів визначення життєвого циклу підприємства та пропозиції, залежно від ситуації, найбільш ефективних стратегій та заходів. Більшості підприємств необхідна досить проста, але ефективна методика стратегічного аналізу, за якою можна достатньо точно оцінити зовнішнє оточення і внутрішнє середовище підприємства та скласти план розвитку на майбутнє. Методика стратегічного аналізу діяльності підприємства дає змогу своєчасно відслідковувати зміни зовнішнього оточення підприємства й оцінювати його стратегічний потенціал.

Література

1. Погорелов Ю. С. Організаційний супровід застосування способів розвитку підприємства [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Mimi/2011_2/4_7.pdf

ПРОБЛЕМИ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ВУГІЛЬНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Вугільна промисловість України поставляє свою продукцію для потреб електроенергетики (майже 38 % від загального обсягу поставок), коксохімії (22 %), населення (11 %), комунально-побутових (3 %) та інших споживачів (26 %).

Галузь є складним виробничо-технічним комплексом, що складається з кількох підгалузей. У її складі діють близько 250 шахт і 6 розрізів, близько 60 збагачувальних фабрик, 3 шахтобудівні комбінати, 17 заводів вугільного машинобудування, 19 державних холдингових компаній, 20 галузевих інститутів, гірничорятувальна служба, державна компанія "Укрвуглеструктуризація" по закриттю шахт і розрізів, державне підприємство "Луганськвуглебудреструктуризація", спеціалізовані об'єднання і виробництва з ремонту, налагодження й обслуговування ремонтно-шахтного устаткування, розв'язання екологічних проблем, геологічної розвідки, залізничного та автомобільного транспорту торгівлі, об'єкти соціальної сфери тощо

Геологічні запаси вугілля в Україні складають більше 120 млрд. т, що у перерахунку на нафту в півтора рази перевищує найбільші її запаси, розташовані на Близькому сході. За загальними оцінками, запаси вугілля в Україні складають навіть до 300 млрд. т, і, за оцінками західних експертів, їх вистачить країні на 400 років. Саме тому вугільний напрям розвитку теплової енергетики України у перспективі має бути основним. З урахуванням зменшення запасів нафти та газу вугілля у майбутньому може відігравати провідну роль в електроенергетиці і промисловості, а також, як замінювач нафти та природного газу, у

Реструктуризація вугільної галузі була почата відповідно до Указу Президента України № 116/96 від 07 лютого 1996 р. "Про структурну перебудову вугільної промисловості". Результатом реалізації вимог Указу було створення 32 державних холдингових компаній на базі 253 вугледобувних і вуглепереробних підприємств, що обслуговують їх, зі статусом державних відкритих акціонерних товариств - дочірніх підприємств холдингів.

Проте реформування галузі здійснюється незадовільними темпами. Існує кілька причин, що перешкоджають корпоратизації та приватизації підприємств вугільної промисловості. Головна з них полягає в тому, що такі підприємств не є привабливі для власника через свою збитковість. Застарілі техніка та технологія вугледобутку, зношений шахтний фонд, глибоке залягання шарів, їхня мала потужність, великий вміст сірки та золи обумовлюють високу собівартість видобутку вугілля і його неконкурентноздатність на ринку

Для якісного та ефективного розвитку вугільної галузі необхідно:

- забезпечити координацію та взаємозв'язок стратегій національної безпеки та енергетичної політики; усунення енергетичних загроз національній безпеці визначити як пріоритетні напрями енергетичної політики;
- розробити науково обґрунтовану методику визначення стійкості вуглевидобувних виробничих систем на національному та регіональному рівнях, яка має визначати систему критеріїв оцінки процесів виходу з кризи й розвитку антикризового керування; дослідження взаємозв'язку стійкості, ризиків й економічної безпеки функціонування системи вугільних підприємств;
- розробити методичні підходи до оцінки стійкості підприємств за економічними показниками;
- у системі енергетичної безпеки забезпечити відстеження ризиків, пов'язаних із процесами глобалізації, а на цій підставі забезпечити запровадження та регулювання державної політики щодо їх попередження, мінімізації та подолання;
- на засадах держзамовлення забезпечити проведення наукових досліджень з упровадження новітніх наукових розробок у виробництво вугільної продукції та обладнання, що його обслуговує;
- розробити та реалізувати програми економічного розвитку вугільних регіонів України на короткострокову й довгострокову перспективи з використанням методології ефективного керування стійкістю системи вугільних підприємств;
- на державному рівні зобов'язати вирішувати соціальні питання, що виникають після закриття шахти, обласні державні адміністрації, а не виконками районних рад, які не мають достатніх для цього коштів;
- підвищити обсяги фінансування з держбюджету розвитку портової інфраструктури (перебудувати споруди причалів і порти, провести днопоглиблюючі роботи), що дозволить Україні приймати у своїх портах багатотонажні судна, що, у свою чергу, знизить ціну вугілля, яке транспортується;
- проводити моніторинг безпеки праці на вуглевидобувних підприємствах.

Література

1. Інноваційні пріоритети паливно-енергетичного комплексу України / Під заг. ред. А. К. Шидловського. – Київ : Українські енциклопедичні знання, 2005. – 512 с., С. 168-174, 177-212.
2. Енергетичні ресурси та потоки./ Під заг. редакцією А. К. Шидловського. – Київ : Українські енциклопедичні знання, 2003. – 472 с., С. 222-231, 266-270, 310-315, 374-380.

СТРАТЕГІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КРЕДИТНИХ СПІЛОК

Діяльність установ системи кредитної кооперації базується на принципах фінансової взаємодопомоги. Громадяни, зокрема суб'єкти малого підприємництва, які з різних причин не можуть отримати необхідні фінансові послуги від фінансових установ, об'єднуються, створюючи власні колективні фінансові організації для надання відповідних послуг. Члени кредитних спілок є одночасно їх власниками і користувачами послуг [1, с.9]. У процесі операційної діяльності кредитні спілки (КС) здійснюють активні і пасивні операції. Активні операції кредитних спілок – це операції, пов'язані з наданням послуг кредитного характеру з метою фінансового та соціального захисту своїх членів шляхом обслуговування їх фінансових потреб за рахунок об'єднання грошових внесків. Особливістю механізму кредитування членів кредитних спілок є схема «позикового кола», коли групи позичальників формуються на принципах взаємної поруки [2, с. 11]. Кредитні спілки забезпечують розв'язання проблем соціально незахищених верств населення і фінансову підтримку суб'єктів малого підприємництва та фермерських господарств, надають фінансові послуги переважно тим категоріям населення, робота з якими не є пріоритетною для банків.

Станом на 30.09.11 р. у Державному реєстрі фінансових установ міститься інформація про 610 кредитних спілок. Станом на 30.09.09 р. їх налічувалося 821. У посткризовий період кількість кредитних спілок скоротилася на 27,5 %, а кількість членів КС скоротилася із 2330,6 до 1121,5 тис. осіб, або на 61,3 %. Аналогічну тенденцію мала заборгованість членів КС за отриманими кредитами і залишок внесків членів КС на депозитні рахунки. Протягом 2005-9 міс. 2011 рр. частка кредитів членам КС у активах зросла із 74,2 % до 93,8 %, а частка депозитів протягом 2005-2009 рр. зросла із 58,7 % до 70,2 %, а на кінець аналізованого періоду становила 49,5 %. Коефіцієнт покриття кредитів депозитами протягом 2005-9 міс. 2011 рр. скоротився із 79,0 %, до 52,7 %. Тобто на кінець аналізованого періоду депозити покривають трохи більше половини кредитів.

Вартість капіталу КС протягом 2006-2008 рр. зросла з 671,0 до 1714,0 млн. грн., проте частка у активах скоротилася із 34,6 % до 28,3 %. У 2009 р. мало місце різке скорочення величини капіталу до 765,8 млн. грн. по причині отримання збитків у сумі 446,9 млн. грн. Станом на 01.10.2011 р. вартість капіталу становить 958,8 млн. грн., а його частка 39,4 %. Протягом 2009-2011 рр. величина непокритого збитку у зведених балансах КС скоротилася із 612,5 до 17 млн. грн. Загальна сума заборгованості 263,7 тис. членів кредитних спілок, які мали діючі станом на 30.09.11 кредитні договори, становила 2281,9 млн. грн., тобто в середньому кожен член-позичальник кредитної спілки на кінець періоду мав 8,7 тис. грн. боргу за кредитом. Незважаючи на значне

скорочення обсягів кредитування кредитними спілками, як і в попередні роки, споживче кредитування користується найбільшим попитом серед позичальників кредитних спілок.

За 9 місяців 2011 р. частка споживчих кредитів у загальному обсязі кредитування становить 38,4 %. Друге місце посідають кредити на інші потреби – 30,1 %. Значну частку мають кредити, видані на придбання, будівництво, ремонт та реконструкцію нерухомого майна, та комерційні кредити. Кредитування ведення селянських та фермерських господарств, як і в попередні періоди, має незначну частку в загальному обсязі виданих кредитів. Найбільший обсяг виданих кредитів мав місце у 2008 р. (6908,80 млн. грн.), а залучених депозитів – у 2009 р. (6599,6 млн. грн.). Показниками руху кредитів і депозитів є: рівень осідання депозитних вкладень, рівень надання кредитів. Протягом 2008, 2020-2011 рр. різниця депозитів і кредитів мала від’ємні значення. Протягом 2009-2011 рр. від’ємне значення рівня осідання депозитних вкладень зросло із 15,0 % до 32,7 %, що свідчить про сталу тенденцію до скорочення депозитних вкладень в КС. Протягом 2005-9 міс. 2011 рр. рівень надання кредитів коливався від 58,6 % у 2008 р. до 62,1 % у 2006 р. Таким чином, фінансова криза має більший негативний вплив на депозитні операції, ніж на кредитні.

Таким чином, проведене дослідження дозволяє зробити висновок про нестійкий фінансовий стан частини кредитних спілок, відсутність дієвого механізму підтримання фінансової стабільності кредитних спілок і гарантування вкладів їх членів, зокрема на засадах саморегулювання. Для збільшення довіри до кредитних спілок доцільно формувати рейтингову інфраструктуру ринку їх фінансових послуг, публікувати ренкінги кредитних спілок за фінансовими показниками, забезпечити наочність оприлюдненої фінансової звітності спілок, що слугуватиме орієнтиром для споживачів у виборі тієї чи іншої кредитної спілки.

Для забезпечення стабільного функціонування кредитних спілок необхідно: збільшувати рівень їх капіталізації за рахунок пріоритетного формування резервного капіталу та вилучення з їх пайового і додаткового капіталу складових, режим функціонування яких не сприяє досягненню мети реальної капіталізації; удосконалити механізм забезпечення ліквідності кредитних спілок (у тому числі шляхом встановлення економічних нормативів і вимог до резервування коштів), здійснення рефінансування, визначення порядку застосування таких вимог; впроваджувати єдині професійні та технологічні стандарти на ринку кооперативного кредитування, у тому числі на засадах саморегулювання; зробити більш жорсткими підходи до оцінки кредитоспроможності позичальників із метою забезпечення зворотності кредитів; поліпшити маркетингову діяльність шляхом інформування населення, зокрема суб’єктів малого підприємництва та фермерських господарств, про можливості, умови та ризики діяльності ринку кооперативного кредитування.

ІННОВАЦІЙНА СТРАТЕГІЯ ТУРИСТИЧНИХ КОРПОРАЦІЙ

Питання дослідження інтегрованого впливу діяльності туристичних корпорацій як інноваційних утворень господарюючих суб'єктів туристичного бізнесу в умовах глобалізації є актуальним напрямом наукових досліджень.

Потужність мультипрофільних міжнародних корпорацій в туризмі, що агрегують процеси виробництва, пакетування (чи комплексного наповнення) та збуту турпродукту, разом з постійним розширенням бази відтворення прибутку, дозволяють уникнути (чи призупинити) кризові явища фінансового, ресурсного змісту, стабілізуючи та примножуючи сукупність поновлюваних і неоновлюваних джерел матеріальних і нематеріальних цінностей організації.

Однак, успішне просування бізнесу з його глобальними розмірами перетікання капіталу, людських ресурсів можливе лише за умови постійного пошуку та імплементації, в першу чергу, процесних та сервісних інновацій, які в туристичній діяльності швидко поширюються в межах корпорації і, так само швидко можуть бути запозичені й дублюватися конкурентами.

Ряд проблемних питань щодо збереження права власності на результати інноваційної діяльності, цивілізований процес трансферту інновацій, етичність цих дій, спричинили процеси консолідації представників туристичного сектору в проведенні спільних наукових досліджень, винайденні шляхів продовження активного життєвого циклу турпродукту корпорації, дестинації, країни. Наукові дослідження в системі туризмологічного знання лише набирають своїх обертів. Сфера туризму до фінансової кризи 2008-2010 рр. майже не знала суттєвих збоїв в нарощуванні темпів росту, сталій динаміці економічних показників розвитку. Однак, накопичені фінансові ризики, подекуди безконтрольне використання обмежених природних туристичних ресурсів змусили суттєво змінити позиції щодо інноваційної діяльності в сфері туризму, сервісології та відповідальніше поставитися щодо подальшого сталого розвитку даного сектору. Аналіз світових тенденцій розвитку туризму регулярно здійснює ВТО (Всесвітня туристична організація), як вповноважена структура ООН, так і ряд дослідників-науковців, які в свої працях викреслюють загальну динаміку розвитку туризму, зміну в пріоритетах, управлінні, технологіях тощо. І якщо в 90-х роках ХХ ст. статистичні барометри ВТО щодо розвитку туризму в країнах світу мали інформаційно-довідковий характер, то вже з 1999 р., з моменту створення Ради ВТО з питань освіти і науки, яка в 2010 році переросла в спеціальну програму *UNWTO.Know*, програми мають дослідницько-прикладний характер, а Рада перейменована в Управління наукою та знаннями [1].

Така система управління науковими знаннями та інноваціями має чітку градацію та управлінську вертикаль поширення новацій в усіх напрямках діяльності, що безперечно буде мати значний синергетичний дослідницький, освітнянський та економічний ефекти. Первинною задачею у виконанні

стратегічних завдань щодо тиражування інновацій як в межах корпорації (як одиниці бізнесу) є впорядкування послідовності формування інноваційної стратегії туристичної організації.



Рис. Послідовність формування інноваційної стратегії туристичної корпорації

Специфічність виробничих процесів в туризмі, технологій турбізнесу, змістовного наповнення категорії «туристичний продукт» дозволяють виділити об'єкти корпоративної інтелектуальної власності в туризмі, що представляють собою: раціоналізаторські пропозиції щодо покращення рівня сервісу й процесів його надання; комп'ютерні програми, бази даних; спільні комерційні проекти підприємств туристичної індустрії, сформовані на ексклюзивній основі готельні та транспортні коносаменти; результати аналітичних та маркетингових досліджень ринкової кон'юнктури, попиту на ньому, інших наукових пошуків; досягнення комунікативної взаємодії учасників туристичного ринку, індустрії інформації та знань. Туристичні корпорації здебільшого виступають у формі холдингу або конгломерату, тобто представляють собою союз (об'єднання) різнопрофільних підприємств туристичної індустрії, що оперують на різних секторах ринку та юридично пов'язані між собою умовами власності контрольними пакетами акцій; і управляє або здійснює контролюючу діяльність над операціями інших (дочірніх) компаній з метою розширення зони прибутку бізнесу.

Представлені на рис. етапи формування інноваційної стратегії, що супроводжені системою дій якнайкраще демонструють впорядкованість процесу формування синергетичного потенціалу інноваційної системи корпорації, багатоаспектність юридичних, технологічних та економічних питань, що виникають в процесі поширення й розповсюдження інновацій.

Література

1. Сеть распространения знаний ЮНВТО: Концепции и членство. - Пояснительная записка // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://know.unwto.org/sites/all/files/docpdf/conceptsandmembershiprussian.pdf>

Некрасова Л.А.

к.е.н, доцент,

Дискіна А.А.,

викладач

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ ПРОЦЕСУ ФОРМУВАННЯ І РЕАЛІЗАЦІЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ СТРАТЕГІЇ

Дійовим інструментом прийняття ефективних рішень щодо розробки адекватної наявним умовам та вимогам моделі інвестиційної діяльності з урахуванням комплексу зовнішніх і внутрішніх факторів різноспрямованого впливу є інвестиційна стратегія, яка певною мірою дає можливість формалізації процесу управління інвестиційною діяльністю. Формування й ефективна реалізація інвестиційної стратегії значною мірою визначаються можливостями підприємства щодо її фінансування.

Для наочного представлення інвестиційного забезпечення промислових підприємств пропонується використовувати матричний підхід. Така матриця комплексного оцінювання рівня інвестиційного забезпечення побудована на основі визначених показників інвестиційної привабливості та фінансового забезпечення. Матриця складається з шістнадцяти квадрантів та з чотирьох зон, а саме: низький, помірний, середній, високий рівні інвестиційного забезпечення.

Найменш привабливою на матриці є зона низького рівня інвестиційного забезпечення, яка містить збиткові або низькорентабельні підприємства з хитким фінансовим забезпеченням. Негативне становище таких підприємств може бути пов'язаним із негативним впливом факторів зовнішнього (збільшенням цін на сировину, комплектуючі, енергоносії; великою конкуренцією усередині галузі тощо) та внутрішнього середовища (низьким рівнем техніко-технологічних ресурсів, обмеженням матеріальних ресурсів, відсутністю інноваційної складової тощо). У той же час, перебуваючи на нижніх сходинках в обох рейтингах, вони мають резерви для підвищення інвестиційної привабливості та рівня фінансового забезпечення, а відповідно і покращити своє розташування на матриці. До зони помірного рівня інвестиційного забезпечення потрапляють рентабельні підприємства, які мають недостатньо стійке фінансове забезпечення. Їх прибутковість є результатом позитивного впливу зовнішніх та внутрішніх факторів. Такі підприємства, як правило, є основними кандидатами на коригування інвестиційної привабливості та рівня їх фінансового забезпечення.

Запропонована матриця забезпечує об'єктивну характеристику фінансової ситуації та потенційні можливості підприємства, у яке передбачається вкласти інвестиції, та дає можливість розробити стратегічні рекомендації щодо подальшого розвитку досліджуваних підприємств з метою покращення їх інвестиційного забезпечення.

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПРОВІДНИХ МЕТАЛУРГІЙНИХ КОМПАНІЙ СВІТУ ТА УКРАЇНИ

З метою визначення стратегічних пріоритетів розвитку провідних світових та українських металургійних компаній як одного з основних чинників розвитку галузі у середньо- та довгостроковому періоді було проаналізовано особливості стратегічних планів таких підприємств, як «ArcelorMittal», «Baosteel Group», «Nippon Steel Corporation», «POSCO», «Tata Steel», «U.S. Steel», «Gerdau Group», «ThyssenKrupp AG», «Evraz Group», ВАТ «Северсталь», ТОВ «Метінвест холдинг», Корпорація «Індустріальний Союз Донбасу», ПАТ «АрселорМіттал Кривий Ріг», ПАТ «Донецький металургійний завод», ПрАТ «Донецьксталь» – металургійний завод, ПАТ «Електрометалургійний завод «Дніпрспецсталь» ім. А.М. Кузьміна».

За результатами проведеного аналізу виявлено, що однією з головних тенденцій стратегічного розвитку цих сталевиробників, яка багато в чому впливає на розробку й реалізацію ними різних видів стратегій, є прискорений процес консолідації у металургії та формування вертикально-інтегрованих виробництв. У першу чергу, це пов'язано з необхідністю скорочення ризику циклічних коливань в економіці, прагненням виробників з розвинених країн використовувати потужності у країнах з низькими витратами для виробництва продукції високих переділів, а країн, що розвиваються, – увійти у преміальні сегменти глобального металургійного ринку, створюючи власні потужності високих переділів у країнах Західної Європи та Північної Америки.

Стратегії розвитку провідних металургійних компаній світу мають багато спільного: по-перше, ресурсні стратегії усіх компаній полягають у якнайповнішому забезпеченні виробництва власними сировиною та матеріалами за рахунок придбання відповідних компаній по всьому світу; по-друге, спостерігається зростання значення таких чинників, як знання та професійна підготовка співробітників, використання бізнес-моделі та організація діяльності (наприклад, дивізіональні оргструктури); по-третє, на одне з перших місць виходить необхідність постійного підвищення екологічності виробництва та продукції, участь у різноманітних екологічних програмах, у тому числі міжнародних, що є запорукою позитивного іміджу компанії. Не втратили актуальності й такі традиційні стратегічні пріоритети, як впровадження нових прогресивних технологій, зниження витрат, освоєння нових ринків збуту.

Відмінності спостерігаються, головним чином, у товарно-ринкових стратегіях цих компаній, що передбачають випуск різних видів продукції та надання послуг, а також їх просування на різні регіональні ринки, враховуючи місцеві особливості запитів клієнтів.

Внаслідок досить швидкого укрупнення металургійних компаній відбувається істотне зміщення географічної структури виробництва металопродукції у бік країн (регіонів), що розвиваються (Китай, Індія, Росія, Бразилія). Особливі актуальності цей процес набув після світової фінансово-економічної кризи 2008 р., яка призвела до необхідності якнайшвидшого виведення надлишкових і застарілих металургійних потужностей, у першу чергу, в розвинених економіках.

Спільними рисами стратегій українських металургів є такі: по-перше, через техніко-технологічну відсталість більшості основних засобів основна увага приділяється розробці й реалізації технологічних стратегій, з якими тісно пов'язані фінансово-інвестиційні (особливістю останніх є превалююче використання власних коштів підприємств); по-друге, ресурсні стратегії (як і у випадку провідних металургійних компаній світу) полягають у забезпеченні виробництва власною сировиною шляхом придбання відповідних компаній в Україні та за кордоном (у першу чергу, у країнах СНД); по-третє, внаслідок значної залежності від тенденцій стратегічного розвитку світового металоринку і міжнародних металургійних компаній та організацій усе більшого значення набуває екологічна політика підприємств, бо недотримання відповідних стандартів може призвести до неможливості збуту власної продукції.

Слід зазначити, що для вітчизняної металургії ефективна реалізація саме технологічних, а також ресурсних стратегій зумовлює втримання існуючих конкурентних переваг. Різняться стратегії українських металургійних підприємств, у першу чергу, збутовою політикою і каналами збуту продукції, які є частиною їх товарно-ринкових стратегій і залежать від сортаменту продукції, що випускається (як існуючого, так і запланованого з урахуванням нововведень).

Основною відмінністю стратегій українських металургійних компаній від зарубіжних є акцент на їх технологічну складову, що пояснюється значною фізичною та моральною зношеністю й відсталістю основних засобів.

Особливої уваги заслуговують товарно-ринкові стратегії, які, хоча й передбачають постійне освоєння інноваційних видів металопродукції та збільшення випуску продукції з високою доданою вартістю, значною мірою орієнтовані на подальше виробництво напівфабрикатів та більш дешевої металопродукції і втриманні традиційних ринків збуту у цьому сегменті. Такий підхід у сучасних умовах, коли більшість розвинених країн істотно скоротили виробництво чавуну і сталі, є досить виправданим і може дозволити підприємствам не тільки втримати позиції на світовому металоринку, а й накопичити запас міцності для майбутніх нововведень.

Внаслідок цього вітчизняні металургійні компанії, незважаючи на значне посилення останнім часом уваги до питань екологічності виробництва та продукції, відстають від своїх основних конкурентів за темпами зниження обсягів викидів забруднюючих речовин, впровадженням відповідних техніки й технологій та формуванням у власників і співробітників підприємств відповідального ставлення до проблем охорони навколишнього середовища.

Романюк О.Ю.

к.е.н., доцент,

Сокирник І.В.

к.е.н., доцент,

Хмельницький національний університет (Україна)

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ В СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Кадрові можливості промислових підприємств формуються в певних виробничих умовах, обумовлюються кількісно-якісними характеристиками, визначають зміст змін, можуть бути представлені у різних формах і забезпечують виконання поточних та перспективних цілей в процесі реалізації стратегії підприємства. Саме від кадрового потенціалу залежать результати функціонування промислового підприємства на даний момент та ефективність діяльності у майбутньому. Підбираючи персонал та розвиваючи його потенційні здатності, підприємство забезпечує себе кадрами, які б могли працювати у складних умовах ринкових відносин, реалізуючи його стратегічні плани. Отже, при наймі на роботу, роботодавець зацікавлений у формуванні надійного кадрового потенціалу, який був би спрямований не тільки на особистий успіх, а й на розвиток підприємства в майбутньому.

Слід зазначити, що в науковій літературі загалом недостатня увага приділяється формуванню кадрового потенціалу та, зокрема, визначенню ролі особистого потенціалу працівника в процесі реалізації стратегії підприємства.

Так як власник виробництва виступає покупцем робочої сили, то він звертає увагу як на якісні сторони майбутнього працівника, так і на його особистий потенціал. Тобто оцінює не лише його вік, стать, освіту, досвід, кваліфікацію, стан здоров'я, а й його бажання та потенційні можливості розвиватись у майбутньому. Лише цілеспрямовану людину, яка знає чого вона хоче, і це підкріплене її реальними знаннями та вміннями, здобутими протягом її життєдіяльності, можна зацікавити у організованій високопродуктивній діяльності.

Використання потенційних можливостей людини здійснюється в першу чергу через її трудову активність. Незважаючи на це, в більшості випадків, зберігається ситуація за якої працівник із його потребами залишається поза увагою, а на перший план виходять матеріально-речові результати, тоді як уже давно відомо, що «серед економічних антидепресантів перше місце належить створенню кадрового потенціалу, бо лише висококваліфікована інтелектуальна праця здатна до багатократної мультиплікації економічного ефекту» [1, с. 123].

Критерієм рівня розвитку особистого потенціалу працівника служать якісні характеристики віддачі фізичних та інтелектуальних сил, творчої енергії працівника в процесі праці. Ця віддача знаходить своє конкретне вираження в трудовій активності людини, її ставленні до праці як вищої життєвої потреби. Отже, можна впевнено стверджувати, що рівень розвитку кадрового потенціалу підприємства визначається рівнем розвитку особистого потенціалу кожного

працівника й рівнем ефективності його використання в процесі реалізації стратегії промислового підприємства. Особистий потенціал працівника має складну структуру, яка складається із ряду потенціалів: кваліфікаційний потенціал (професійні знання, уміння, навички, професійну компетентність); психіко-фізіологічний потенціал (працездатність); освітній потенціал (інтелектуальні, пізнавальні здібності); творчий потенціал (креативні здібності); комунікативний потенціал (здібність до співробітництва, колективної організації, взаємодії); моральний потенціал (цінності, мотивація) [2, с. 81].

Особистий потенціал характеризується сукупністю різних якостей, пов'язаних: з можливістю та схильністю працівника до праці, станом його здоров'я, витривалістю, типом нервової системи, тобто всім тим, що відображає фізичний та психологічний потенціал; з обсягом загальних та спеціальних знань, трудових навичок та вмінь, які визначають схильність до праці певної кваліфікації; з рівнем відповідальності, соціальної зрілості, інтересів та потреб.

Формування потенціалу працівника залежить від первинних задатків (талант, рівень інтелекту, здатність сприймати і засвоювати інформацію, мотиваційні пріоритети) та характеристик набутих в процесі життєдіяльності (професія, рівень освіти, рівень кваліфікації, ставлення до певної професії).

Тому для ефективного використання потенціалу кожного працівника необхідно створити умови для розкриття та подальшого розвитку їх потенційних можливостей. Враховуючи складність кадрової проблеми промислових підприємств потрібно починати впливати на потенціал працівників в період його формування. Тобто, проводити активну кадрову політику щодо формування кадрового потенціалу підприємства [3, с. 52-53].

В даному випадку найважливішою ціллю менеджерів на підприємстві буде використання особистого потенціалу кожного працівника, який представляє собою комплексну характеристику здібностей працівника виступати в ролі активного суб'єкта виробничої діяльності.

Отже, реалізація обраної стратегії та її адекватна корекція на промислових підприємствах не можлива без якісного та науково обґрунтованого формування кадрового потенціалу. Усе більш очевидним стає факт, що конкурентоспроможність промислових підприємств обумовлюється не тільки технологіями ведення бізнесу, але й етичними, культурними та соціальними чинниками. Саме вони у сприятливих умовах дають якісний імпульс для розвитку економіки, забезпечують її інтенсивне зростання.

Література

1. Лібанова Е. Ціннісні орієнтації та соціальні реалії українського суспільства / Е. Лібанова // Економіка України. – 2008. – № 10. – С. 120-136.
2. Інтелектуалізація людського капіталу: монографія / [Бондар І. К., Сологуб О. П. та ін.]; за ред. І. К. Бондар. — К. : Корпорація, 2009. – 264 с.
3. Адаманова З. О. Інноваційні стратегії економічного розвитку в умовах глобалізації: Монографія. – Сімферополь : Кримське навчально-педагогічне державне видавництво, 2008. – 504с.

РОЗВИТОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Рівень науково-технічного розвитку в сучасному світі є не тільки одним з найважливіших показників соціально-економічного прогресу країни, а й основним ресурсом її економічного зростання. Він визначає місце країни у світовій економіці.

Розвиток науки, доступ до новітніх технологій та ефективні навчальні технології є на сьогодні важливими складовими моделі стійкого розвитку передових країн.

Економічне зростання держав у ХХІ столітті забезпечується провідною роллю науково-технічного прогресу та інтелектуалізацією основних складових виробництва у всіх сферах економіки і, головним чином, у промисловості. Частка нових або вдосконалених технологій, продукції, обладнання, в які вкладено нові знання, у розвинених країнах складають від 70 до 85 % приросту валового внутрішнього продукту [1, с.141]. Освіта і наука перетворюються в одну з важливіших сфер, які визначають перспективи економічного і культурного розвитку будь-якої країни.

У загальноприйнятому значенні інновації – це результати наукових досліджень і розробок, що здатні покращити технічні, економічні, споживчі характеристики наявної продукції, процесів, послуг або стати основами нових.

Інноваційна діяльність – це процес, направлений на реалізацію результатів завершених наукових досліджень і розробок або інших науково-технічних досягнень в новий або вдосконалений продукт, який реалізується на ринку, у новий або в удосконалений технологічний процес, який використовується в практичній діяльності, а також пов'язані з цим додаткові наукові дослідження та розробки.

Лібералізація фінансових ринків створила унікальні можливості для фінансування нових підприємницьких ініціатив. У першу чергу це пов'язано з розвитком венчурних механізмів залучення фінансових ресурсів.

Відповідно до ст. 18 Закону України «Про інноваційну діяльність» джерелами фінансової підтримки інноваційної діяльності є [2]:

- кошти Державного бюджету України;
- кошти місцевих бюджетів і кошти бюджету АР Крим;
- власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних організацій (фондів);
- власні або позикові кошти суб'єктів інноваційної діяльності;
- кошти (інвестиції) будь-яких фізичних і юридичних осіб;
- інші джерела, не заборонені законодавством.

Система показників науково-технічної та інноваційної діяльності призначена для проведення порівняльного оцінювання інноваційної діяльності

в країнах ЄС, а також співставлення їх з показниками інших країн, включно США і Японію. Система показників розроблена Директоратом з підприємництва ЄС і містить 16 індикаторів, розподілених на 4 групи [3, с.86].

Для оцінювання ефективності науково-технічної та інноваційної діяльності підприємств та її впливу на ефективність виробництва використовують такі показники: рентабельність інвестицій, термін окупності інвестицій, облікова норма прибутку.

За останні роки впровадження інновацій на промислових підприємствах України значно поширюється. Це стосується, в першу чергу, впровадження нових технологічних процесів, і виробництва нових інноваційних видів продукції. Дані щодо інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні [4] і динаміка цих показників наведено у табл.

Таблиця

Показники інноваційної діяльності промислових підприємств в Україні

Показники	2008	2010	2011	Індекс динаміки 2011 р. до 2010 р., %
1. Кількість промислових підприємств, що впроваджують інновації, усього	1160	1217	1260	103,5
2. Загальний обсяг інноваційних витрат у промисловості (у фактичних цінах, млн. грн.)	11994,2	8045,5	14333,9	178,2
3. Обсяг реалізованої інноваційної продукції, (у фактичних цінах, млн. грн.)	45830,2	33697,6	35517,3	105,4
4. Освоєно виробництво інноваційних видів продукції, найменувань	2446	2408	3238	134,5
5. Впроваджено нових технологічних процесів	1647	2043	2510	122,9
6. Рентабельність інноваційних витрат, %	401,2	336,3	317,4	94,2

Дані табл. показують значне зростання у 2011 р. в порівнянні з 2010 р. загального обсягу інноваційних витрат – на 78,2 %, що безумовно призведе до подальшого збільшення обсягу впровадження і реалізації інноваційної продукції і підвищення рентабельності інвестицій в інновації.

Література

1. Самоусєнкова О. В., Ольвінська Ю. О. Економічна статистика : Навч. посібн. – Одеса, ОДЕУ, 2010.
2. Закон України «Про інноваційну діяльність». Відомості ВРУ, 2002.
3. Федулова Л. І. Інноваційна економіка: Підручник. – К. : Либідь, 2006.
4. Статистичний щорічник України за 2010 рік. Державний комітет статистики України, 2011.

ФОРСАЙТНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ВИЗНАЧЕННЯ ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Чинні державні програми розвитку промисловості, окремих галузей не досягли своєї мети і не здатні ані забезпечити технологічний прорив, ані створити стартові умови для руху за траєкторією якісного зростання. Економічну кризу можна подолати завдяки впровадженню інновацій. Втім, щоб визначити, які саме потрібні інновації, необхідне ефективне управління цим процесом. Тому наразі одним із найбільш ефективних інструментів визначення стратегічних перспектив розвитку, виявлення технологічних проривів, здатних максимально позитивно вплинути на економіку і суспільство у довгостроковій перспективі, є методологія форсайту. Форсайт – це систематичний процес, який дозволяє зазирнути у майбутнє розвитку науки, технології, економіки і суспільства з метою визначення стратегічних галузей наукових досліджень та появи нових технологій, від застосування яких можна очікувати найбільші економічні і соціальні вигоди.

За Л.І. Федуловою форсайтні дослідження мають особливості: прогнози формуються переважно вузьким колом різноаспектних експертів, які пов'язані з тематикою дослідження, а також проведенням опитувань зацікавлених груп населення, і асоціюються із передбаченням малокерованих подій, оцінкою перспектив розвитку, визначенням технологічних обріїв, яких можливо досягти за умов вкладення певних коштів та організації систематичної роботи, а також ймовірні ефекти для економіки і суспільства; міститься у визначенні напрямів розвитку (рамкових умов), багатоваріантності сценаріїв, безперервності етапів програми «Форсайт» у часі; передбачає розробку практичних заходів для наближення обраних стратегічних орієнтирів [1, с.108-111].

Отже, саме методологія форсайту має бути покладена в основу активного конструювання майбутнього вітчизняного підприємства. При виборі адекватного набору підходів для форсайтного дослідження пропонуємо скористатися ключовими факторами та комбінаціями методів, що забезпечують успіх роботи з експертами: креативність (наукова фантастика, сценарії, мізковий штурм), експертні знання (панелі експертів, сканування зовнішнього середовища, конкурентна розвідка тощо), взаємодія (багатокритеріальне оцінювання, метод Дельфі, дорожня карта та ін.), доведеність (бенчмаркінг, огляд літератури).

Література

1. Федулова Л. І. Форсайт: сучасна методологія технологічного прогнозування // Економіка і прогнозування. – 2008. – № 3. – С.106-120.

КОРИГУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА ПІД ВПЛИВОМ ЗМІНИ ЗОВНІШНІХ І ВНУТРІШНІХ ЧИННИКІВ

В умовах ускладнення зовнішнього середовища, що є наслідком підвищення конкуренції на ринку, ефективний розвиток підприємства не може здійснюватися без науково обґрунтованої стратегії підприємства, яка деталізується за допомогою ретельно розроблених завдань. Успішне вирішення таких завдань забезпечує виконання стратегії в цілому і дає можливість підвищити конкурентоспроможність підприємства.

Саме на цьому етапі, етапі реалізації стратегії, особливу актуальність набуває проблема вибору пріоритетності серед визначених напрямів розвитку підприємства, відповідності стратегії внутрішньовиробничим процесам на підприємстві, а саме: організаційній структурі, системі мотивації та ін. Здатність до швидкого реагування на різноманітні зміни зовнішнього середовища за рахунок створення нової або вдосконалення наявної організаційної структури надає компанії конкурентних переваг для досягнення визначених цілей.

У той же час проблема реалізації стратегії постійно ускладнюється необхідністю реагування на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища у реальному масштабі часу. Якщо такої реакції не спостерігається, то втрати підприємства мають тенденцію до зростання. Збільшуються вони і тоді, коли реакція запізнюється. Отже, до втрат, які виникають унаслідок незвичайних подій, додаються витрати, пов'язані з необхідністю усунути негативні наслідки. Чим більший термін часу підприємство не реагує на зовнішні зміни, тим більшими будуть витрати для стабілізації його діяльності і більших втрат воно зазнає.

Не менш важливими для успішного здійснення стратегії є оцінка впливу змін зовнішнього середовища на підприємство та розробка механізму для створення та контролю балансу з зовнішнім середовищем з урахуванням характеру змін, їх радикальності та тривалості.

Оперативно реагувати на зовнішні зміни здатна лише невелика кількість підприємств. Це пов'язане з багатьма причинами, найважливішими з яких є відсутність стратегічного аналізу, планування та прогнозування, гнучкої організаційної структури на підприємстві. Необхідно зазначити, що невеликі підприємства, маючи гнучку просту організаційну структуру, не здійснюючи стратегічного аналізу, встигають реагувати на зовнішні зміни, незважаючи на агресивність зовнішнього середовища саме завдяки активному типу управління. Великі і середні підприємства в такій ситуації можуть зупинитися в розвитку та погіршити основні показники фінансово-господарської діяльності.

Зазначимо, що швидка реакція великих та середніх підприємств на зміни зовнішнього середовища практично не можлива у зв'язку з організаційною

повільністю, що призводить до постійного запізнення. Наслідки цього посилюються постійним підвищенням швидкості змін. Частково ця проблема вирішується за допомогою детально розробленої системи основних критеріїв, індикаторів і цільових показників досягнення окремих рубежів, але повністю вирішення можливе лише за умови поєднання багатьох напрямків планування, прогнозування, контролінгу та управління.

Створення розвиненого управлінського та фінансового обліку, а також прогнозно-аналітичної системи з ефективною електронною обробкою даних є основою для завчасної реакції на зміни зовнішнього середовища. Але не менш важливим є наявність на підприємстві фахівців, які мають професійні знання для випередження змін та оперативного коригування стратегії. Від їх управлінських рішень залежить, чи зможе підприємство встигати за змінами. Тому ефективність змін залежить від ієрархії в прийнятті управлінських рішень, спрямованості на кінцевий результат роботи підприємства та розроблення заходів для їх підтримки.

У практичній діяльності використовуються різні методи реагування на зміни чинників зовнішнього середовища. Найбільш поширеними серед них є: по-перше, реактивний стиль управління, який передбачає прийняття управлінських заходів після завершення змін і досі поширений на багатьох українських підприємствах, по-друге, постійне розширення сфер діяльності або диверсифікація виробництва і капіталу, яке дає можливість зменшити комерційний ризик при зміні чинників зовнішнього середовища.

Деякі підприємства підвищують гнучкість та швидкість реакції на зміни за рахунок удосконалення організаційної структури управління. У цьому випадку підприємство може створювати центри прибутку, стратегічні одиниці бізнесу та інші гнучкі структури, орієнтовані на досягнення кінцевих результатів стратегічне управління. Від того, наскільки швидко змінюється зовнішнє середовище, залежать організаційна структура і тип управління, що використовують на підприємстві.

Сьогодні українські підприємства намагаються пристосуватися до зовнішніх змін за рахунок використання різних типів і форм організації управління: від реактивного через адаптаційне до превентивного. На жаль, відсутність досвіду організаційного розвитку перешкоджає ефективному врахуванню цих змін. Розвиток цих форм є актуальним для підприємств, де всі джерела оптимізації внутрішніх процесів вичерпано та підвищення ефективності діяльності підприємства залежить від оптимізації взаємовідносин із постачальниками та споживачами продукції.

Таким чином, ускладнення зовнішнього середовища призводить до необхідності постійного організаційного розвитку підприємства, при якому без здійснення стратегічних змін усередині нього не можуть бути створені умови для ефективної реалізації стратегії.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ МЕХАНІЗМУ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ СТРАТЕГІЧНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ЕЛЕКТРОЕНЕРГЕТИКИ

Рівень розвитку паливно-енергетичного комплексу (ПЕК) України має визначальний вплив на стан її економіки, на розв'язання проблем соціальної сфери і рівень життя людей. Енергетичну незалежність завжди пов'язують з національною безпекою держави.

Державне управління розвитком ПЕК є складною проблемою, яка вимагає негайного вирішення. Існуюча ситуація в енергопостачанні країни потребує розробки такої стратегії, яка б дозволила забезпечити енергетичну безпеку України на етапі переходу до стійкого розвитку економіки.

Інституційні особливості системи державного управління підприємств електроенергетики свідчать про те, що вона є недосконалою, оскільки недостатньо стимулює діяльність підприємств галузі щодо енергозабезпечення. Сучасна система ціноутворення в електроенергетиці є також недосконалою, оскільки вона не стимулює учасників ринків електроенергії до зменшення втрат енергоресурсів та енергозбереження.

На ефективність діяльності ПЕК впливають чинники формування його зовнішнього та внутрішнього середовища. Так, до зовнішніх чинників ПЕК можна віднести: політико-правове, економічне, соціально-демографічне, науково-технічне середовища; до внутрішніх – організацію виробництва та постачання енергоносіїв, застосування досягнень науково-технічного прогресу, систему менеджменту галузі, екологічну безпеку.

На ефективність діяльності підприємств галузі безпосередньо впливає влада, яка формує систему державного управління ПЕК. Чинники внутрішнього і зовнішнього середовища ПЕК є засобами зворотного зв'язку, оскільки прямим є вплив на них механізму державного управління.

Реалізація державної політики енергозабезпечення є можливою за умов докорінної перебудови організаційної структури державного управління галуззю, оскільки в існуючій структурі не дотримується один з основних критеріїв діяльності галузі та стратегії її розвитку – єдиний підхід до розробки методології забезпечення та збереження енергоресурсів країни.

Органи державної влади повинні формувати державну політику енергозабезпечення як стратегію і тактику їхньої діяльності у сфері виробництва і споживання паливно-енергетичних ресурсів.

Така політика здійснюється за допомогою механізмів державного управління стратегічним розвитком та поточним функціонуванням ПЕК дія яких відтворюється правовим, техніко-технологічним та кадровим забезпеченням екстенсивно-інтенсивного розвитку, реалізацією принципів

стратегічного управління, економічними важелями підвищення ефективності діяльності галузі.

Механізм державного управління стратегічним розвитком підприємств ПЕК базується на сукупності принципів, методів, засобів, прийомів, інструментів та важелів державного управління, за допомогою яких здійснюється розв'язання суперечностей, що виникають у процесі діяльності галузі, та становлення ринкових відносин між суб'єктами ринку енергоносіїв та органами державної влади і органами місцевого самоврядування.

Завдання енергетики України полягає в задоволенні соціально-економічних потреб держави в енергоносіях, а головною її метою є ефективне енергозабезпечення життєдіяльності країни. Для досягнення визначеної мети керівникам підприємств ПЕК доцільно формувати енергетичну стратегію на основі наступних принципів державного управління: формування державної політики енергозабезпечення здійснюється відповідно до завдань та головної мети галузі; прозорість прийняття управлінських рішень стосовно стратегії розвитку галузі; централізація в питаннях стратегії розвитку та регіональна демократизація трансформаційних перетворень у галузі; спостереження та аналіз за їх результативністю; персональна відповідальність посадовців за реалізацію стратегії розвитку галузі.

Методи державного управління стратегічним розвитком ПЕК країни, в тому числі підприємств електроенергетики, доцільно конкретизувати в таких способах і прийомах: способи (фінансові, інвестиційні, техніко-технологічні, природно-ресурсні та суто управлінські) характеризують особливості впливу уряду на об'єкт дослідження, а прийоми (вирівнювання конкурентних можливостей виробників та споживачів енергоресурсів, реалізація антимонопольної політики; захист внутрішнього енергоринку) – це практичні навички, за допомогою яких поліпшуються умови досягнення цілей державного управління.

До пріоритетних напрямків реформування електроенергетики в Україні доцільно віднести: створення привабливого середовища для приватних інвестицій, посилення впливу держави на стратегічно важливі об'єкти (атомні та гідроелектростанції, мережні компанії, системи управління), запобігання стрімкого зростання цін на електроенергію для споживачів, демонополізація виробництва та розвиток конкуренції на електроенергетичному ринку, забезпечення національної безпеки в енергетичній сфері, освоєння альтернативних джерел енерговиробництва.

МЕТОДИ МАРКЕТИНГОВОГО ЦІНОУТВОРЕННЯ В ІНТЕРНЕТІ

Розвиток комунікативного простору в Інтернеті, вплинуло на особливості встановлення ціни в Інтернет-економіці та прискорило сам процес встановлення ціни. Дослідження питань ціноутворення в Інтернеті відображено в наукових роботах зарубіжних і вітчизняних авторів, таких як: У. Хенсон, А. Хартман, Ф. Котлер, Г. Багієв, Є. Єсіпов, І. Литовченко та ін. Всі вони розглядають фактори, які впливають на ціноутворення в Інтернет-економіці та методологію ціноутворення в Інтернеті. Внаслідок цього, виникає необхідність більш системного вивчення особливостей методології ціноутворення та факторів, які впливають на цей процес. Оскільки вітчизняний віртуальний ринок перебуває в стадії формування, більшість авторів приділяють основну увагу можливостям і способам проведення маркетингових досліджень та оцінці їх результатів, створення функціонального веб-сайту, його вартості та контенту, варіантам його просування в Інтернеті, рекламі та її ефективності. В той же час специфіка ціноутворення, як елементу маркетингу в інтернет-економіці вивчена недостатньо. Тому, метою даного дослідження є аналіз особливостей методології встановлення ціни в Інтернеті.

Віртуальні ринки є дуже динамічними, де ціноутворення ведеться в режимі реального часу. Це проявляється в попиті, який постійно міняється, за рахунок зростання кількості користувачів Інтернетом та в загостренні конкуренції на різних віртуальних ринках. Інтернет дозволяє гнучко реагувати на зміни, що дозволяє використати методи ціноутворення в режимі реального часу. До цих методів можна віднести: он-лайнкові аукціони, он-лайнкову оренду, цінове пакетування, метод "реклама платить за товар" і метод одночасного динамічного ціноутворення. Розглянемо кожен з цих методів детальніше.

Он-лайнкові аукціони - це методи ціноутворення в режимі реального часу. Он-лайнкові сайти підвищили активність і ефективність проведення аукціонів. Основною перевагою он-лайнкових аукціонів є розширення кола учасників. Це особливо вигідно продавцям, оскільки підвищує кількість заявок, які подаються. Це також допомагає уникнути випадків, коли жодна із заявок не перевищує встановлену мінімальну ціну, за якою продавець готовий продати товар. При більшому колі учасників підвищується вірогідність, що мінімально встановлена ціна буде перевищена.

Он-лайндова оренда. Ця система ціноутворення базується на вартості транзакцій, яка передбачає плату за товар в кожному випадку використання цього товару покупцем. Цей метод застосовується в основному для продажу цифрових продуктів і програмного забезпечення, виникнення яких вплинуло на скорочення витрат, пов'язаних зі зберіганням запасів. Метод ґрунтований на припущенні, що при оренді дорогого товару найбільш важливим чинником для покупця являється поточна потреба в ньому. Одним з прийомів он-лайндової

оренди є супердистрибуція в Інтернеті, за допомогою якої збираються орендні платежі за програмне забезпечення кожного разу, коли воно застосовується.

Цінове пакетування. Цінове пакетування – це комбінування окремо взятих товарів в один пакет, які продаються за однією ціною. Пакетування можна розглядати як тактику ціноутворення, яка є дуже ефективною, коли йдеться про розширення ринкової долі й збільшення обсягів продаж. Цінове пакетування дозволяє отримувати більше переваг над конкурентами і привабити більше споживачів. Найбільш важливим чинником, сприяючим ціновому пакетуванню в Інтернеті, є те, що он-лайнova підтримка вимагає низьких додаткових витрат, проте дозволяє зберігати високу споживачу цінність. Різниця між цими величинами називається коефіцієнтом маржі, що веде до активного використання цінового пакетування і його технічній підтримці.

Метод "реклама платить за товар". Цей метод ціноутворення ґрунтується на припущенні про те, що можна продавати товари за ціною нижче собівартості, при цьому отримуючи прибуток з інших джерел. В якості цих джерел виступають доходи від продажу і розміщення рекламних оголошень. Веб-сайти, які пропонують традиційні товари і послуги, використовують цей підхід для можливості назначати низькі ціни. Таким чином, інтернет-продавець, який використовує подібний метод ціноутворення, здатний запропонувати покупцям значно дійсно нижчі ціни на свої товари порівнянно з конкурентами.

Метод одночасного динамічного ціноутворення (ОДЦ). Відмітною особливістю одночасного динамічного ціноутворення є можливість об'єднання при продажу одного товару водночас наступних методів ціноутворення: продаж товару за гнучкою ціною; продаж товару за принципом "назвіть свою ціну"; продаж товару через аукціон. Згідно з принципами гнучкого ціноутворення покупець має можливість придбати товар за ринковою ціною, яка міняється при зміні співвідношення попиту і пропозиції на цьому локальному ринку товару в конкретний період часу. Результатом використання методу одночасного динамічного ціноутворення є продаж більшої кількості товарів з більшою швидкістю і покриттям більшого відсотка вартості товару.

Аналіз більшості методів ціноутворення, які використовуються, дозволили зробити висновок про те, що продавці в Інтернет-економіці жорстко конкурують один з одним за покупців. Водночас, Інтернет-технології сприяють виникненню конкуренції серед покупців за продавців. Реалізації цієї схеми на практиці сприяють наступні чинники: коливання ціни під впливом зміни попиту і пропозиції; інформованість покупця про те, що необхідний йому товар може бути придбаний ним при досягненні ціною певного рівня; можливості покупця призначити свою власну ціну і отримати відповідь продавця про прийнятність цієї ціни.

Література

1. Окландер М. А., Чукурна О. П. Маркетингова цінова політика: Навчальний посібник (з грифом МОН). – Київ : ЦУЛ, 2011. – 222 с.

СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ РОЗВИТКУ ЗАЛІЗНИЧНОГО ТРАНСПОРТУ УКРАЇНИ

Одним із проявів економічних перетворень у країні є збільшення відкритості економіки, розвиток інтеграційних процесів, що, зокрема, супроводжується посиленням відкритості національного транспортного ринку.

У зв'язку з цим, в останні роки знову актуалізується роль рівня розвитку залізничного транспорту як фактору, що визначає рівень економічного стану країни, національної безпеки, якості життя населення.

З метою забезпечення розвитку національної транспортної системи в сучасних умовах необхідно виробити стратегію підвищення конкурентоспроможності залізничного транспорту на ринку транспортних послуг з обов'язковою орієнтацією на світові стандарти.

Основними цілями при цьому є:

- оптимізація перевезень вантажів і пасажирів за рахунок інноваційних систем керування, формування національних і регіональних транспортно-логістичних центрів, розвитку суспільного пасажирського транспорту;
- модернізація транспортної системи, насамперед, розвиток швидкісного транспорту;
- інтеграція залізниць у європейську транспортну систему, розширення експорту транспортних послуг і інші стратегічні орієнтири.

Основні вимоги до реалізації стратегічної програми розвитку залізниць України є насамперед відповідність цілей розвитку залізничного транспорту довгостроковим національним інтересам, зв'язок його розвитку з розвитком всіх секторів економіки й інших видів транспорту.

Відчутний вплив на формування довгострокової стратегії розвитку залізничного транспорту повинно мати вигідне геостратегічне розташування її території, через яку традиційно пролягають міжнародні транспортні коридори.

Засобами реалізації стратегії розвитку залізничного транспорту є:

- перехід до фази інвестиційного росту;
- забезпечення розширеного відтворення основних фондів;
- удосконалювання системи управління галуззю;
- підтримка відповідного рівня нормативно-правового забезпечення всіх сфер діяльності залізничного транспорту;
- збільшення пропускної здатності транспортної мережі;
- підвищення рівня безпеки на транспорті;
- зменшення шкідливого впливу на навколишнє середовище;
- зменшення енергоємності транспорту тощо.

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Сучасна економіка України більше двадцяти років функціонує в нових ринкових умовах. Формування нових економічних відносин відбувається в складних умовах. Головна мета економічної реформи – становлення ефективної системи господарювання в країні. В багатьох країнах з розвинутою ринковою системою використовується концепція підприємства «як відкритої системи» [1, с.5]. Підприємство нового формату відповідає самостійно і вирішує такі завдання: дослідження ринку, визначення цілей розвитку, налагодження ефективних зв'язків з партнерами, створення власних банків даних і знань, забезпечення конкурентоспроможності підприємства, інвестування та управління фінансами підприємства.

Сьогодні сучасна форма господарювання – це підприємницька діяльність. Вагомий внесок у дослідження теорії підприємництва у XVIII–XIX ст. зробили А. Сміт, Ж.Б. Сей, А. Маршал. Сучасні дослідження відображені в роботах М. Портера, К. Омаї, А. Роу, І. Томпсона. [2, с.11]. Наприкінці XX ст. вчені України, Росії приєдналися до досліджень в сфері підприємництва (З.Е. Шершньова, З.С. Варналій, С.В. Мочерний, С.І. Чеботар, О.С. Виханський, А.П. Градов та ін.). Підприємство виступає основною формою реалізації підприємницької ініціативи. Держава намагається створити умови для послідовного масштабного здійснення принципів підприємницької діяльності.

В багатьох розвинутих країнах світу малий бізнес (мале підприємництво) займає значну частку в системі господарювання і формуванні валового внутрішнього продукту, забезпечує високу зайнятість населення. В Україні створюються певні умови для активізації і розвитку малого бізнесу з метою використання економічних вигід.

Результати статистичних досліджень в сфері розвитку малого бізнесу представлені в табл. 1.

Таблиця 1

Основні показники розвитку малих підприємств [3, с.306]

Показники	Одиниці виміру	2000	2003	2006	2009
1. Кількість МП на 10тис. населення	од.	44	57	72	75
2. Кількість найманих працівників на МП	тис. осіб	1709	2034	2158	2067
3. Обсяг РП	млн. грн.	43810	65202	357252	455431
4. Відсоток до обсягу РП по економіці в цілому	%	8,1	6,6	18,8	16,6

Аналіз даних табл. 1 свідчить про певні досягнення у сфері малого бізнесу. Кількість малих підприємств в розрахунку на 10 тис. населення за

останні десять років зросла на 70 %. Найбільш активні мешканці м. Києва (259), друге місце посідає м. Одеса (88). Кількість найманих працівників у малому бізнесу постійно зростає і сьогодні перевищує 2 млн. осіб. Значна динаміка спостерігається за обсягом реалізованої продукції (в 10 разів за 10 років). В структурі обсягу реалізованої продукції по економіці в цілому малий бізнес становить 16,6 %, що вдвічі більше рівня 2000 р.

Результати розвитку малих підприємств (МП) характеризують не тільки кількісні, але й якісні показники. Фінансові результати функціонування МП наведені у табл. 2.

Таблиця 2

**Фінансові результати розвитку МП в Україні
за 2000-2009 рр. [3, с.306]**

Показники	Одиниці виміру	2000	2003	2006	2009
1. Прибуток від звичайної діяльності	млн. грн.	4655	4161	19024	32952
2. Відсоток до прибутку по економіці в цілому	%	12,9	9,1	17,2	22,9
3. Збиток	млн. грн.	3618	5394	13837	54162
4. Відсоток до збитку по економіці в цілому	%	16,3	20,6	40,2	29,0
5. Відсоток збиткових підприємств до загальної кількості МП	%	36,6	37,1	33,3	40,0

Аналіз даних, наведених у табл. 2, свідчить про неоднорідність фінансового стану МП. З одного боку прибуток поступово зростає (в 7 разів), з іншого боку збиток МП за той же час підвищився в 15 разів. Серед малих підприємств чотири з десяти збиткові.

Майбутнє економіки країни пов'язано з новими формами організації підприємства і впровадженням стратегічного управління. Перспективи розвитку економіки країни пов'язані з розвитком малого підприємництва. Зміцнення позицій малого бізнесу можливо за рахунок використання зовнішніх резервів (підтримка держави) і особливо внутрішніх (усвідомлення необхідності працювати за новими правилами, використовувати елементи стратегічного управління, розуміти своє значення та місце на ринку, намагатися уявити своє майбутнє і вчитися ефективно працювати).

Література

1. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління. Навчальний посібник. – Київ, 1999. – 384 с.
2. Варналій З. С. Основи підприємництва. Навчальний посібник – К. : Знання-Прес 2002 – 241 с.
3. Статистичний щорічник України за 2009 рік. – К., 2010. – 556 с.

СТРАТЕГИЯ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ДОНЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

Развитие инвестиционных процессов и инновационной политики является одним из ведущих направлений стратегии развития регионов [1]. Эффективное управление инновационной деятельностью предприятий региона должно основываться на объективных, полных, своевременных и достоверных показателях. Основным источником информации о внедрении нововведений, влиянии инновационной деятельности на конечные результаты работы предприятий является статистическая отчетность, данные которой обобщаются в соответствующих статистических сборниках. Форма №1-инновация является ежегодной формой статистической отчетности, как следствие – анализ проводится на основании показателей годовой давности. Среди предприятий Донецкой области в 2011 г. 9,5 % осуществляли внедрение инноваций [2]. По Украине этот показатель составил 12,8 %. При внедрении в 2011 г. 143 видов инновационной продукции было внедрено только 79 новых технологических процессов, что свидетельствует о преимущественно экстенсивном характере инновационных процессов. На фоне некоторого увеличения числа внедренных новых технологических процессов (в 2009 г. их было внедрено только 70), снижается доля технологических процессов, направленных на экономное расходование материальных и энергетических ресурсов. Если в 2009 г. этот показатель составлял 58 %, то в 2011 г. – 42 %. Внедрение инноваций в промышленности области непосредственно влияет на конечный результат деятельности предприятий, а именно на выпуск и реализацию инновационной продукции. Так, в 2011 г. доля реализованной инновационной продукции составила 2,1 % общего объема реализованной промышленной продукции, что на 0,2 % выше показателя 2010 г. [2]. Результаты проведенного анализа свидетельствуют, что существующие параметры анализа инновационной деятельности, основываются исключительно на данных прошлых периодов. На их основе сложно спрогнозировать будущее развитие инновационной деятельности. Все это подтверждает необходимость разработки новой системы показателей анализа инновационной деятельности, что обеспечит руководство предприятия и государственные органы действенным инструментом анализа, планирования, контроля и оценки результатов инновационной деятельности.

Литература

1. Стратегії розвитку регіонів : шляхи забезпечення дієвості. Аналітична доповідь – К. : НІСД, 2010. – 25 с.
2. Інноваційна активність промислових підприємств [Електронний ресурс] / Статистична інформація. – Режим доступу : http://www.donetskstat.gov.ua/statinform/nauka_i_in7.php

ОЦІНКА ФІНАНСОВОЇ БЕЗПЕКИ ДЕРЖАВИ З УРАХУВАННЯМ ФІНАНСОВОЇ СПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

На сучасному етапі розвитку економіки України одним з пріоритетних напрямів державної політики є забезпечення фінансової безпеки. В умовах відкритості вітчизняної економіки і все більш повної залежності її розвитку від динаміки світової економіки і процесів глобалізації очевидною стає необхідність попередження як зовнішніх, так і внутрішніх загроз фінансової безпеки. Однією з загроз фінансової безпеки держави є погіршення фінансової спроможності вітчизняних підприємств: в 2011 р. показники платоспроможності не досягають мінімально допустимих значень за всіма галузями, значна частка збиткових підприємств (45,5 %), фінансова залежність (62,8 %), низька частка чистих оборотних активів (5,2 %) і майна виробничого призначення (59,8 %) [1].

Засоби і методи забезпечення економічної і фінансової безпеки держави, які застосовуються в даний час явно недостатні. Незважаючи на скорочення дефіциту бюджету відносно ВВП до 1,8 % в 2011 р. [2] зберігається ряд проблем фінансової безпеки. У структурі боргу переважає зовнішній борг (54,8 %), що вже істотно становить загрозу економіці країни. Частка грошової маси у ВВП (коефіцієнт монетизації) складає 52,2 % при встановленому граничному значенні не більше 50 % [3]. Вартість банківських кредитів значно перевищує граничне значення – 15,3 % [3]. Це призводить до низької доступності та привабливості кредитів для позичальників та гальмує розвиток економіки.

Однією з причин зниження рівня фінансової безпеки держави є недостатня увага забезпеченню фінансової спроможності підприємств. В нормативно-правових документах наведено індикатори, критерії, підходи до інтегральної оцінки фінансової безпеки держави як складової економічної безпеки. Разом з тим, невирішеними залишаються питання оцінки фінансової безпеки держави з урахуванням фінансової спроможності підприємств. Логіку впливу фінансової спроможності підприємств на фінансову безпеку держави можна охарактеризувати таким чином: фінансова спроможність підприємства → фінансова безпека підприємства → фінансова безпека сукупності всіх підприємств → фінансова безпека держави → стан фінансової системи.

З метою комплексної оцінки фінансової спроможності підприємства доцільно використовувати розширену систему показників платоспроможності, фінансової стійкості та рентабельності. Такій оцінці передують ідентифікація типів фінансової спроможності підприємства: абсолютна, нормальна, порушена, передкризова, кризова. Використання методу інтегральної оцінки дозволяє надати узагальнену характеристику фінансової спроможності з різних сторін. Головною відмінністю цього підходу є комплексне дослідження фінансової спроможності підприємств за трьома напрямками: кількісний аналіз

(нормативний критерій) – засновується на порівнянні фактичних значень показників з нормативними; якісний аналіз (динамічний критерій) – передбачає аналіз тенденцій зміни показників фінансової спроможності; порівняльний аналіз динамічного нормативу з фактичними темпами зростання показників (нормативно-динамічний критерій). Результати аналізу фінансової спроможності на основі статистичної інформації за різними видами економічної діяльності у 2011 р. свідчать, що промисловість, сільське господарство, будівництво, транспорт та зв'язок знаходяться у передкризовому стані (рівень інтегрального показника в межах 0,32-0,5) та підтверджують вплив фінансової спроможності підприємств на фінансову безпеку держави (коефіцієнт кореляції інтегральних показників – 0,96). Для врахування рівня фінансової спроможності підприємств при оцінці фінансової безпеки держави пропонується доповнити систему її індикаторів інтегральним показником фінансової спроможності та фінансову політику – заходами щодо забезпечення фінансової безпеки на основі фінансової спроможності. Результати оцінки фінансової безпеки держави згідно з методикою розрахунку рівня економічної безпеки України [4] на основі її ключових індикаторів свідчать про тенденції зростання фінансової безпеки у 2007-2011 рр. з 60,7 % до 77,3 %. При врахуванні чинника фінансової спроможності підприємств оцінка рівня фінансової безпеки знижується на 6 % і складає в 2011 р. 73,0 %.

Заходи щодо забезпечення фінансової безпеки держави в частині фінансової спроможності підприємств можна сформулювати таким чином: розробка методики аналізу впливу фінансової спроможності підприємств на фінансову безпеку держави; визначення механізму відновлення фінансової спроможності і підвищення ефективності діяльності підприємств; передбачення в програмах соціально-економічного розвитку регіонів завдання щодо забезпечення їх фінансової спроможності. Використання інтегрального показника фінансової спроможності підприємств, розрахованого на базі статистичних даних, дозволяє врахувати її вплив при оцінці фінансової безпеки держави і виявити місце видів економічної діяльності та галузей промисловості у її забезпеченні.

Література

1. Показники економічного розвитку України [2011 р.] [Електронний ресурс] // Офіц. сайт Держ. служби статистики України. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Основні показники економічного та соціального розвитку України [2011 р.] [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Міністерства економіки України. – Режим доступу : www.me.gov.ua.
3. Вартість кредитів за даними статистичної звітності банків України і міжнародні резерви НБУ [2011 р.] [Електронний ресурс] // Офіційний сайт Національного банку України. – Режим доступу : www.bank.gov.ua.
4. Про методику розрахунку рівня економічної безпеки України: Наказ Міністерства економіки України від 02.03.2007 р. № 60 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua/control/npd/search>.

ЕКОНОМІЧНА СТІЙКІСТЬ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ: СУТНІСТЬ, ЧИННИКИ, СКЛАДОВІ

В умовах нестабільного зовнішнього середовища актуальне і найважливіше завдання будь-якого суб'єкта господарювання – спроможність зберігати стійкість в умовах впливу негативних чинників.

Поняття «стійкість» має декілька значень і вивчається у всіх галузях науки, в тому числі в економіці. В загальному розумінні стійкість – це властивість, що дозволяє системі витримувати зміни параметрів зовнішнього середовища, відмінні від розрахункових [1]. Різні аспекти дослідження економічної стійкості знайшли своє відображення в працях багатьох вітчизняних авторів: М. Аістової, С. Андрущака, М. Асаула, С. Бараненка, А. Брусової, А. Зуба, А. Кучерявого, Р. Огорокова та ін. Проте, не зважаючи на значну кількість досліджень, проблеми стійкості діяльності підприємств потребують розробки системи показників, які б відображали не тільки поточний внутрішній стан (структуру, засоби, ресурси, потенціал), а також вплив чинників зовнішнього середовища, які здебільшого і є причинами нестабільності та осередком виникнення кризових явищ..

Розглянувши підходи до визначення поняття «стійкість», можна виділити дві групи фахівців:

- перша група авторів [2-4] пов'язують стійкість з фінансовим станом підприємства – його рентабельністю, кредитоспроможністю, платоспроможністю, мірою відповідності прибутків і витрат та ін.;
- друга група авторів [5-7] визначає стійкість як комплекс складових – фінансово-економічної, кадрової, управлінської, ресурсної та ін., що характеризують загальний економічний потенціал підприємства.

Автор схильний поділяти думку другої групи авторів і розглядати стійкість підприємства як інтегральну характеристику всіх результатів його діяльності. Отже, на нашу думку, стійкість підприємства – це властивість створювати, розвивати і тривалий час зберігати конкурентні переваги за рахунок оптимального використання фінансових, кадрових, матеріально-технічних, інформаційних ресурсів, що призводить до зростання внутрішнього економічного потенціалу в цілому в умовах нестійкого зовнішнього середовища.

На рис. схематично представлена концепція забезпечення економічної стійкості промислового підприємства на основі його ресурсних можливостей, які формують внутрішній економічний потенціал, та з врахуванням особливостей поточного функціонування і стратегічних цілей розвитку.

Аналіз літературних джерел [1; 3; 4; 7] показав, що науковці для оцінки ефективності роботи підприємства виокремлюють наступні види стійкості його функціонування: економічна, стратегічна, фінансова, технологічна, кадрова,

виробнича, ринкова, організаційно-правова, ділова, інвестиційна, інноваційна, маркетингова, екологічна, соціальна.

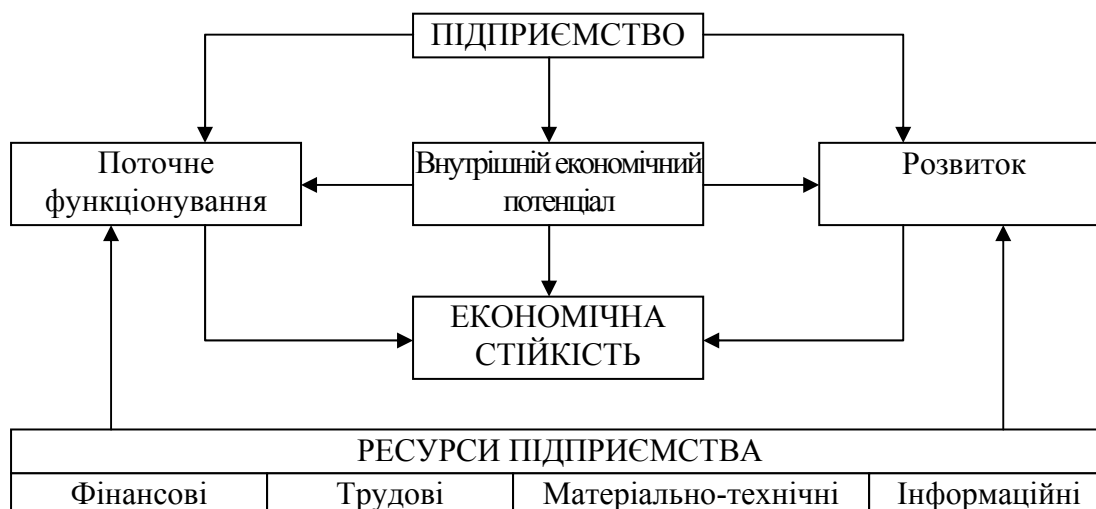


Рис. Концепція забезпечення економічної стійкості промислового підприємства

Ми вважаємо доцільним до переліку вже існуючих видів стійкості додати ще один різновид – антикризова стійкість, яка характеризує здатність підприємства до попередження розвитку кризових явищ або відновлення результативної діяльності в разі їх настання. В широкому розумінні під антикризовою стійкістю розуміють здатність підприємства повертатися у стан економічної рівноваги, після того, як воно було виведено з нього під впливом негативних наслідків кризи [7].

На сьогодні кількість досліджень, присвячених питанням антикризової стійкості промислових підприємств зводиться до мінімуму, тому поняття «антикризова стійкість» та перелік її складових визначені не досить чітко і потребують уточнення, що і стане наступним етапом досліджень автора.

Література

1. Борисов А.Б. Большой экономический словарь. – М.: Книжный мир, 2003. – 895 с.
2. Анохин С. Н. Методика моделирования экономической устойчивости промышленных предприятий в современных условиях / Анохин С. Н. – Саратов : Сарат. гос. техн. ун-т, 2000. – 40 с.
3. Гречаный В. В. Экономическая устойчивость предприятия и факторы ее стабилизации / Гречаный В. В. // Коммунальное хозяйство городов. – 2000. – № 26. – С. 157-159.
4. Иванов В. Л. Управління економічною стійкістю промислових підприємств (на прикладі підприємств машинобудівного комплексу) / Иванов В. Л. – Луганськ : Східноукр. нац. ун-т ім. В. Даля, 2005. – 266 с.

5. Іванова О. В. Організаційно-економічна стійкість підприємства в умовах ринку / Іванова О. В., Жуков П. П. // Коммунальное хозяйство городов. – 2004. – № 56. – С. 335-340.

6. Гринькова В. М., Козирева О. В. Соціально-економічні проблеми інноваційного розвитку підприємств: Монографія. – Х. : ВД «ІЖЕК», 2006. – 192 с.

7. Антикризисное управление: Учебник / Р. А. Попов. – М. : Высш. шк., 2006. – 429 с.

Обнявко Т.С.

викладач

Одеська військова академія (Україна)

НАПРЯМКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ВПК ЗГІДНО З КОНЦЕПЦІЄЮ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Питання забезпечення сталого розвитку військово-промислового комплексу (ВПК) України, який після 1990 р. досі знаходиться в хронічній кризі, є важливим чинником соціально-економічної модернізації нашої країни. Криза ВПК має системний характер і обумовлена різними причинами – різким зниження державних оборонних замовлень, значним скороченням фінансування Збройних Сил України (ЗСУ), заборгованістю держави перед ВПК за виготовлену військову продукцію, порушенням інтеграційних зв'язків з підприємствами-партнерами інших країн, відсутністю сучасних ресурсозберігаючих технологій тощо.

Незважаючи на певну кількість публікацій і досліджень із економічних проблем ВПК, їх не так багато та їх положення залишаються дискусійними. Існуючі дослідження не розкривають аспекти сталого розвитку ВПК у системному їх різноманітті, хоча саме ВПК є надзвичайно складним соціо-технологічним явищем, загрозливим чинником для навколишнього довкілля та для здоров'я і життя населення.

Загальновизнаним підходом до розуміння суті сталого розвитку країни та окремих галузей народного господарства є збалансований розвиток економічної, соціальної та екологічної складових, що забезпечують реалізацію синергійного впливу їх взаємодії. Концепція сталого розвитку орієнтована на консолідацію суспільства і визначає державні пріоритети та перспективи соціально-економічних перетворень, орієнтованих на «екологізацію» економіки та активізацію суспільної свідомості.

Можна окреслити такі основні проблеми, що створюють окремі ланки ВПК, і на які необхідно орієнтувати напрямки досліджень: 1) відсутність ресурсозберігаючих технологій у виробництві військової продукції; 2) проблеми утилізації відходів; 3) значне забруднення атмосфери; 4) забруднення водних ресурсів; 5) проблеми утилізації боєприпасів; 6) демографічні проблеми.

Сталий розвиток підприємств ВПК визначають різні чинники –

екологічні, соціальні, політичні, інформаційні, економічні, які, безумовно, впливають один на одного.

Головними напрямками сталого розвитку підприємств ВПК є:

- екологічний вектор: підтримання екологічної рівноваги в місцях функціонування підприємств оборонного комплексу; здійснення принципу превентивності щодо охорони навколишнього середовища; посилення синергетичної взаємодії економіки та екології; скорочення обсягів шкідливих викидів в атмосферу [1, с.92]; стабілізація та скорочення забруднення водних об'єктів [1, с.89]; формування програми захисту та відновлення ґрунтів; розробка програми підвищення лісистості територій під військовими об'єктами [1, с.93]; розробка програми уникання погроз природного та техногенного характеру, зниження темпів накопичення промислових та побутових відходів; розробка заходів щодо підвищення ефективності екологічного управління для мінімізації ризику виникнення надзвичайних ситуацій, виявлення причин можливих великих аварій.

- соціальний вектор: проведення соціально спрямованих реформ ВПК, орієнтованих на підвищення значущості людських ресурсів; підвищення рівня суспільної екологічної свідомості; створення ефективного механізму відповідальності керівництва підприємств оборонного комплексу за заподіяння шкоди навколишньому середовищу; розробка заходів щодо підвищення рівня суспільної екологічної свідомості серед керівництва та виробничого персоналу підприємств ВПК;

- формування політичних передумов: виділення відповідних коштів на екологічні заходи в оборонній галузі; створення нормативної бази для розвитку ринкових відносин в галузі оборонопромиловості; залучення органів державної влади і громадських організацій для забезпечення нормальних екологічних умов функціонування підприємств ВПК; формування програми сприяння розвитку підприємництва та мінімізації появи шкідливих відходів.

- створення інформаційних передумов: впровадження у виробництво сучасної науково-технологічної інформації та засобів інформаційного забезпечення про екологічний стан; створення спеціальних структур (центрів) для проведення комплексної рекламно-інформаційної, просвітницької кампанії з метою формування в суспільстві розуміння цінності сприятливого для життєдіяльності людини навколишнього природного середовища;

- економічний вектор: посилення синергетичної взаємодії економіки та екології; зниження ресурсоємності військового виробництва; впровадження енергоефективних технологій, що підвищить конкурентоспроможність підприємств ВПК у глобальному виробництві та знизить негативний вплив на навколишнє середовище [1, с.91]; підвищення рівня продуктивності праці в ВПК; підвищення інноваційної активності; боротьба з тіньовою економікою в ВПК.

Література

1. Цілі розвитку тисячоліття. Україна-2010 [Електроний ресурс]. – Режим доступу : http://www.undp.org.ua/images/stories/MDGs_UKRAINE_table_2011_UKR.pdf

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНТЕРНЕТ-РЕКЛАМИ

Реклама в Інтернет упродовж останніх років демонструє динамічне зростання унаслідок специфіки даного медіа – інноваційності, високого ступеня довіри у порівнянні із традиційною, точного попадання в цільову аудиторію і вимірюваності. Ще одним чинником розвитку даного маркетингового інструменту є можливість за допомогою Інтернет досягти дві третини молоді в великих і середніх містах, а також 40 % активного населення.

За даними [1], найефективнішими видами онлайн-реклами (після якої Інтернет-користувачі здійснювали покупку) вважаються: контекстна реклама (31,3 %), банерна реклама (21,5 %), публікації рекламного характеру (18,4 %). Саме на чоловіків впливають контекстна (34,4 %) і банерна (25,5 %) реклама. Публікації рекламного характеру трохи більш ефективні для жінок (19,2 %), ніж для чоловіків (17,8 %). Найперспективнішими видами Інтернет-реклами в Україні є банерна, контекстна та відеореклами.

Оскільки наразі Інтернет є основним джерелом будь-якої інформації для соціально активного населення, мережа постає як повноцінний та рівноправний заміник традиційним медіа, зокрема, телебаченню. Більшість молоді обирають для себе або переглядання телевізійних каналів саме в Інтернеті або просто користуються послугами відео сервісів, де можна знайти відео будь-якої тематики: репортажі, фільми, семінари, лекції, серіали тощо.

Саме тому відео – головна тенденція розвитку ринку онлайн-реклами. Для цього є ряд об'єктивних причин: швидке збільшення розташовуваного в мережі відео-контенту й збільшення інтересу до його перегляду; поліпшення пропускної здатності Інтернет-каналів і здешевлення тарифів, що сприяє розширенню потенційної аудиторії. Відео зараз є сегментом ринку Інтернет-реклами, що зростає найшвидше.

За даними Interactive Advertising Bureau [2], доходи від цифрового відео в першій половині 2011 р. досягали 477 млн. дол., що на 38 % вище показника за аналогічний період 2010 р. При цьому сегмент пошукової реклами з оборотом в 5 млрд. дол. залишається домінуючим в Інтернеті, але цього року очікується лише незначне його зростання.

На сьогоднішній день основними позиціями для розміщення реклами в Інтернет-відео є так звані преролли й постролли (від англ. Pre-roll і Post-roll).

Преролл – це рекламний ролик, розташований перед контентом, що хотів побачити користувач. Постролл, відповідно, – це ролик, розташований уже після того, як користувач подивився бажане відео. У кожного з форматів (преролл і постролл) є свої переваги й нюанси.

Так, преролли зазвичай обмежені в тривалості. У більшості випадків це 5 або 10 секунд, але є випадки, коли тривалість обмежена 15 секундами або взагалі не обмежена. Оптимальною довжиною преролла є 7-10 секунд,

не більше. Є ще формат mid-roll, що припускає розміщення рекламного відео всередині основного контенту з перериванням показу.

До форматів відеороликів на заході також відносять іншу рекламу, що користувачі бачать при перегляді відео. Це й звичайні банери, розміщені у вікні перегляду відео або у відеоплеєрі, текстові оголошення, які показуються при перегляді відео та інші більш нестандартні формати.

Аналітики вважають, що приплив рекламних доходів у сегмент відео буде тривати. Дослідницька компанія eMarketer очікує в наступні п'ять років ріст цього напрямку на 35-45 % щорічно й прогнозує на 2014 р. оборот ринку на рівні 5,2 млрд. дол. Але навіть у цей момент відео не зможе скласти конкуренцію пошуковій рекламі, оборот якої в 2014 р. оцінюється вже в 16 млрд. дол. [3].

Література

1. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.advertise.narod.ru/>
2. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.iab.net/>
3. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.mediarevolution.ru>

АНАЛІЗ ЕКОНОМІЧНОГО ФАКТОРУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Враховуючи сьогоденішню ситуацію в країні, а саме жорстоку конкуренцію між виробниками, що передумовлено насамперед нестабільністю зовнішнього середовища, в тому числі інфляційним процесом, підвищенням безробіття, складними політичними обставинами, недостатністю грошей у населення, від правильно вибраного вектора розвитку залежить подальша доля певного підприємства. Діяльність будь-якої організації проявляється у постійному розвитку, активності, виявленні нових і нових можливостей, розкритті існуючого потенціалу, що дозволяє збільшувати доходи фірми. Правильно вибраний вектор розвитку компанії являється невід'ємним її елементом, що забезпечує життєдіяльність організації.

Сталий розвиток потрібно досліджувати в економічному, екологічному, соціальному, політичному, правовому та організаційному напрямках, враховуючи наявний конкурентний потенціал організації.

В результаті проведеного дослідження та аналізу наукової літератури виявлено та класифіковано складові економічного фактора сталого розвитку (див. рис.).

Таким чином, економічний стан підприємства кількісно характеризується наступними групами показників: фінансова стійкість, ліквідність фінансових ресурсів, платоспроможність, ефективність використання капіталу, ринкова вартість компанії, економічного зростання.

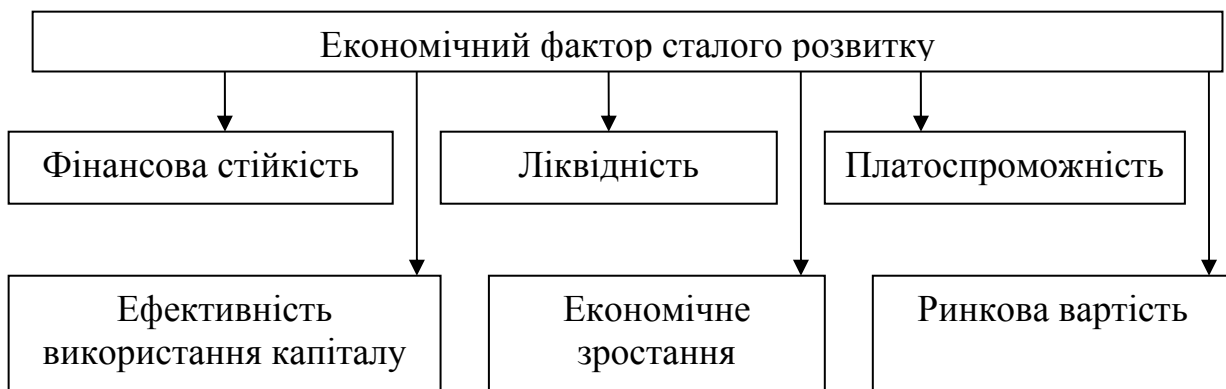


Рис. Внутрішні економічні фактори сталого розвитку підприємства

Сталий розвиток промислового підприємства – стан збалансованості між факторами: економічним, екологічним, соціальним, політичним, правовим, організаційним та конкурентним потенціалом організації.

Економічний фактор сталого розвитку підприємства – сукупність зовнішніх та внутрішніх чинників, що забезпечують безперервне зростання та покращення показників даного фактору.

Узагальнення методик, запропонованих українськими та зарубіжними економістами дало змогу розробити систему показників економічного фактору сталого розвитку, що основана на показниках фінансової сталості [1, с.343; 2, с. 12; 3].

До групи факторів фінансової стійкості відносяться: коефіцієнт фінансової автономії, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт фінансової залежності, коефіцієнт фінансового ризику, коефіцієнт маневреності власних оборотних коштів, коефіцієнт забезпеченості власними оборотними коштами, фінансовий леверидж.

Фактор ліквідності підприємства, що показує здатність швидко погашати свою заборгованість, складається з коефіцієнта абсолютної ліквідності, коефіцієнта термінової ліквідності, коефіцієнта поточної ліквідності.

Фактор платоспроможності представлений коефіцієнтом загальної платоспроможності.

Ефективність використання капіталу застосовується для характеристики фінансового стану підприємства, складовими даного фактору є показники прибутковості виробництва та показники оборотності оборотних коштів.

До складу фактору економічного зростання включено темп росту обсягу реалізованої продукції, темп зростання майна, підвищення ефективності господарської діяльності (тем росту чистого прибутку, темп росту рівня рентабельності), коефіцієнт сталості економічного зростання.

До групи факторів ринкової вартості підприємства відносяться показники: сума господарських коштів, що підприємство має у розпорядженні, питома вага активної частини основних засобів, коефіцієнт зносу основних засобів, коефіцієнт оновлення основних засобів, коефіцієнт вибуття основних засобів.

З метою оцінки динамічності розвитку підприємства слід проводити детальний аналіз даних показників, які відображають економічний фактор сталого розвитку промислового підприємства.

Література

1. Осипов В. І. Економіка підприємства: Підручник. – Одеса : Маяк, 2005. – 717 с.
2. Економіка підприємства в умовах ринкових перетворень: Монографія // За заг. ред. д-ра екон. наук, проф. О. Г. Янкового. – Одеса : Атлант, 2010. – 389 с.
3. Методика аналізу фінансово-господарської діяльності підприємств державного сектору економіки затверджено наказом Міністерства фінансів України від 14.02.2006 р., № 170. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/z0332-06>

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ СТРАТЕГІЇ М'ЯСОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

У процесі становлення ринкових відносин в Україні, питання, пов'язане з визначенням стратегічного розвитку підприємства, мають важливе практичне значення. В у мовах, коли майже всі опинилися в посткризовому становищі, з'явилась необхідність визначення найбільш ефективних заходів, що дозволяють підприємствам не тільки подолати кризу, а й розвиватись у майбутньому. Тому на даний момент кожен суб'єкт, незалежно від виду основної діяльності і форми власності підприємства повинні реально оцінювати власні перспективи розвитку. Сучасна асортиментна політика повинна бути спрямована на задовольняння попиту споживачів як в якісному, так і в кількісному плані, з певними конкурентними перевагами. Таким чином, формування асортиментної стратегії є актуальним напрямком для підприємств, які прагнуть бути конкурентоспроможними.

Огляд літературних джерел дозволяє зазначити, що сьогодні питанню формування асортиментної стратегії приділяється достатньо уваги в аспекті методичних підходів щодо формування стратегії підприємства взагалі.

Однак, залишається невизначеним безпосередньо механізм формування товарної стратегії в галузевому аспекті. Виникає об'єктивна необхідність у наукових розробках щодо формування саме асортиментної стратегії, що висвітлюється на прикладі м'ясопереробної галузі з урахуванням зовнішніх чинників впливу.

Товарна стратегія набуває все більшої значущості у задоволенні вимог споживачів до якості і асортименту продукції. Як свідчить світовий досвід, конкурентні переваги отримує то підприємство, яке найбільш компетентно в асортиментній політиці та володіє методами її реалізації. Для здійснення ефективного управління асортиментною політикою невід'ємною частиною при формування асортиментної стратегії є аналіз факторів внутрішньої та зовнішньої середовища, їх ранжування по ступеню значущості безпосередньо для м'ясопереробних підприємств [1].

В умовах сьогодення, на базі значного практичного матеріалу, зроблена змога показати вплив асортиментної стратегії на розвиток м'ясопереробних підприємств. Для проведення аналізу продукції та визначення позицій кожного виду продукції на ринку застосовують різні методи, серед яких найбільш поширеним є портфельна модель БКГ [2].

Вона дозволяє класифікувати кожен вид продукції по його частці або питомій вазі на ринку щодо основних конкурентів або в загальному об'ємі виробництва даного стратегічного продукту в загальному обсязі виробництва.

У основу розробки методу «Бостон консалтинг груп» лягла концепція ЖЦП, що є одним з методів ПА – матриці «портфеля продукції» корпорації,

запропонованого консультаційною фірмою «Бостон консалтинг груп». Цей метод припускає оцінку можливостей корпорації по двох критеріях:

1) зростання ринку, вимірюване за абсолютним обсягом галузевих продажів і темпами його зростання;

2) розмір контролюваною корпорацією частки ринку, вимірюваний у відсотках, і загальногалузевого об'єму продаж [3].

Використовуючи матрицю БКГ, підприємство може визначити, який вид продукції грає провідну роль в порівнянні з конкурентами, а також як повинне розвиватися її виробництво зараз і як будуть рости або скорочуватися надалі об'єми випуску і збуту товарів.

Застосований метод стратегічного аналізу дозволяє визначити пріоритетні та проблемні групи товарів з урахуванням галузевих особливостей та сформувані основні стратегічні напрями їх розвитку.

Розробка та реалізація асортиментної стратегії вимагає чіткого уявлення щодо вимог і можливостей споживачів, досконале знання ринку, постійного моніторингу стану і розвитку існуючих сегментів ринку (аналіз зовнішніх факторів) і ресурсних змін внутрі підприємства (внутрішні фактори), чіткого уявлення щодо власних можливостей.

М'ясопереробним підприємствам необхідно займатись розробкою нових видів продукції, розширюючи асортимент, який здатен задовольняти потреби споживачів різних номенклатури продукції.

Асортиментна стратегія повинна бути спрямована на підвищення конкурентоспроможності шляхом оптимізації ринкових пропозицій згідно попиту споживачів.

Література

1. Котлер Ф., Армстронг Г., Сондерс Д., Вонг В. Основы маркетинга. Пер. с англ. – М. : Вильямс, 2003. – 107 с.

2. Арефьева Е. Ассортиментная политика: слабое звено в формировании прибыли. // Финансовый директор. – № 8. – 2007. – С. 26.

3. Кудрявцев В. В. Инновационное развитие мясоперерабатывающих предприятий // Пищевая промышленность. – № 12 – 2006. – С.12.

4. Анализ и расстановка приоритетов по продуктам [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://pidkasisty.ru/Priority.html>

5. Ассортиментная политика [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.md-marketing.ru/articles/html/article10241.html>

ПРОМИСЛОВА БЕЗПЕКА ЯК ОДИН З ЧИННИКІВ КОРПОРАТИВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Виробничі процеси, що здійснюються на промислових підприємствах металургійної, машинобудівної, хімічної та інших галузях промисловості, є потенційно небезпечними для життя і здоров'я працівників. Тому промислова безпека є невід'ємною частиною стратегії корпоративної соціальної відповідальності компанії та одним з найважливіших факторів ефективного функціонування підприємств.

Промислова безпека – стан захищеності життєво важливих інтересів особистості і суспільства від аварій на небезпечних виробничих об'єктах і наслідків зазначених аварій [1].

Технологічний прогрес та інтенсифікація конкуренції стрімко змінює умови праці, процеси виробництва та його організацію. Провідне значення має законодавство, але тільки його недостатньо для того, щоб управляти усіма змінами і попереджати нові небезпеки і ризики [2]. Організації теж повинні постійно реагувати на зміни, що відбуваються в сфері охорони і безпеки праці, і розробляти та впроваджувати ефективні стратегічні напрями управління.

Треба зазначити, що питання промислової безпеки дорівнюються за значимістю проблемам охорони навколишнього середовища та екології.

Техносфера стала представляти для людини серйозну небезпеку. Хоча за останні кілька десятиліть впровадження автоматизації технологічних процесів та інших технологічних досягнень скоротило число людей, зайнятих в небезпечних процесах виробництва, їх чисельність залишається досить великою [3].

Безпека і здоров'я – це одні з головних пріоритетів у галузі, тому кожна організація будує різні системи безпеки, щоб уникнути травм для працівників.

Багато країн мають законодавство про безпеку та гігієну праці. Наприклад, Міжнародна Організація Об'єднаних Націй впровадила програму з безпеки та гігієни праці та навколишнього середовища «Safework» (безпечна праця). Її сутність полягає у шести принципах:

1. Всі травм і професійні захворювання можна і треба запобігти.
2. Керівництво несе відповідальність за безпеку і здоров'я персоналу.
3. Участь і підготовка співробітників з питань безпеки праці необхідна.
4. Безпечна робота є однією з умов зайнятості.
5. Перевага в безпеці і здоров'ї підтримує відмінні результати в бізнесі.
6. Безпека і здоров'я повинні бути інтегровані в усі процеси управління бізнесом [4].

В Україні також є система нормативів і законодавчо обумовлених вимог. До них відносяться гранично допустимі норми концентрації небезпечних речовин на виробничих площах і в навколишньому середовищі, вимоги з

установки необхідних пристроїв контролю за технологічними процесами, систем вибухово- і пожежозахисту, вимоги щодо рівню підготовки персоналу, правила техніки безпеки і багато ін. На виконання даних вимог галузеві міністерства і промислові підприємства розробляють власні нормативно-технічні та інструктивні матеріали, що регламентують їх діяльність в цій сфері.

Однак, організації не повинні обмежуватися питаннями забезпечення безпеки виробництва тільки лише в рамках законодавчих вимог. Повномасштабна стратегія управління ризиками промислового підприємства повинна охоплювати більш широке коло проблем, ніж просто дотримання ряду норм і правил. Існуючі ризики слід розглядати не тільки з технічної, але і з економічної, політичної, правової та екологічної точок зору.

Слід зазначити, що багато робітників травмується через елементарне нехтування правилами безпеки, або ж звичайну некомпетентність. Причина часто полягає у відсутності системи, коли кожна людина – від першого керівника підприємства до звичайного працівника чітко виконує власні функції, свої посадові обов'язки.

Тому підприємства мають розробити програми, що ґрунтуються на принципах пріоритетності життя і здоров'я працівників по відношенню до результатів виробничої діяльності, декларувати зацікавленість в створенні здорових і безпечних умов праці для всіх працівників і формувати у них стійкий мотиваційний механізм безпечної поведінки на виробництві.

Методологія оцінки рівня промислової безпеки повинна базуватися на факторах, що характеризують рівень аварійності та травматизму, а також на економічних показниках, наприклад, таких, як збитки від аварій, захворювань, розмір інвестицій у дотримання ефективного і безпечного виробництва.

Результатом від впровадженої системи оцінки є зниження збитків від простоїв устаткування, інцидентів, травм, профзахворювань, порушень вимог промислової безпеки, а також визволення необхідного обсягу ресурсів на забезпечення безпеки і найбільш раціонального їх розподілу. У подальшому науковому дослідженні необхідно розробити критерії оцінки, виділити характерні галузеві ризики та визначити рівні їх впливу на виробництво та функціонування підприємств.

Література

1. Закон України «Про охорону праці» від 14.10.1992 р.
2. Блохин К. Корпоративная социальная ответственность как фактор, балансирующий интересы в обществе / К. Блохин // Человек и труд. – 2007. – № 2. – С. 22-25.
3. Всеукраїнський виробничо-практичний журнал «Промислова безпека» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.prombezpeka.com>
4. World Steel Association [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.worldsteel.org>

ОЦІНКА МОЖЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ КЛАСТЕРА З ВИРОБНИЦТВА ДИТЯЧОГО ХАРЧУВАННЯ НА ПЛОДООВОЧЕВІЙ ОСНОВІ

Наявність дитячого харчування у кількості, що забезпечує фізіологічні потреби дитини, є запорукою здоров'я дітей та формування здорової нації. Згідно проведеного автором аналізу, рівень забезпечення потреби у дитячому харчуванні промислового виробництва, за останні декілька років по соках коливався на рівні 25-40 %, по пюре – 38-60 %, що значно менше ніж необхідно.

Негативна динаміка розвитку ринку створює необхідність проведення реформування відносин, пошуку нових шляхів взаємодії між підприємствами та владою. Автором було проведено SWOT-аналіз, результатом якого є усвідомлення того, що переважна більшість запропонованих рішень реалізовуватиметься швидше та дешевше при системній співпраці виробників, незважаючи на те, що вони конкуренти, та інших бізнес-структур, науки та особливо державних органів влади. Тому, автором запропоновано створення кластеру з виробництва дитячого харчування на плодовоовочевій основі, що надасть можливість відкорегувати діюче законодавство, збільшити виробництво вітчизняної продукції та досягти рівня продовольчої безпеки тощо.

Пропонований до створення кластер з виробництва дитячого харчування на плодовоовочевій основі на теперішній час можливо класифікувати наступним чином: це потенційний, традиційний за ознакою використання наукових розробок, виробничо-промисловий міжгалузевий мезо-кластер, потенційні учасники котрого концентруються навколо заводів-виробників дитячого харчування, мають високий рівень компетенцій та необхідні для розвитку дані. На теперішній час пропонується до створення кластер знаходиться у стадії агломерації та враховуючи, що всередині вже існують ознаки окремих кластерних структур, але немає стійких комунікацій кластер є латентим, може розвиватися на регіональному рівні та за умови збільшення кількості заводів-виробників дитячого харчування та географії їх розташування досягти національного масштабу.

На підставі проведеного кластерного аналізу автором запропоновано, на першому етапі, прийняти участь у формуванні кластера двом виробникам, а саме, СП “Вітмарк-Україна” ВАТ та ТОВ “Асоціація дитячого харчування”, як таким, що найбільш близькі одне до одного за оцінюваними показниками, та можуть створити ядро кластера. У подальшому є доцільним приєднання до них Тзов “Чарівна скарбниця”. Порівняння проводилось за обсягами виробництва, часткою ринка, динамікою розвитку, асортиментом, тощо. Автором була здійснена оцінка дотримання принципів кластерної організації виробництв, сформульованих Кропивко М.Ф. [1], згідно із методом експертного експрес-оцінювання, запропонованого Бесєдіним М.О., Бесєдіною Г.Є. [2], та розроблена послідовність проведення оцінки (див. рис. 1).



Рис. 1. Послідовність проведення оцінки дотримання принципів кластерної організації виробництва

Запропоновано проведення оцінки не тільки наявного стану, але і оцінка прогнозованого стану у перспективі, та їх порівняння. Згідно проведених розрахунків ступінь дотримання принципів кластерної організації на теперішній час за методикою вищезгаданих авторів дорівнює 61,5 % від максимально можливого рівня, а прогнозовано, можливо досягти рівня – 80 % . За запропонованою автором формулою 38,5 % та 85 % відповідно, що говорить про гарні перспективи розвитку кластеру (рис. 2, 3). Розрахунок якісних показників показав за п'ятибальною шкалою коефіцієнти 0,62 на теперішній час та прогнозовано 0,8. Таким чином можливо вважати, що створення кластера є перспективним та доцільним.

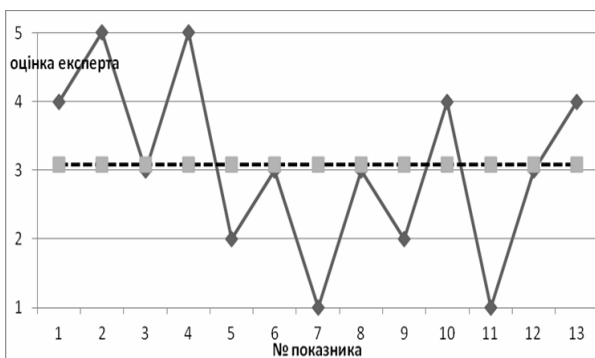


Рис. 2. Ступінь дотримання принципів кластерної організації виробництва дитячого харчування на плодовоовочевій основі (наявний стан)

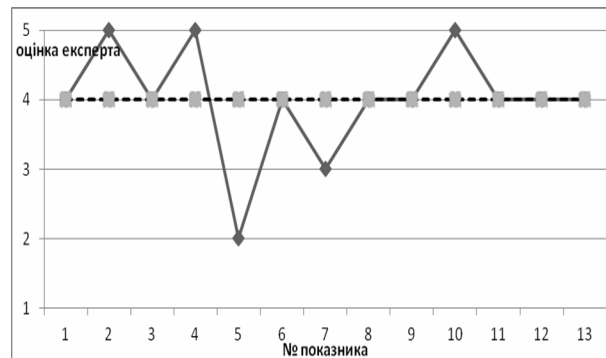


Рис. 3. Ступінь дотримання принципів кластерної організації виробництва дитячого харчування на плодовоовочевій основі (прогнозований стан)

Література

1. Кропивко М. Ф. Концептуальний підхід до кластерної організації та управління розвитком агропромислового виробництва / М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2010. – № 11. – С. 3-13.
2. Беседін М. О. Беседіна Г. Є. Кластерна організація та управління агропромисловим виробництвом/ М. О. Беседін, Г. Є Беседіна // Економіка АПК. – 2011. – № 6. – С. 9-14.

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЛЕЖНОГО РІВНЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ЯК ГОЛОВНА СТРАТЕГІЯ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Високий рівень капіталізації є необхідною умовою інтеграції промислових підприємств України в світовий економічний простір. Однак, як показує практика, вітчизняні господарські структури мають значно нижчий рівень капіталізації, ніж їх зарубіжні компанії-аналоги. Так, наприклад, різниця в показниках ринкової капіталізації американської компанії Freeport-McMoran Copper & Gold (металургія) і ММК ім. Ілліча (металургія) складає 52,3 млрд. дол., різниця в показниках ринкової капіталізації японської компанії Toyota Motor (автомобілебудування) і вітчизняного машинобудівного підприємства Мотор Січ складає 139,3 млрд. дол. і т.д. Однією з головних причин такого становища є недостатня увага до стратегічних аспектів процесів нарощування капіталізації. За таких умов актуальним є питання забезпечення належного рівня капіталізації як провідного стратегічного завдання промислових підприємств.

Об'єктивні тенденції розвитку капіталістичних виробничих відносин, конкуренції і монополізму потребують реалізації стратегії максимуму капіталізації підприємств, що при інших рівних умовах дає переваги бізнесу (рис.) [1, с.42].

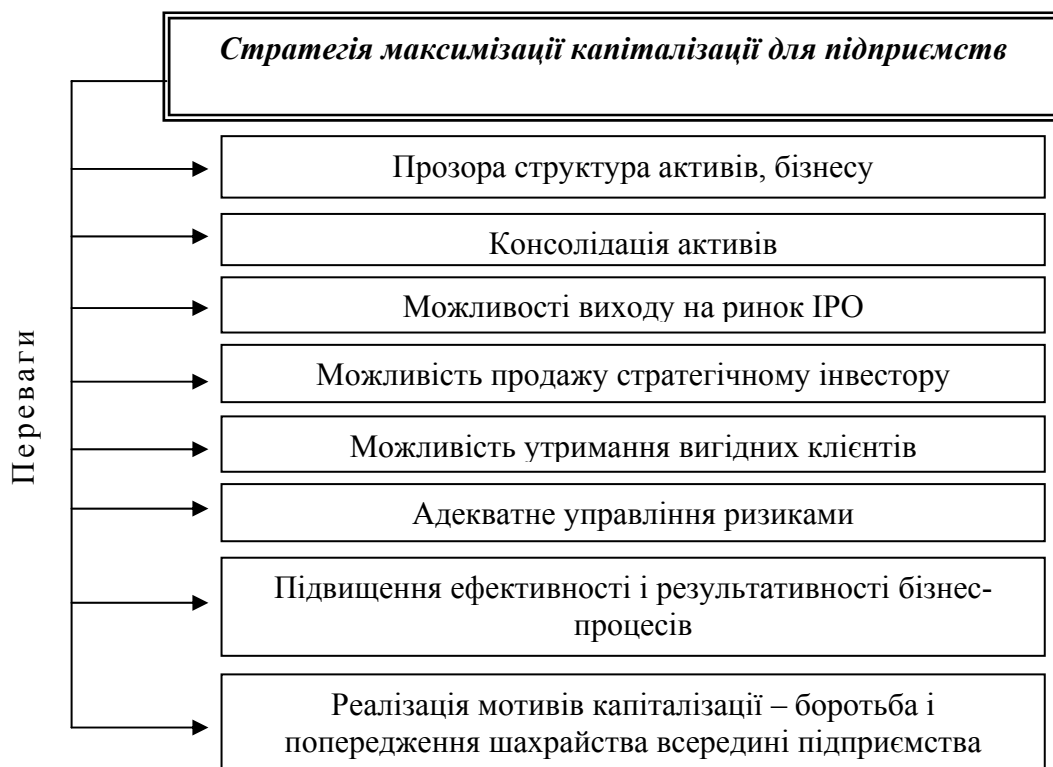


Рис. Переваги стратегії максимізації капіталізації підприємств [1, с.43]

Як зазначають авторитетні вчені І.П. Булеєв і Н.Ю. Брюховецька, основними напрямками удосконалення стратегії і підвищення капіталізації вітчизняних компаній мають бути [2, с.29]:

- згідно рекомендаціям П. Друкера, не менше 20 % доходу направляти на інвестиційно-інноваційний розвиток, капіталізацію;
- чітко розділяти капіталізацію реального і віртуального секторів економіки;
- розвивати внутрішні фондові ринки, максимальну кількість закритих акціонерних товариств перетворювати у відкриті;
- розробити методи оцінки вартості підприємств на момент виходу на ринок і коригувати їх у подальшому;
- виокремлювати на підприємстві капіталізацію матеріальних складових капіталу і капіталізацію інтелектуального капіталу;
- проводити підготовку і перепідготовку спеціалістів з питань стратегії підприємств і капіталізації;
- ввести офіційну статистичну звітність підприємств і організацій з питань капіталізації;
- удосконалити законодавство з питань капіталізації.

Таким чином, стратегічне забезпечення належного рівня капіталізації промислових підприємств є важливим завданням вітчизняних промислових підприємств. Наявність чітко розробленої стратегії забезпечення капіталізації дозволяє підприємствам модернізувати основні виробничі фонди, накопичити потужний інтелектуальний потенціал, захиститись від недружніх поглинань, підвищити конкурентоспроможність організації, накопичити її нематеріальні активи, знайти інвесторів, вийти на міжнародні ринки капіталів. А це означає стабільний розвиток і процвітання у майбутньому.

Література

1. Брюховецькая Н. Е. Определение понятия «капитализация» : сравнительный анализ / Н. Е. Брюховецкая // Капитализация предприятий : сущность, формы, моделирование факторов обеспечения: моногр. / под. ред. д.э.н., проф. Н. Е. Брюховецкой. – Донецк : ИЕП НАН Украины, ДонУЕП, 2011. – 210 с.
2. Булеев И. П. Институциональные аспекты стратегии и капитализации предприятий / И. П. Булеев, Н. Е. Брюховецкая // Економічний вісник Донбасу. – № 1. – 2010. – С. 25-29.

СКЛАДОВІ ЕКОНОМІЧНОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах господарювання пріоритетною для підприємства постає економічна стратегія, яка пов'язана з отриманням прибутку для подальшого розвитку. У зв'язку з цим виникає необхідність у визначенні складових економічної стратегії, успішна реалізація яких призведе до отримання прибутку відповідно до економічної цілі.

Дослідженню у сфері економічної стратегії присвячено багато праць вітчизняних та зарубіжних учених. Серед них можна виділити: Н.М. Белову, В.А. Горемикіна, О.П. Градова, О.В. Гродовського, В. Захарченко, О.І. Ковтуна, М.В. Макаренко, О.М. Махаліну, І.Г. Неделько, О.О. Шубіна, С.С. Скобкіна. Разом з тим, на сьогодні не існує єдиного підходу до складових економічної стратегії.

Економічна стратегія підприємства складається з окремих функціональних стратегій, що орієнтовані на зовнішнє та внутрішнє середовище діяльності підприємства.

Так, Макаренко М.В., Махалина О.М. [5, с.126] пропонують до складу економічної стратегії віднести такі складові:

- ті, які реалізуються у зовнішньому середовищі підприємства: товарна стратегія, стратегія ціноутворення, стратегія взаємодії підприємства з ринками виробничих ресурсів, стратегія поведінки підприємства на ринках грошей та цінних паперів, стратегія зниження трансакційних витрат, стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

- ті, які реалізуються у внутрішньому середовищі: стратегія зниження виробничих витрат, стратегія інвестиційної діяльності підприємства, стратегія стимулювання персоналу, стратегія запобігання банкрутства підприємства.

О.В. Гродовський у своїй роботі [7, с.8] доповнює зміст економічної стратегії наступними складовими:

- ті, що реалізуються у зовнішньому середовищі підприємства: дистрибутивна стратегія, комунікативна стратегія, соціально-орієнтована стратегія;

- ті, що реалізуються у внутрішньому середовищі підприємства: фінансова стратегія, логістична стратегія, стратегія НДЕКР (технологічних та технічних інновацій), стратегія організаційних перетворень.

В.А. Горемикін у своїй роботі виокремлює наступні основні складові економічної стратегії: соціальна стратегія, виробнича стратегія, фінансова стратегія, стратегічний менеджмент, маркетингова стратегія, стратегія наукових досліджень [6, с.8].

Необхідно відмітити, що різні підходи, які склалися на сьогодні до визначення складових економічної стратегії пов'язані з тим, що автори чітко не виокремлюють дерево цілей і економічну ціль.

Ми виходимо з того, що метою вищого рівня управління має бути економічна ціль, яка відображає інтереси власників, а всі інші цілі їй підпорядковуються [4, с.34]. У комерційних підприємствах превалюють економічні інтереси, тобто прагнення отримати прибуток. Для досягнення економічної цілі підприємства необхідно реалізувати цілі, які включають: виробничі, маркетингові, фінансові, персонал.

Виробничі цілі спрямовані на оптимізацію обсягу виробництва продукції, зниження її собівартості та підвищення якості. Основним ресурсом на підприємстві є персонал. Тому досягнення економічної цілі неможливо без успішного досягнення кадрових цілей. Покращення роботи з кадрами пов'язано з підвищенням кваліфікації персоналу та проведення ефективної мотиваційної політики.

Досягнення маркетингових цілей здійснюється за рахунок збільшення темпів зростання обсягу реалізованої продукції, збільшення частки ринку, підвищення ступеня соціальної відповідальності підприємства. Сьогодні вплив зацікавлених сторін на діяльність підприємства настільки значний, що соціальна відповідальність під впливом низки чинників стала, на нашу думку, частиною економічної стратегії підприємства. До таких чинників можна віднести: маркетингове позиціонування; цивільне позиціонування; організаційна культура. Таким чином, успішне досягнення маркетингових цілей сприяє підвищенню конкурентоспроможності і досягненню економічної цілі підприємства.

Цілі фінансової складової економічної стратегії спрямовані на зниження ступеня ризику банкрутства; забезпечення формування достатнього обсягу фінансових ресурсів відповідно до цілей підприємства; забезпечення найбільш ефективного використання сформованого обсягу фінансових ресурсів у розрізі основних напрямків діяльності підприємства; забезпечення постійної фінансової рівноваги підприємства у процесі розвитку. Таким чином, ми виділяємо наступні складові економічної стратегії: виробничу, маркетингову, фінансову, персонал.

Література

1. Макаренко М. В., Махалина О. М. Производственный менеджмент: учеб. пособие для вузов. - М. : ПРИОР, 1998. – 384 с.
2. Гродовський О. В. Механізм оцінювання економічної стратегії промислових підприємств у ринковому середовищі (на прикладі підприємств машинобудування). Авт. реф. на здоб. наук. ст. к.е.н. : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами. – Хмельницький. – 2010. – 22 с.
3. Горемыкин В. А. Экономическая стратегия предприятия: учебное пособие. Изд. 3-е испр. и доп. – М. : Альфа- Пресс, 2007. – 544 с.
4. Коупленд Т., Коллер Т., Муррин Дж. Стоимость компаний : оценка и управление. – 3-е изд., перераб. и доп. / Пер. с англ. – М. : Олимп-Бизнес, 2005. – 576 с.

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ

Нестабильность развития всей экономической системы является наиболее яркой особенностью современного этапа рыночного типа хозяйствования. Стихийный характер экономических связей порождает неуверенность в непрерывности деятельности организаций. С переходом Украины на принципиально новую экономическую модель развития коренным образом изменились условия функционирования организаций. В рыночной экономике организации несут полную ответственность за использование находящихся в их распоряжении ресурсов, поэтому стараются обеспечить стабильный экономический рост, в основе чего лежит их финансовая устойчивость.

Сегодня финансовая устойчивость организаций имеет огромное значение для экономического развития Украины. Особую значимость приобретает вопрос о принятии единого подхода к оценке и управлению финансовой устойчивостью организаций. Этот подход не должен противоречить принятым методам в зарубежной практике, в то же время должен учесть особенности украинских экономических отношений.

В зависимости от взглядов экономистов можно отметить и разные методические подходы к анализу такого важнейшего оценочного показателя деятельности организации, каким является финансовая устойчивость. Большинство авторов считает, что анализ финансовой устойчивости необходимо осуществлять с позиций системного подхода. Некоторые авторы придерживаются мнения, что более точные результаты анализа достигаются с использованием многофакторных моделей оценки финансового состояния, которые с определенным уровнем вероятности могут прогнозировать банкротство коммерческой организации [1].

Следует отметить, что современный анализ финансовой устойчивости организации постоянно меняется в условиях усиления влияния факторов внешней среды на функционирование организаций. Это обуславливает необходимость разработки новых и более гибких инструментов анализа финансовой устойчивости организаций, учитывающих возможные изменения внешних риск-факторов и позволяющих построить стратегию организации с учетом ее слабых сторон.

Сегодня главной проблемой эффективного функционирования предприятий Украины является отсутствие комплексной системы оценки финансовой устойчивости, которая бы действительно помогала руководству предприятия выявлять болевые точки и принимать правильные управленческие решения.

На наш взгляд, привлекает особое внимание методика оценки финансовой устойчивости, предлагаемая Григоряном А.А. Автор считает целесообразным

ввести следующие индикаторы в систему показателей анализа финансовой устойчивости организации:

1. Коэффициент финансового левериджа;
2. Коэффициент обеспеченности собственными оборотными средствами;
3. Коэффициент рентабельности собственного капитала;
4. Коэффициент рентабельности продаж;
5. Коэффициент текущей ликвидности;
6. Коэффициент достаточности операционного чистого денежного потока для покрытия текущих обязательств;
7. Коэффициент качества прибыли от операционной деятельности;
8. Показатели валютной позиции [2].

Недостаточный уровень собственных оборотных средств – один из характерных черт многих компаний. От значения этого показателя зависит рекомендуемая структура капитала для каждой организации. Так, для поддержания положительного значения собственных оборотных средств (COC) необходимо, чтобы собственный капитал организации был не меньше значения необоротных активов. Это означает, что чем больше отношение необоротных активов (HA) к оборотным активам (OA), тем больше должно быть отношение собственного капитала (CK) к заемному ($ЗК$). Математически это будет выглядеть [2]: $COC = CK - HA > 0 \Rightarrow CK > HA \Rightarrow ЗК < OA \Rightarrow \frac{CK}{ЗК}$

Таким образом, можно считать, что рекомендуемая структура капитала компании для поддержания ее финансовой устойчивости зависит от структуры ее активов (A).

Проведенное нами исследование показало, что абсолютное большинство экономистов не включают показатели денежного потока в анализ финансовой устойчивости организации, однако, показатели, основанные на генерировании денежных средств, отражают способность организации по обслуживанию задолженности более обоснованно, чем показатели, основанные на размере собственных средств.

По нашему мнению, рассмотренная методика оценки финансовой устойчивости с включением показателей денежного потока определяет финансовую устойчивость наиболее достоверно.

Литература

1. Білик М. Д. Сутність та оцінка фінансового стану підприємств // Фінанси України. – 2005. – № 3. – С. 117-128.
2. Григорян А. А. Обоснование системы показателей для оценки финансовой устойчивости предприятия // Финансы и учет. – М. : Издательство ИНГН. – 2011. – № 1 (3) / Январь-Февраль. – С. 16-18.

СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ГАЗОВИДОБУВНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Розвиток газовидобувної промисловості в Україні почався з 1924 р. із введення в експлуатацію Дашавського газового родовища. У післявоєнні роки відбувався інтенсивний розвиток газової промисловості за рахунок відкриття перспективних родовищ природного газу на Прикарпатті, в Причорноморсько-Кримській газонасній області та в регіоні Дніпровсько-Донецької западини.

Протягом наступних десятиліть за рахунок освоєння газових родовищ обсяги видобування природного газу зросли до 14,3 млрд. куб. м. у 1950 р. Відкриття великих газових родовищ на сході України (Харківська і Полтавська область) в 60-х роках дало змогу значно наростити обсяги видобутку. 1975 р. став рекордним для України, оскільки було видобуто максимальний обсяг блакитного палива – 68,7 млрд. куб. м. Починаючи з 1976 р. в Україні настав період падаючого видобутку, що було зумовлене виснаженістю родовищ, які експлуатувалися, та відсутністю нових великих родовищ. Така тенденція мала місце до 1994 р., коли обсяги видобутку скоротилися до 18,3 млрд. куб. м. Протягом 1994-2000 рр. видобуток був на рівні 18,1-18,4 млрд. куб. м. Із 2001 р. відмічено тенденцію до нарощення обсягів видобування природного газу з 18,4 до 21,2 млрд. куб. м. у 2009 році за рахунок введення в експлуатацію нових родовищ та підвищення ефективності використання ресурсної бази та виробничих потужностей газовидобувних підприємств. У 2010-2011 рр. видобуток був на рівні 20,5 і 20,1 млрд. куб. м. відповідно [1].

Скорочення обсягів видобування природного за часів незалежності України зумовлене обмеженістю та вичерпністю ресурсів викопних видів палива, відсутністю інвестування коштів в розробку нових родовищ та незначними обсягами капіталовкладень, що направляються у розвиток внутрішнього видобутку, відсутністю обґрунтованих стратегій розвитку видобувних підприємств.

Видобування природного газу в Україні здійснюють державне підприємство НАК «Нафтогаз України» та ряд приватних компаній. До видобувних структурних підрозділів НАК «Нафтогаз» належать ДК «Укргазвидобування», ПАТ «Укрнафта» та ДАТ «Чорноморнафтогаз». Дані дочірні підприємства видобувають значну частину природного газу в Україні.

Ліцензії на розвідку та видобуток природного газу в Україні почали видаватися недержавним підприємствам з 1995 р. для залучення довгострокових інвестицій в газовидобувну галузь. Якщо у 2000 р. підприємствами приватної форми власності було видобуто лише 0,5 млрд. куб. м. (2,8 % загального обсягу видобутку), то протягом наступних років відмічене щорічне нарощення обсягів видобування природного газу до 2,0 млрд. куб. м. (10 % загального обсягу видобутку). Дані цифри підтверджують відсутність

конкуренції між видобувними підприємствами, оскільки НАК «Нафтогаз» є монопольним підприємством. Дана ситуація склалася за рахунок низьких закупівельних цін на газ власного видобутку та різних перешкод щодо видачі ліцензій приватним підприємствам.

До приватних суб'єктів господарювання, які займаються видобутком природного газу в Україні на даний момент належать: ЗАТ «Нафтогазовидобування», СП «Полтавська газонафтова компанія», ЗАТ «Природні ресурси», ЗАТ «Укрнафтобуріння», ТЗОВ «Еско-Північ», ТЗОВ «Куб-Газ» та інші. Слід відмітити, що на дві перші названі приватні компанії припадає більше 60 % загального приватного видобутку природного газу.

Слід відмітити, що за результатами 2011 р. Україна займає 5 місце в світі за рівнем споживання природного газу, поступаючись США, Росії, Ірану та Канаді. За обсягами імпорту газу наша країна посідає 4 місце, поступаючись США, Німеччині та Італії. В 2011 р. споживання природного газу в Україні становило 54 млрд. куб. м, з яких 33,9 млрд. куб. м. було імпортовано з РФ. Забезпеченість власним видобутим газом від споживаного у 2011 р. становила 37,2 %, тобто країна самостійно задовольняє лише третину своїх потреб.

При наявних ознаках газової залежності в Україні збільшити видобуток блакитного палива так і не вдається. Проте ефективне використання наявної ресурсної та виробничої баз газовидобувних підприємств могли б покращити рівень енергетичної безпеки країни, скоротити залежність від імпорту природного газу. Це вимагає розробки принципово нових підходів при формуванні стратегій видобувних підприємств. Оскільки розвідані українські газові родовища майже повністю вироблені, а решту покладів знаходяться на великих глибинах або на морських акваторіях, то для нарощення обсягів видобутку необхідно розвивати технології і прийоми глибокого буріння та освоювати шельфові ділянки морів. А для цього необхідні значні капітальні вкладення, які можуть бути залучені за рахунок приватного капіталу видобувних підприємств недержавної форми власності.

Таким чином, покращення ситуації можна досягти за рахунок розвитку конкурентного середовища через збільшення кількості приватних видобувних підприємств, державної цінової політики, механізмів фінансування потреб видобувних підприємств, удосконалення методів управління та розробки обґрунтованих стратегій розвитку.

Література

1. НАК «Нафтогаз» України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.naftogaz.com>
2. Дзьоба О. Г. Потенціал газовидобувного комплексу України : сучасний стан та перспективи розвитку / О. Г. Дзьоба // Сталий розвиток економіки. – 2012. – № 2 (12). – С. 26-33.
3. Кордюкова М. А. Газова промисловість в Україні : сучасний стан та перспективи розвитку // Стратегія і механізми регулювання промислового розвитку: зб. наук. пр. / НАН України, Ін-текон. пром. – Донецьк, 2009. – С. 211-220.

МІСЦЕ І РОЛЬ ФРІЛАНСЕРІВ У СТРУКТУРІ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ УКРАЇНИ

В Україні швидкими темпами розвивається нова форма підприємництва – фріланс. Однак ця форма підприємництва ще недостатньо досліджена вітчизняними науковцями, що зумовлює відсутність чіткого визначення терміну «фріланс», «фрілансер», визначення місця фрілансу на ринку праці та іншої теоретичної бази для подальших досліджень.

Опрацювавши визначення науковців світу, нами сформульовано таке визначення терміну «фрілансер» – це висококваліфікований професіонал, який не є найманою робочою силою та не наймає працівників, забезпечує виконання різноманітних проектів в межах своєї спеціалізації для широкого кола клієнтів не укладаючи трудових договорів чи довготермінових контрактів.

Основні ознаки, якими можна виокремити фрілансера:

- 1) фрілансер працює самостійно, не залучаючи найманих працівників;
- 2) має можливість працювати віддалено з клієнтами з різних країн;
- 3) всі його договори є короткотривалими, переважно на час виконання одного проекту;
- 4) пошук клієнтів відбувається на спеціалізованих інтернет-біржах праці для фрілансерів, за рекомендацією попередніх клієнтів, в соціальних мережах, через персональні блоги тощо.

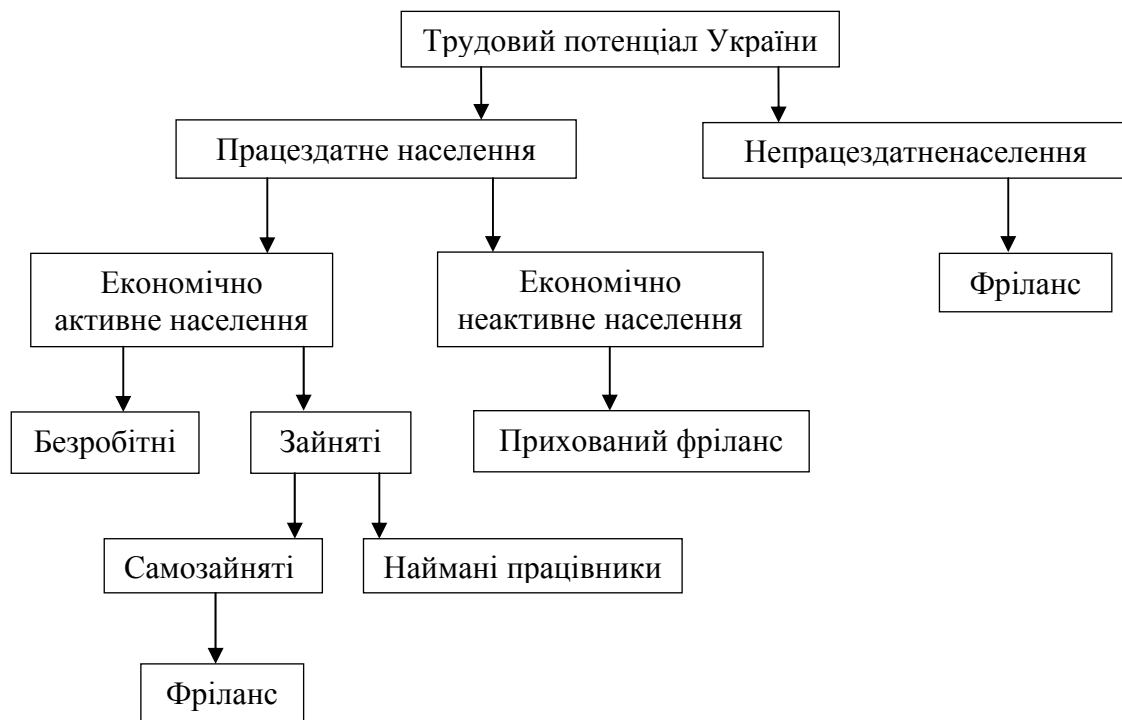


Рис. Місце фрілансу в структурі трудового потенціалу України* [1]

* удосконалено автором

З рис. можна зробити висновок, що фрілансери можуть бути і серед непрацездатного населення, оскільки вони працюють вдома, використовуючи тільки комп'ютер та Інтернет. Тому фрілансером може стати людина з обмеженими можливостями, більше того, бути високооплачуваним та затребуваним спеціалістом на міжнародному ринку праці. Це відповідно позитивно впливає на розвиток економіки України.

Також серед населення, яке відноситься до економічно неактивного є приховані фрілансери, які не зареєстровані, як підприємці, і працюють в «тіні». Вагомою причиною не бажання фрілансерів працювати «відкрито» і сплачувати податки до бюджету є невідповідність українського законодавства. Фріланс в Україні з'явився відносно не давно, а законодавство не повною мірою відповідає нормам та правилам такої індивідуальної підприємницької діяльності, яка здійснюється через Інтернет з клієнтами з різних країн на період виконання проекту. Фрілансери, співпрацюючи з клієнтами на значній відстані, а особливо, з іноземними клієнтами, не мають можливості підписати договір, так як це вимагає українське законодавство. Вони не захищені, наприклад, від відмови оплатити виконану роботу чи різноманітних змін умов домовленості. Тому фрілансери часто відчують себе не захищеними від проблем, пов'язаних з відсутністю гарантій оплати виконаного замовлення, соціальних пільг і гарантій тощо. Це сприяє співпраці з іноземними спеціалізованими інтернет-біржами праці, які вже достатньо розвинуті і дають певні гарантії як замовникам, так і самим фрілансерам. Фрілансери відносяться до самозайнятих, однак не всі самозайняті є фрілансерами. Категорія «самозайнятість» є значно ширша, ніж категорія «фріланс», та має певні відмінності. Основною відмінністю є те, що згідно з статтею 14 Податкового кодексу України «самозайнята особа є фізичною особою підприємцем або провадить незалежну професійну діяльність за умови, що така особа не є працівником в межах такої підприємницької чи незалежної професійної діяльності. Незалежна професійна діяльність – участь фізичної особи у науковій, літературній, артистичній, художній, освітній або викладацькій діяльності, діяльність лікарів, приватних нотаріусів, адвокатів, аудиторів, бухгалтерів, оцінщиків, інженерів чи архітекторів, особи, зайнятої релігійною (місіонерською) діяльністю, іншою подібною діяльністю за умови, що така особа не є працівником або фізичною особою – підприємцем та використовує найману працю не більш як чотирьох фізичних осіб» [2]. Тобто самозайнята особа може використовувати найману працю, на відміну від фрілансера, який завжди працює самостійно.

Література

1. Гурова М. И. Феномен «фриланс» в социально-профессиональной структуре современной России / М. И. Гурова // Теория и практика общественного развития. – 2012. – № 6. – С. 79-83.

2. Податковий Кодекс України від 02.12.2010 р., № 2755-VI зі змінами від 15.08.2012 р. на підставі 5043-17. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ ИРАКСКОГО КУРДИСТАНА

В сегодняшних условиях особый интерес представляет экономическое развитие стран Ближнего Востока и, в особенности, Ирака и его части – Курдистана. Это, в первую очередь, связано с потребностями всего мира в энергоресурсах, а Ирак является одним из государств-основателей Организации стран экспортеров нефти (ОПЕК), располагает ее крупными запасами.

Иракский Курдистан занимает ключевое геополитическое положение во всем Ближневосточном регионе. Повышение интереса бизнеса к сотрудничеству с Курдистаном, вызвано относительной безопасностью работы в этом районе Ирака, его автономностью в выборе приоритетов и принятии экономических решений, в том числе в части распределения нефтеносных участков. На территории Курдской автономии в ближне- и среднесрочной перспективе планируют начать свою деятельность большое количество крупных зарубежных компаний из разных стран, хотя с Украиной такие связи пока не установлены.

Проанализировав двусторонние торговые связи Иракского Курдистана с соседним с Украиной государством – Россией, можно прийти к выводу, что в последнее время их динамика постепенно увеличивается и, по всей видимости, этот процесс будет продолжаться и в будущем. С 2008 г. проводится работа в направлении установления российско-иракско-курдских связей. В рамках принятых договоренностей Россия получила мощный инструмент для проведения своей политики в Ираке и непосредственно в Иракском Курдистане – консульстве в Эрбиле. Уже несколько лет в Иракском Курдистане работает компания «Norbest Limited», которая была образована несколькими акционерами ТНК-ВР из консорциума AAR («Альфа-Групп», Access Industries и «Ренова»). Деловые отношения с местными организациями Курдистана начали устанавливать компании «ОРГРЭС» (филиал ОАО «Инженерный центр ЕЭС»), «ВТК «Нефтегазэкспорт», «Интерэнергосервис», «Стройтрансгаз», Трубная Металлургическая Компания [1].

Усиливаются связи Иракского Курдистана с Ираном и Турцией. По последним данным уровень товарооборота между Курдистаном и Исламской Республикой Иран в 2010 г. составил 7 млрд. дол. Товарооборот между Регионом Курдистан и Ираном увеличился в 2010 г. на 20 % по сравнению с 2009 г. Товарооборот с другим соседом – Турцией в 2009 г. составил 4 млрд. дол., а в 2010 г. – приблизился к 7 млрд. Ожидается повышение общего оборота с Турцией и Ираном до 20 млрд. дол. в год [2].

Проведенный анализ показывает, что экономическая ситуация в Ираке и в Курдистане в целом сохраняется стабильной, несмотря на очевидные проблемы в военно-политической области.

Анализируя динамику ВВП и развития макроэкономической ситуации, необходимо иметь в виду, что экономика Ирака и Иракского Курдистана пребывала в кризисном состоянии на протяжении 1990-х гг. вплоть до 2003 г. Причинами относительно низкой динамики развития экономики в целом является сложная военно-политическая ситуация и целый комплекс факторов, связанных с далекими от решения политическими, хозяйственными, структурными, социальными проблемами.

На наш взгляд, центральная проблема экономики как Ирака, так и Иракского Курдистана заключается в ее структурном несоответствии реальным потребностям современного национального хозяйства.

Дальнейшие перспективы развития нефтяной отрасли, на которую сейчас приходится более 90 % производимого в Ираке ВВП и более 95 % экспорта, связаны исключительно со способностями правительства не только аккумулировать, поступающие нефтедоллары, но и обеспечить нормальные условия для освоения этих средств внутри страны [2].

Острой проблемой экономики является демографическая ситуация. Страну продолжают покидать квалифицированные кадры.

На наш взгляд, перспективным для стабилизации и улучшения социально-экономической ситуации в Иракском Курдистане является развитие предприятий туристического бизнеса. Тенденция значительного роста численности туристов характерна как для региона, так и за его пределами, где рост в 2011 г. составил 616 % по сравнению с 2007 г. и 146 % по сравнению с 2010 г. В связи с увеличением потока туристов увеличивается и количество предприятий, обслуживающих отрасль: отелей, мотелей, ресторанов, туристических деревень, общей численности мест.

Такое бурное развитие туризма в Иракском Курдистане, на наш взгляд, будет оказывать значительное влияние на формирование валового внутреннего продукта, обеспечение занятости населения, явится источником валютных поступлений, активизирует внешнеторговый баланс и в целом выступит в качестве фактора экономического роста Курдистана. Воздействуя на такие ключевые отрасли, как транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство, производство потребительских товаров, туризм выступит своеобразным катализатором развития всего социально-экономического пространства Иракского Курдистана.

Литература

1. Касаев Э. О. Институт Ближнего Востока О российско-иракских экономических связях [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.iimes.ru/?p=15551#more-15551>
2. Касаев Э. О. Об экономической обстановке в Ираке // Институт Ближнего Востока. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kurdistan.ru/2010/08/03/articles6315_Ob_ekonomicheskoy_ob.html

Лупенко А.М.

студент,

Борісов О.Г.

к.е.н., доцент

Одеський інститут фінансів УДУФМТ (Україна)

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах розвитку ринкового середовища та зростаючої мінливості характеру діяльності підприємства виникає необхідність стратегічного підходу до управління зокрема до планування діяльності підприємства.

Стратегія розвитку підприємства – це генеральна комплексна програма дій, яка визначає пріоритети і проблеми підприємства, його місію, головні цілі і розподіл ресурсів для їх досягнення. Вона формулює цілі та основні шляхи для їх досягнення, таким чином, що підприємство має спільний напрямок розвитку. За своїм змістом стратегія розвитку підприємства представляє собою довгостроковий плановий документ, тобто результат стратегічного планування. В свою чергу, стратегічне планування здійснює визначення цілей на певний період та основних напрямків діяльності підприємства для їх досягнення. Розробка стратегії підприємств досить складний і тривалий процес, який включає постійну переоцінку і періодичну перевірку вибраних цілей, аналіз стану зовнішнього середовища діяльності та самого підприємства [1].

Важливе місце в сучасних ринкових умовах господарювання для кожного підприємства займає не тільки забезпечення ресурсами, які необхідні для досягнення поставлених цілей, але й стратегічний розвиток на перспективу, без якого неможливе ефективне функціонування в ринковому конкурентному середовищі.

Формування стратегії розвитку підприємства дає змогу визначити як підприємство буде функціонувати на ринку та виробити сценарії із врахуванням умов зовнішнього середовища (розвиненість і вік галузі, кількість конкурентів та їх позиції, характеристика та прибутковість ринку тощо) та внутрішнього середовища (потенціал підприємства, технічне оснащення, якість, ціна, продукція, фінансування, ресурси, персонал тощо), характер їх змін; визначити мету діяльності та оцінити стратегічні конкурентні переваги [2].

Найбільш визначальним та суттєвим рішенням при стратегічному плануванні є вибір цілей діяльності підприємства. Існує система стратегічних цілей, яка має відповідати певним вимогам. Система стратегічних цілей:

- повинна бути багаторівневою – це означає, що повинна бути визначальною головна ціль та ряд підрядних цілей;
- неоднорідною за періодом часу;
- різноманітною за змістом або предметом відображення, тобто має бути вказано конкретне виробництво, інвестиційна діяльність;
- нерівнозначною за об'єктом характеристики.

Основне завдання, тобто загальну ціль підприємства прийнято називати місією підприємства. Її вибір залежить від зовнішнього середовища та чинників існування конкретного підприємства. На основі загальної місії підприємства формуються його стратегічні цілі. Від їх характеру буде залежати реальність та ефективність вибраної стратегії підприємства. Якщо стратегічні цілі будуть конкретними, вимірюваними, чітко орієнтовані в часі, досяжними, збалансованими, взаємно підтримуючими та ресурсно забезпеченими, то і стратегію підприємства буде визначено правильно та ефективно.

Основними етапами стратегічного планування на підприємстві є:

1) визначення місії підприємства; 2) формулювання стратегічних цілей; 3) аналіз зовнішнього середовища та оцінка актуальності і реальності діяльності підприємства; 4) аналіз потенціалу підприємства, перспектив його розвитку; 5) вибір генеральної стратегії; 6) аналіз стратегічних цілей; 7) розробка функціональних та ресурсних стратегій; 8) впровадження, контроль та оцінка результатів вибраної стратегії.

Після визначення місії підприємства починається діагностичний етап стратегічного планування. Першим і найбільш важливим кроком при цьому є вивчення зовнішнього середовища діяльності підприємства [3].

Аналіз зовнішнього середовища – це процес безперервного спостереження, вивчення та контролю дії зовнішніх чинників по відношенню до підприємства для того, щоб своєчасно і якомога конкретніше визначити позитивну та негативну дію зовнішніх чинників, якими є політичні, економічні, науково-технічні, соціальні, міжнародні і т.п. Слід відмітити, що при розробці та здійсненні стратегії значне місце посідає аналіз ринкових чинників, які безпосередньо впливають на діяльність підприємства, тобто розглядають попит, пропозицію, кон'юнктуру та рівень конкуренції за певною системою показників.

Отже, важливим кроком коригування стратегії підприємства є доведення до всіх працівників місії і цілей підприємства. При їх знанні кожен співробітник підприємства буде прагнути до поставлених цілей і намагатися, щоб виконувана ними робота відповідала дійсності. При цьому працівники повинні ототожнювати своє благополуччя з благополуччям усього підприємства. Відповідно з цим керівництво повинне захищати інтереси працівників на всіх рівнях, що спричинить за собою відчуття впевненості, захищеності і надійності. Чинником процвітання підприємства є згуртованість колективу, тому необхідно розвивати почуття поваги і взаєморозуміння шляхом розвитку старих традицій і закладки нових.

Література

1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ua-referat.com>
2. Королев Д. Эффективное управление проектами. – М. : ИНФРА-М, 2004. – 427 с.
3. Козаченко А. В., Ляшенко А. Н., Ладыко И. Ю. и др. Управление крупным предприятием : Монография. – К. : Либра, 2006. – 384 с.

СИСТЕМА ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Комплексний механізм оцінки економічної безпеки будівельного підприємства передбачає формулювання системи показників її оцінки. За результатами огляду та аналізу літературних джерел [1, с.88-97; 4, с.76-80; 6, с. 117-119] та практики функціонування будівельних підприємств, сформуємо систему показників оцінки економічної безпеки за чотирма групами, які відображають специфіку діяльності підприємства будівельної галузі, а саме:

- Група 1. Показники фінансової безпеки (ЕБф) – коефіцієнт автономії, коефіцієнт поточної ліквідності, коефіцієнт фінансової стійкості, коефіцієнт забезпеченості власними коштами, коефіцієнт рентабельності активів, коефіцієнт рентабельності будівельно-монтажних робіт;

- Група 2. Показники операційної безпеки (ЕБо) – коефіцієнт придатності основних засобів, питома вага власних будівельно-монтажних робіт, фондівдача, коефіцієнт використання виробничої потужності, співвідношення темпів росту обсягів будівельно-монтажних робіт і собівартості будівельно-монтажних робіт, концентрація будівельно-монтажних робіт у часі;

- Група 3. Показники кадрової безпеки (ЕБк) – коефіцієнт постійності складу персоналу, коефіцієнт співвідношення середньої зарплати на підприємстві і в галузі будівництва, продуктивність праці (виробітка);

- Група 4. Показники інвестиційно-інноваційної безпеки (ЕБі) – рентабельність інвестованого капіталу, коефіцієнт самофінансування, коефіцієнт інвестиційної активності, частка робіт з використанням новітніх технологій, частка впроваджених інновацій.

Запропонована структурована система показників дає змогу експертам провести оцінку економічної безпеки будівельного підприємства за наступними складовими: фінансова, виробнича (операційна), кадрова та інвестиційно-інноваційна. В якості інформаційної бази для розрахунку слугуватиме звітність будівельних підприємств, а саме: Ф1 «Баланс», Ф2 «Звіт про фінансові результати», Ф1-кб, Ф2-інвестиції, Ф1-інновація.

Кількість і склад показників кожної з груп може змінюватися залежно від специфіки, можливостей і цілей будівельного підприємства. Відбір найбільш важливих показників оцінки необхідно проводити експертною групою кваліфікованих спеціалістів. На цьому етапі необхідно провести:

1. Складання загального переліку показників, наданих всіма експертами (за винятком повторень).

2. Оцінка кожним експертом відповідності кожного показника специфіці підприємства.

3. Розрахунок загальної експертної оцінки відповідності і-го показника специфіці підприємства.

Кожне підприємство на цьому етапі формування показників самостійно визначає склад і кількість цих показників.

Після визначення системи показників необхідно встановити їх еталонне (бажане, нормативне) значення. На цьому етапі збирається інформація щодо визначеної бази порівняння, якою може бути показники підприємства – основного конкурента, середньогалузеві показники, показники найкращого періоду роботи підприємства, бажані максимально можливі значення і т.п. Вибір еталонного показника також здійснюється експертами, а потім ці показники стандартизуються.

Слід сказати, що від якості вибраної системи показників залежить в цілому і якість оцінки економічної безпеки будівельного підприємства, оскільки зазначена система показників представляє собою інформаційне забезпечення комплексного механізму оцінки, що виступає як процес безперервного цілеспрямованого підбору відповідних інформативних показників, необхідних для управління підприємством і підготовки ефективних оперативних управлінських рішень щодо підвищення економічної безпеки.

Перевагами запропонованої системи показників інформаційного забезпечення є уніфікованість, тому що показники базуються на загальноприйнятих стандартизованих принципах обліку, які дозволяють використовувати типові технології і алгоритми розрахунків, а також порівнювати ці показники з іншими аналогічними підприємствами. Крім того, слід зазначити чітку регулярність формування показників інформаційного забезпечення (в установлені нормативні терміни) і високий ступінь надійності, оскільки звітність, яка формується на базі бухгалтерського обліку, надається зовнішнім користувачам і підлягає зовнішньому аудиту.

Література

1. Довбня С. Б. Діагностика рівня економічної безпеки підприємства / С.Б. Довбня, Н. Ю. Гічова // Фінанси України. – 2008. – № 4. – С. 88-97.
2. Євдокімов Ф. І. Узагальнююча оцінка фінансової складової рівня економічної безпеки підприємства / Ф. І. Євдокімов, О. В. Мізіна, О. О. Бородіна // Наукові праці Донецького національного технічного університету. Серія: економічна. – Вип. 46. – Донецьк, ДонНТУ, 2002. – 216 с.
3. Козаченко Г. В., Пономарьов В. П., Ляшенко О. М. Економічна безпека підприємства: сутність та механізм забезпечення: Монографія. – К.: Лібра, 2003. – 280 с.
4. Камышникова Э. В. Формирование универсальной шкалы оценки уровня экономической безопасности предприятия / Э. В. Камышникова // Вісник ДонНУЕТ. Сер. Економічні науки. – 2009. – № 4 (44). – С. 76-80.
5. Основи економічної безпеки: [підруч.] / О. М. Бурка, В. Є. Духов та ін. – Харків: Нац. ун-т внутрішніх справ, 2003. – 236 с.

5. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Довбня С.Б.

д.е.н., професор,

Пономаренко В.П.

к.е.н., професор

Національна металургійна академія України (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Динамічне ринкове середовище посиляє вітчизняним підприємствам ряд глобальних викликів таких як: нестабільна законодавча база, тіньові явища в економіці, стрімкий розвиток інформаційної бази та електронних технологій, глобалізація та посилення впливу фінансово-економічної кризи і т. і. Успішна діяльність та розвиток підприємств в таких умовах вимагають перехід до сучасних, інноваційних технологій управління («менеджменту 2») [1-3].

Інноваційні технології управління охоплюють всі основні функції: планування, організацію, управління та контроль. Аналіз традиційного та інноваційного менеджменту дозволив виявити основні відмінності між ними та сформулювати особливості інноваційних технологій при реалізації основних функцій.

Інноваційні технології планування, на наш погляд, в перш чергу є необхідними на стратегічному рівні: по-перше, тому що саме обґрунтованість стратегії визначає перспективи розвитку підприємства; а, по-друге, тому що саме цей етап планування є найменш проробленим і слабо формалізованим. Відносно технології формування стратегії слід зазначити наступне. Традиційне управління передбачає: по-перше, одно варіантність, без альтернативності розробленої стратегії; по-друге, розробка стратегії є прерогативою топ-менеджерів, вона формується і доводиться до робітників «згори вниз». Інноваційне управління, яке орієнтовано на підвищену мінливість зовнішнього середовища, має наступні характеристики технології розробки стратегії: стратегія формується «знизу до гори» при безпосередній активній участі працівників, використовується інтерактивний підхід, при розробці має місце багатоваріантність.

Важливою особливістю є також зміна цільових орієнтирів підприємства. Традиційно, в більшості випадків, генеральна ціль підприємства визначається як прибуток, додана вартість чи якийсь інший кількісний вираз фінансового результату. Натомість «менеджмент 2» наголошує на необхідності формування соціально-орієнтованих цілей, спрямованих на задоволення потреб суспільства та підвищення відповідальності перед ним. Реалізація організаційної функції в першу чергу стосується використання нових підходів до формування та актуалізації організаційних структур управління. Для традиційного управління характерні: відокремленість підрозділів та жорсткість границь між ними, бюрократична ієрархія, влада згідно посад, прийняття рішень виключно

керівниками. Перехід до інноваційного управління передбачає: гнучкі плоскостні структури, зменшення розмірів та кількості постійних підрозділів, збільшення проектних (цільових) та віртуальних підрозділів, а також підрозділів, що орієнтовані на кінцевий результат; не жорстка влада згідно професіоналізму та вкладу, колегіальне прийняття рішень.

Мабуть найбільші відмінності мають місце в мотивації персоналу, де відбувається все більша орієнтація на методи нематеріальної мотивації. Інноваційне управління на відміну від традиційного, сфокусованого на продуктивність праці, передбачає насамперед орієнтацію на талант, стимулювання розвитку творчих здібностей та найбільш ефективного використання потенціалу кожного робітника. Доцільно також відмітити, що в процесі управління традиційно підвищена увага приділяється, в першу чергу, зростанню та раціональному використанню фінансових і матеріально-технічних ресурсів підприємства. На відмінність від нього інноваційний менеджмент головну увагу концентрує на підвищенні компетентності трудових ресурсів та ефективності їх використання, а також на технологічних та інформаційних ресурсах. Методи контролю є слідством всіх попередніх рис. При традиційному управлінні вони вертикальні, відповідно до ОСУ та бюрократичної влади. Інноваційні технології відзначаються наявністю горизонтального контролю, тобто оцінки колег та самооцінки.

Особливістю відношення традиційного управління до інновацій є те, що вони розглядаються і є чимось винятковим. Розробку їх здійснюють переважно керівники чи ентузіасти. Мотивація інновацій слабка, майже відсутня. «Менеджмент 2», який по своїй суті сам є інноваційним, передбачає безперервність їх здійснення всіма співробітниками при наявності посиленої мотивації. Особливо слід наголосити на необхідність формалізації всіх управлінських функцій, представлення їх, а також етапів та операцій в вигляді бізнес-процесів, які передбачають кількісну оцінку кінцевого результату та впровадження електронних технологій управління.

Таким чином, перехід до технологій інноваційного управління вимагає від підприємства впровадження: інтерактивного планування; колективного формування управлінських рішень на базі електронного документообігу; системи мотивації, яка орієнтована на досягнення цілей та розвиток творчого потенціалу; моделювання та оптимізацію бізнес-процесів, а також освоєння економіки знань. Саме така кардинальна трансформація системи управління підприємством може забезпечити йому найважливішу конкурентну перевагу – своєчасну адаптацію до турбулентних змін зовнішнього середовища.

Література

1. Хэмел Г. Будущее менеджмента / Пер. с англ. – 2009. – 327 с.
2. Котлер Ф., Каслионе Д. Хаотика (Управление и маркетинг в эпоху турбулентности) / Пер. с англ. – 2009. – 206 с.
3. Тапскотт Д., Вильямс Э. Викиномика: как массовое сотрудничество изменяет все / Пер. с англ. – 2009. – 344 с.

Маслак О.І.
д.е.н, професор,
Безручко О.О.
аспірант

Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
(Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ОЦІНЮВАННЯ ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ЦИКЛІЧНИХ КОЛИВАНЬ

Оточуюче середовище є досить мінливим, динамічним та нестабільним, що змушує всіх без винятку учасників економічної діяльності максимально швидко адаптуватись у нових умовах господарювання, проявляти гнучкість та пристосовуваність, необхідні для стабільного росту.

Являючи собою інтегровану сукупність ресурсів та можливостей підприємства, потенціал стає своєрідною основою для вирішення поставлених завдань, запорукою ефективної та результативної діяльності компанії на всіх стадіях життєвого циклу. Відповідно особливої актуальності набувають питання адекватного та якісного оцінювання потенціалу підприємства в умовах «хвилеподібного» економічного розвитку.

Важливим завданням сучасних досліджень залишається пошук оптимального використання наявного економічного потенціалу як в умовах економічного розвитку, так і в умовах економічного спаду, що викликає необхідність розробки максимально адекватного, точного та якісного методу оцінки потенціалу підприємства в умовах циклічних коливань.

Усі існуючі методики оцінки економічного потенціалу підприємства мають свої позитивні та негативні сторони, що відповідним чином впливають на якість кінцевого результату. Однак, жодна з них не враховує циклічність розвитку підприємства, що, на наш погляд, є досить важливим аспектом у процесі оцінювання.

Для вирішення поставлених завдань пропонуємо застосування синергетичного підходу до оцінювання економічного потенціалу з врахуванням клімату стадій життєвого циклу підприємства.

Даний метод передбачає всебічну характеристику всіх основних складових економічного потенціалу (виробничо-технологічної, трудової, фінансової, маркетингової, організаційно-управлінської, санаційної та стратегічної); дає змогу не лише кількісної, але і якісної оцінки (за допомогою застосування лінгвістичних змінних); надає можливість підвищення ефективності процесів прогнозування загального стану господарюючого суб'єкта, розробки максимально доцільної та раціональної програми розвитку; досить точно розкриває недоліки у роботі підприємства на кожній стадії його функціонування.

Інтегральний показник для кожної складової економічного потенціалу визначається як середнє значення відібраних коефіцієнтів за визначений календарний період, що обумовлено рівнозначністю між собою усіх показників

кожної групи. З метою розрахунку інтегрального показника рівня економічного потенціалу підприємства необхідно визначити вагові коефіцієнти для кожної складової потенціалу за допомогою методу експертних оцінок.

Інтегральний показник рівня економічного потенціалу підприємства розраховується за наступною формулою:

$$I = \sum_{i=1}^n I_j \times r_j, \quad (1)$$

де I_j – інтегральний показник j -ої складової економічного потенціалу;
 r_j – вага j -ої групи показників.

З метою якісної оцінки рівня економічного потенціалу пропонуємо застосовувати систему класифікаційних ознак, розроблену на основі широковідомої шкали Харрінгтона, однак дещо модифікованої авторами відносно розрахованих даних та наявної статистичної інформації.

Наступним етапом синергетичного підходу є визначення фази життєвого циклу економічного потенціалу підприємства. При цьому значення мають не лише кількісний та якісний рівень економічного потенціалу, але й зміни, пов'язані з плином часу. Це обумовлено тим, що одне й те саме кількісне значення може відповідати різним фазам, адже графічна форма життєвого циклу передбачає можливість потрапляння точок з однаковими координатами по осі Y (рівень економічного потенціалу) на різні проміжки кривої та, відповідно, у різні стадії життєвого циклу.

Для вирішення зазначеної проблеми пропонується враховувати загальний економічний стан досліджуваного господарюючого суб'єкта. Запропонована методика базується на бальній оцінці темпових змін основних показників діяльності підприємства. При цьому перехід від бальної шкали оцінювання до коефіцієнтної здійснюється за допомогою наступної формули:

$$k_i = \frac{\lambda_i}{\max \sum \lambda_i}, \quad (2)$$

де k_i – коефіцієнтне вираження показника загального економічного стану підприємства; λ_i – бальна оцінка загального економічного стану підприємства у певному періоді аналізу; $\max \sum \lambda_i$ – максимально можлива бальна оцінка загального економічного стану підприємства (40 балів).

Співставивши рівень економічного потенціалу господарюючого суб'єкта з його загальним економічним станом за допомогою розробленої матриці, можемо визначити стадію життєвого циклу економічного потенціалу підприємства.

Таким чином, синергетичний підхід до оцінювання економічного потенціалу підприємства дає змогу охопити всі його складові з врахуванням їх взаємодії та взаємозв'язків між собою. Визначення стадії життєвого циклу потенціалу підприємства у ході реалізації даної методики надає можливість підвищувати рівень прогнозування та планування, обирати максимально ефективні стратегію та тактику залежно від поточного стану господарюючого суб'єкта, а також сприяє розробці раціональних програм розвитку на майбутнє.

ANALYSIS OF METHODS OF THE ASSESSMENT OF LEVEL OF ECONOMIC SAFETY OF THE ENTERPRISES

With development of the market relations the domestic enterprises faced a problem of essential reduction of support from the state and need of creation by own forces of conditions for safe development. Effective functioning of the enterprise depends on level of its economic safety. Estimates of level of economic safety it is carried out on the basis of scientific approaches and by means of the developed techniques. It is not necessary to identify these concepts that in economic literature meets often.

For definition of quantitative level of economic safety of the enterprise some approaching is used: display, resource and functional, program and target. The display approach consists in establishment of level of economic safety as a result of comparison of the actual indicators of activity of the enterprise with indicators which threshold values of these indicators and corresponding to a certain level of safety act. At inexact determination of values of indicators level of economic safety will be incorrectly defined.

The resource and functional approach assumes definition of level of economic safety by means of an assessment of efficiency of use of resources of the enterprise. At application of this approach of an assessment of level of economic safety of the enterprise it is identified with the analysis of a condition of its financial and economic activity. The program and target approach is based on integration of the indicators defining level of economic safety of the enterprise. When using this approach it is necessary to give considerable attention to selection of indicators and definition of methods of their integration [1].

The method of expert evaluations assumes to carry out forecasting of possible threats of the enterprise on the basis of the conclusions made by experts. Insufficient qualification of experts and subjectivity at decision-making can be the main shortcomings of this method. Besides, possible influence of one expert on other members of group if the method of collective expert estimates is applied. The method of the analysis and processing of scenarios is intended for forecasting of various options of development of a situation, an optimization method - for an option choice at which the desirables result is reached, teoretiko-game methods - for definition of options of development of the enterprise in unpredictable to environment.

The theory of artificial neural networks it is based on modeling of nonlinear dependences at the solution of a task. We consider that this method is difficult for use in activity of machine-building enterprises at the present stage of their development. The main condition of use of a method of extrapolation is rather stable development of the enterprise, after all conclusions about value of look-ahead indicators in future periods become on the basis of studying of their dynamics in the previous periods. This method is irrelevant for application as the present situation of machine-building

enterprises is characterized by instability and to essential fluctuations of financial performance. Methods of forecasting of bankruptcy are reduced mainly to identification of symptoms of financial crisis of the enterprise therefore considerably limit essence of concept «economic safety». The group of methods of a complex assessment of threats assumes an assessment of risks of the enterprise and identification of threats, without connecting this analysis with establishment of level of economic safety of the enterprise [1].

For use of economic safety of the enterprise in economic system the solution of the following questions is necessary: establishment of gradation of economic safety, establishment of methods of an assessment of a condition and level of economic safety, establishment of indicators of economic safety of the enterprise, establishment of ways of providing demanded level of safety.

The main methods of an assessment of economic safety of the enterprise are:

1. the threshold method which is used in different variations and can give or two gradation: dangerously/safely, or bigger quantity of gradation, for example normal state precritical, crisis, critical and others. An essence of this method – threats or ways of protection are defined, indicators and threshold values are determined by each threat. The threshold method uses criterion: if at least one indicator doesn't correspond, the condition is dangerous.

2. a resource and functional method – a method of economic efficiency. The essence of this method – the enterprise develops various actions for protection against threats and on everyone estimates economic result. On the basis of this method level of economic safety is offered to be estimated on the basis of cumulative criterion by weighing and summation of the separate functional criteria defined by means of comparison of possible size of a damage which can be caused to the enterprise (organization), and efficiency of actions for prevention of such damage. The cumulative criterion of economic safety is necessary for comparing previous and this year. If its value grows, level of economic safety improves.

3. a complex method – on the basis of calculation of an integrated indicator of economic safety.

4. a method on the basis of the theory of economic risks. The essence – on various threats pays off a damage. The damage is compared to size of profit, the income, property.

Literature

1. Methods and approaches to an assessment of level of economic safety machine-building enterprises / Source : Publishing house Education and Science s.r.o. Conference, 2010 / Author : Yakubovich Z. V.
http://www.rusnauka.com/10_NPE_2010/Economics/62532.doc.htm

Арутюнян А.Р.

к.т.н., доцент,

Радченко М.В.

студент

Криворізький національний університет (Україна)

ВПРОВАДЖЕННЯ НОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРИКЛАДІ «МЕТІНВЕСТ ХОЛДИНГ ГРУП»

Основною мірою всесвітнього прогресу і розвитку будь-якої діяльності є людина зі своїми матеріальними та духовними потребами, мотивацією і конкретними інтересами. В сучасних умовах ринкової економіки збереження прибуткових позицій є найважливішим завданням для господарської або комерційної організації чи установи. Управління персоналом набуває дедалі більшого значення як чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства, досягнення успіху в реалізації його стратегії.

У наш час ефективність діяльності підприємства розглядається не тільки в економічному контексті, пов'язаному із поняттями якості продукції, прибутку та продуктивності, але й з такими поняттями особистого і психологічного плану як корпоративна культура, задоволеність працівників своєю працею, рівень мотивації тощо.

Технологія управління персоналом – це сукупність засобів, форм і методів впливу на персонал у процесі його наймання та розвитку з метою отримання найкращих остаточних результатів трудової діяльності. Технологія управління персоналом регламентується спеціально розробленими нормативно-методичними документами: нормами та нормативами, посадовими інструкціями, стандартами організації, схемами документообігу, схемами функціональних взаємозв'язків та іншими документами.

Підприємства, об'єднані у «Метінвест Холдинг Груп» – міжнародну вертикально-інтегровану групу компаній із видобутку руди, вугілля, виробництва коксу та виплавки сталі, впродовж вагомого періоду часу перебування на вітчизняному та іноземному ринках впевнено будують ефективну систему управління персоналом для реалізації загальної стратегії стійкого розвитку групи.

Значним кроком у цьому напрямі стала єдина Програма розвитку кадрового резерву, розроблена «Метінвестом» разом із московською бізнес-школою СКОЛКОВО. Метою Програми було вивчення найкращих практик та поетапне засвоєння досвіду світових лідерів. Програма складається із 6 модулів, присвячених питанням стратегії, операційної діяльності, побудови бізнес-моделей, прийняття рішень і т.д.

Викладачами Програми виступають найкращі професори провідних західних шкіл бізнесу: London Business School (Великобританія), Massachusetts Institute of Technology (США), IAE Aix-en-Provence (Франція). За підсумками жорсткого конкурсного відбору, який став своєрідною «фабрикою зірок», не лише топ-менеджери, але й молоді амбіційні фахівці отримали можливість увійти до кадрового складу холдингу «Метінвест».

У компанії завершується процес побудови системи оплати праці на основі принципу справедливості. Принцип справедливості досягається за рахунок встановлення однакових діапазонів заробітної платні для посад однакових ґрейдів. До методів нематеріального стимулювання праці варто віднести проведення конкурсів професійної майстерності та можливість отримання другої вищої освіти молодими перспективними робітниками за рахунок підприємства.

В цілому, завдяки проведеній роботі з поповнення кадрового резерву молодими фахівцями, вдалося суттєво владнати демографічну проблему кадрового дефіциту та створити потенціал кваліфікованої молоді. Нові напрямки у формуванні кадрового резерву дозволять уникнути випадків формального зарахування працівників до складу команди підприємства без відповідного рівня освіти, без детального вивчення їхніх професійних та ділових якостей, які не найкращим чином виявляються у робітника на початковому етапі його діяльності.

Отже, сучасна система управління персоналом повинна бути спрямована на підвищення конкурентоспроможності підприємства, його довгостроковий розвиток і максимальний рівень прибутку. На даний час більшість фахівців - економістів вважає, що формулою успіху організації є людські ресурси, тому їх цінність невідомо зростає з кожним днем.

Інвестиції у людські ресурси, їх формування і розвиток стають дедалі вигіднішими. В епоху швидких змін зовнішнього середовища найкращим кроком до збереження рентабельності компанії є забезпечення кваліфікованими співробітниками.

Формування кадрового резерву за активною участю керівників організації із залученням професійних науковців і всесвітньо відомих практиків, як демонструє нам приклад «Метінвест Холдинг Груп», є безперечною запорукою успіху на ринку.

ЕФЕКТИВНІСТЬ УПРАВЛІННЯ КАР'ЄРОЮ ПРАЦІВНИКІВ ТОРГІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз кар'єри працівників здійснюється з метою виявлення тенденцій її змін протягом певного проміжку часу. Даний аналіз дозволяє виявити наявні зв'язки між потребами у професійно-кваліфікаційному зростанні працівників та можливостями торговельного підприємства у реалізації цих потреб з метою отримання соціально-економічного ефекту.

З метою ефективного управління кар'єрою працівників торговельного підприємства, вдосконалення механізму управління кар'єрою працівників, підвищення конкурентоспроможності торговельного підприємства, потрібно постійно здійснювати оцінювання ефективності управління кар'єрою працівників торговельного підприємства.

Виділяють два діаметральні підходи до аналізу кар'єри працівників торговельного підприємства [1]: аналіз на рівні індивідів; аналіз на рівні підприємства.

При аналізі кар'єри на рівні індивіда її успішність визначається самою особою. При такому підході кар'єра пов'язується не тільки з успішністю в обраній сфері діяльності, але і з успішністю освоєння всього різноманіття життєвих ролей.

При здійсненні аналізу на рівні індивідів відбувається безпосередній контакт з працівниками, який націлений на виявлення їхньої задоволеності можливостями кар'єрного зростання на торговельному підприємстві.

Даний аналіз проводиться за допомогою анкетування та інтерв'ювання працівників.

Об'єктом аналізу на рівні торговельного підприємства є результати проведених заходів щодо розвитку кар'єри працівників конкретного підприємства.

До даних заходів відносяться: навчання працівників та управлінський розвиток; професійно-кваліфікаційне просування; формування кадрового резерву.

Аналіз процесу навчання працівників передбачає здійснення оцінювання відповідності отриманих у процесі навчання знань таким, які забезпечують подальший кар'єрний розвиток на торговельному підприємстві.

ROI Methodology пропонує оцінювати *HR*-проекти з точки зору вигод для торговельного підприємства, які вони створюють у порівнянні з витратами, яких вони вимагають. Методика дозволяє проводити комплексне оцінювання ефективності проектів у сфері навчання та розвитку працівників [2].

Ефективність навчальних програм також визначається за допомогою трендового аналізу попередніх періодів. Під час його проведення визначається тенденція зміни показників до проведення заходів і зіставляється з отриманими у результаті фактичними даними. Різниця між трендом і фактичним

результатом приписується впливу програми.

Найбільш детальне оцінювання ефективності програм навчання може бути на основі моделі Д. Кіркпатріка [3], яка передбачає такі етапи або рівні оцінювання: реакції учнів; рівня знань; поведінки на робочому місці; впливу на економічні результати.

На першому рівні працівників, що навчалися просять оцінити навчальну програму, яку вони пройшли.

Другий рівень характеризується вимірюванням результатів навчання. Тобто, визначається, чи отримали працівники ті знання і навички, які були закладені в програму. З цією метою необхідно провести тестування до і після навчання, щоб переконатися, що відповіді на поставлені у тестах питання відповідають цілям навчання. Підсумовуючи результати всіх працівників тренери можуть точно оцінити підсумки навчання.

На наступному етапі здійснюється аналіз використання працівником на робочому місці набутих у процесі навчання знань.

Заключний рівень характеризується оцінюванням впливу проведеного навчання на основні показники діяльності торговельного підприємства. До таких показників можна віднести: товарооборот, прибуток, плинність кадрів, відвідуваність торговельного підприємства тощо.

Для визначення ефекту від формування кадрового резерву на підприємстві І. Скопіна пропонує здійснювати порівняння запланованих і фактичних показників [1].

Виходячи з планів розвитку торговельного підприємства перед кожним HR-заходом ставляться конкретні цілі. На даний момент більшість торговельних підприємств в основному орієнтуються на декілька цілей, але вони повинні бути чітко сформульовані і розставлені за пріоритетами.

Таким чином, результати комплексного оцінювання ефективності можуть слугувати певними індикаторами, які фокусують увагу на основних проблемах роботи з персоналом та дають змогу здійснити подальше дослідження стану розвитку кар'єри працівників торговельного підприємства.

Література

1. Стратегії управління кадровим резервом в умовах кризи [Електронний ресурс]. – Системні вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/2000/ NT/XP. – Web : http://www.lnu.edu.ua/faculty/ekonom/Visnyk_Econom/2009_41/145-150.pdf.
2. Методика оценки эффективности управления карьерой [Електронний ресурс]. – Системні вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/ 2000/ /NT/XP. – Web : <http://uecs.mcnip.ru/modules.php?name=News&file=article&sid=110>.
3. Применение модели Киркпатрика для оценки дистанционного обучения [Електронний ресурс]. – Системні вимоги: Pentium-266 ; 32 Mb RAM ; Windows 98/2000/NT/XP. – Web : <http://www.distance-learning.ru/db/el/69BE57E25251AD79C3256DE8003B6A20/doc.html>.

МОТИВАЦІЙНА СИСТЕМА ПІДПРИЄМСТВА: СУТНІСТЬ, ОСНОВНІ КОМПОНЕНТИ ТА ЇЇ ПОСИЛЕННЯ

Ринкові форми господарювання відкривають широкі можливості для формування і практичного використання різних мотивів з метою підвищення трудової активності працівників. Аналіз мотиваційних процесів, їх змісту, динаміки, механізмів використання сприяє виявленню важелів для підвищення ефективності і рентабельності торговельних підприємств. Розуміння теоретичних засад мотивації і оволодіння її механізмом є однією з головних функцій управління і найефективнішим засобом активізації персоналу торговельного підприємства. Сучасні світові теорії мотивації ґрунтуються на визначенні потреб людини та їх структури. Вони діляться на дві категорії: змістовні та процесуальні. Змістовні теорії мотивації (А. Маслоу, Д. Мак-Клелланд, Ф. Герцберг) засновані на ідентифікації тих внутрішніх спонукань (потреб), які змушують людей діяти так, а не інакше. Процесуальні теорії мотивації як більш сучасні (теорія очікувань, теорія справедливості та модель Портера-Лоулера), ґрунтуються на поведінці людей залежно від сприйняття та пізнання. Ці теорії мотивації, хоча й відрізняються за низкою питань, не є взаємовиключними. Вони активно використовуються у вирішенні щоденно виникаючих завдань, що спонукають людей до ефективної праці.

Мотиваційна система управління персоналом повинна відповідати вимогам створення конкурентоспроможної, високопрофесійної, мобільної, гнучкої робочої сили. Безліч факторів, які впливають на мотивацію трудової діяльності, здатні максимізувати її рівень лише тоді, коли вони активно взаємодіють між собою як складна відкрита цілісна мотиваційна система. Мотиваційна система – це найбільш завершена форма організації процесу мотивації, яка характеризується цілісністю функціонування певної сукупності мотиваційних елементів, органічно пов'язаних і сполучених за матеріальними, соціальними, духовними і інституціональними потребами різноманітних груп носіїв інтересів для досягнення поставлених цілей підприємства.

Серед економічних компонентів мотиваційної системи найбільшу мотиваційну функцію на підприємстві виконує заробітна плата. Підприємству вкрай важливо вчасно досліджувати задоволеність своїх працівників рівнем їхньої оплати праці і постійно його коректувати, орієнтуючись на цінність працівника. Для виконання заробітною платою мотиваційної функції необхідна наявність наступних умов: заробітна плата викликає зацікавленість працівника у її отриманні; пов'язана з кінцевими результатами роботи та цей зв'язок очевидний; працівник в процесі праці не зіштовхується з негативними факторами, що заважають роботі.

Важливою економічною складовою мотиваційної системи є рівень освіти

і кваліфікації працівника. Вплив освіти на рівень мотивації праці має зростаючу лінійну залежність. Для підприємства вкрай важливо знайти можливості для підвищення освіти, кваліфікації і професіоналізму своїх працівників.

Формування та функціонування ефективної мотиваційної системи неможливе без врахування соціальних та інституціональних факторів мотивації трудової діяльності, що склалися в тій чи іншій країні. Необхідно знати реалії національної структури трудової сфери країни, зокрема, враховувати соціально-економічний генотип нації, тип економічного мислення, соціальну пам'ять людини, її менталітет, особливості трудової поведінки як колективу підприємства, так і окремої особистості [1, с.42].

Значну роль у формуванні ефективної мотиваційної системи грає її психологічна складова, що включає в себе такі елементи внутрішньої мотивації як ціннісні орієнтації працівника, можливість самореалізації, самодисципліна, підвищення самооцінки, здатність працівника до інновацій, перенавчання, ризиків, його творчі та організаторські здібності. Саме психологічні фактори мотивації повинні враховуватись керівництвом підприємства при прийомі працівника на роботу та призначенні його на ту чи іншу посаду, при застосуванні тих чи інших елементів мотиваційного механізму.

Організаційною складовою мотиваційної системи є принципи керівництва – приписання, нормативні положення для врегулювання відносин між керівником і підлеглими в рамках концепції управління, що діє усередині. Керувати людьми означає, по суті, керувати інтересами. Можна бути упевненим, що організаційна поведінка людей і процеси самоорганізації будуть носити конструктивний характер, якщо керівнику вдасться: підкорити інтереси людей цілям підприємства; чи привести інтереси людей у відповідність з цілями підприємства; чи досягти сполучення і навіть повного збігу особистих і групових інтересів з цілями підприємства.

Основними стратегічними напрямками підвищення ефективності застосовуваних методів посилення мотивації є: вдосконалення структури існуючих матеріальних і нематеріальних стимулів, реформування оплати праці; соціальне убезпечення працівників на основі інвестицій в їхній розвиток; залучення потенціалу соціального партнерства, вдосконалення колективно-договірного регулювання праці та її оплати; запровадження оцінювання ефективності мотиваційного механізму використання персоналу. Тільки мотиваційна система, яка носить складний, відкритий і цілісний характер, здатна створити конкретну структуру мотивів, що можуть спонукати працівника до високопродуктивної і якісної праці заради задоволення власних потреб та одночасно на благо всього підприємства.

Література

1. Семикіна М. Аспекти перебудови ментальності працівників у системі мотиваційного менеджменту / М. Семикіна // Україна: аспекти праці. – 2008. – № 4. – С. 40-46.

Долгова Л.І.

к.е.н., доцент,

Шергіна Л.А.

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Київський національний економічний університет ім. В Гетьмана»
(Україна)

ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Термін «соціальний капітал» тільки недавно увійшов у науковий обіг. Є певні спроби систематизації основних методологічних підходів до вивчення соціального капіталу як наукової категорії. Ці дослідження потребують продовження, у тому числі і в напрямі такого визначення сутності та змісту поняття «соціальний капітал», яке б дозволяло використовувати його в управлінні на рівні підприємства.

Аналіз і узагальнення літератури дає підстави дати наступне визначення соціальному капіталу як предмету менеджменту на рівні виробничої організації. На рівні організації соціальний капітал можна визначити як нематеріальний актив, що створюється організацією через систему соціальних взаємовідносин на внутрішньоорганізаційному, міжорганізаційному й організаційно-інституціональному рівні та чинить синергетичний вплив на результати її діяльності завдяки здатності мобілізувати ресурси чи знижувати витрати. При цьому організація виступає в ролі колективного актора, носія певного соціального капіталу.

Особливістю цього визначення є виокремлення двох форм існування соціального капіталу виробничої організації, а саме: взаємодії співробітників у системі внутрішнього середовища організації та зовнішньої взаємодії організації як соціального утворення з суб'єктами зовнішнього середовища.

У слові соціальний капітал слово соціальний апелює до характеристики його втіленості у мережі зв'язків, а слово капітал – до можливостей отримання конкурентних переваг від його використання шляхом активного, усвідомленого необхідного вибудовування соціальних стосунків.

Особливу роль і функції соціального капіталу можна зрозуміти, порівнюючи його з іншими формами капіталу.

Для соціального капіталу характерні деякі властивості, якими він схожий на інші форми капіталу, особливо людський капітал. Однак є декілька суттєвих відмінностей між соціальним і іншими формами капіталу. На відміну від них соціальний капітал втілюється не в певних об'єктах або суб'єктах, а соціальних відносинах суб'єктів. Тому він не являється власністю суб'єкта, що його використовує.

Як інші форми капіталу соціальний капітал є довгостроковим ресурсом, для збереження і відтворення якого необхідні інвестиції в його розвиток. Як і людський капітал, соціальний капітал збільшується в процесі його використання.

Соціальний капітал підприємства є наслідком соціалізації кожного працівника в умовах колективної праці. Соціалізація – це процес засвоєння працівником зразків поведінки, психологічних механізмів, соціальних норм та цінностей, які необхідні для успішної взаємодії його з іншими членами колективу. Вона охоплює всі процеси наближення до цінностей корпоративної культури, комунікацій та навчання, за допомогою яких людина розвиває свою соціальну природу та здібність працювати в колективі. Процес соціалізації носить об'єктивний історичний характер, але це не означає що його не можна формувати і розвивати у межах певних підрозділів підприємства чи організації в цілому.

Соціалізація може відбуватися спонтанно і планово. Останній шлях вимагає розуміння менеджерами сутності соціального капіталу, технологій його формування та розвитку.

Управління цими процесами вимагає кількісної оцінки соціального капіталу. Така оцінка має певні проблеми. Застосування класичних економічних чи статистичних методів щодо цього об'єкту управління неможливо, оскільки всі вони орієнтовані на матеріальну природу явищ, які вони оцінюють. Соціальний же капітал – це нематеріальний ресурс, його оцінка можлива тільки із застосуванням інструментів тих наук, які працюють з нематеріальними явищами і процесами.

При створенні механізму вимірювання соціального капіталу за технологіями соціології необхідно на першому етапі сформулювати гіпотези, потім – виконати структурну та факторну операціоналізацію явищ і процесів, що досліджуються.

Найбільш вдалою є операціоналізація соціального капіталу, яку запропонували Дороніна М.С. та Нечепуренко А.І. На думку вчених, структурна операціоналізація поняття соціальний капітал включає соціалізацію працівника, організаційну культуру, довіру, психологічну сумісність, роль кожного працівника в колективі [1, с.83].

Для розроблення механізму управління соціальним капіталом підприємства необхідно виконати не тільки структурну, а й факторну операціоналізацію цієї категорії. Ці процеси дозволяють перейти до системи конкретних індикаторів. На їх основі менеджери отримують можливість оцінити такі фактори соціального капіталу, як емоційно-психологічний клімат в колективі, довіра членів колективу один до одного та до керівників, рівень розвитку взаємопідтримки та ін. Ці оцінки дозволять отримати інтегральну оцінку розвитку соціального капіталу на підприємстві і сили впливу факторів на нього. Первинна інформація для оцінки соціального капіталу збирається за допомогою методів, розроблених в соціології – анкетування та інтерв'ю.

Література

1. Дороніна М. С. Проблеми і передумови якісно-кількісної оцінки соціального капіталу виробничої організації / М. С. Дороніна, А. І. Нечепуренко // Экономика и управление. – 2006. – № 2-3. – С. 82-85.

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ПРИНЦИПІВ МЕНЕДЖМЕНТУ В ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ

Будь-які зміни, що відбуваються у політичному й економічному житті сучасного суспільства, наповнюють якісно новим змістом теорію і практику менеджменту, а, значить, і основні його принципи, що являють собою науково обґрунтовані положення та уявлення про управлінську діяльність. Загалом, можна констатувати, що всі принципи менеджменту повинні ґрунтуватись на законах і закономірностях розвитку суспільства, відображати основні властивості, зв'язки і відносини управління. Нормативний характер таких принципів поступово перетворює їх у практичні рекомендації, які мають стати прообразом мислення і подальших дій персоналу конкретної організації.

На сьогоднішній день всі принципи менеджменту, які використовуються в діяльності підприємств та організацій, що функціонують у різних країнах світу, можна умовно об'єднати у дві великі групи: універсальні і прикладні [3, с.116]. До універсальних принципів належать ті з них, які прагнуть узагальнити існуючу практику менеджменту і визначити найважливіші риси управлінської діяльності провідних корпорацій світу. На жаль, сьогодні неможливо стверджувати, що таку систему принципів уже цілком сформовано, однак певних результатів у даному напрямі вже досягнуто.

Найповніше зазначені принципи були викладені П. Друкером. Серед них вважаємо за доцільне виділити наступні [2, с.144]:

- орієнтація менеджменту на людину (мається на увазі, що у сучасних організаціях менеджери неодмінно мають налагодити ефективну співпрацю між своїми підлеглими);
- розвиток здібностей усіх працівників організації та ефективно їх використання на всіх рівнях управлінської діяльності;
- поєднання комунікацій між працівниками та їхньою індивідуальною відповідальністю;
- інтеграція інтересів усіх працівників навколо загальних цілей організації.

Прикладний підхід до принципів менеджменту полягає у тому, що такі принципи розробляються для потреб конкретної компанії і характеризують певною мірою її корпоративну культуру. З огляду на те, що компанії істотно відрізняються одна від одної своїми розмірами, історією, стилем керівництва, то подібних принципів менеджменту може бути безліч. Однак, і їх кількість все ж таки обмежена, оскільки не всім компаніям вдається створити такі правила управлінської діяльності, які б забезпечували їм довгостроковий успіх на зовнішньому чи внутрішньому ринку.

В умовах випереджального економічного і технологічного розвитку вирішального значення для існування великих компаній США набуває не лише правильне визначення головних орієнтирів і напрямів змін у господарській і

науково-технічній політиці, але й вибір стратегії та відповідна концентрація ресурсів, удосконалення внутрішньої системи управління шляхом автономізації виробничих підрозділів, підвищення ролі людського чинника, застосування системи відносин, побудованих на відносинах лідерства, а не жорсткого адміністративного управління і таке інше. Поряд з цим, кожна солідна компанія має свою атмосферу, яка визначає етичні принципи, стиль відносин, девізи праці тощо.

Практика сучасного управління організаціями в країнах Європи значною мірою формувалася під впливом американського менеджменту, проте деякі відмінності між цими моделями менеджменту все таки існують. Якщо в американській моделі менеджменту завдання лідера полягають у генерації ідей та організації процесу їх реалізації, то в європейському – в умінні активізувати творчу активність кожного працівника компанії. Європейський менеджмент базується на реалізації відносин лідерства у колективі, застосуванні “м’яких” способів впливу на працівників. Компанії-виробники тих чи інших товарів ніби трансформуються у своєрідні соціально-економічні осередки, які прагнуть найефективніше використовувати власні ресурси, враховуючи як інтереси свого персоналу, так і потреби власних клієнтів.

Організація управління в японських фірмах суттєво відрізняється від американської та європейської моделей, адже в її основі – не що інше, як індивідуальний успіх, який спирається на колективні зусилля. Особлива увага приділяється систематичній підготовці і перепідготовці кадрів, вихованню відданих фірмі робітників. Кожний робітник у позаробочий час вивчає декілька спеціальних курсів, спрямованих на розвиток професійних знань, вмінь, навичок. Для підвищення кваліфікації використовується практика регулярного переведення робітника на іншу посаду до іншого підрозділу фірми. Японці вважають, що тривале перебування робітника на одному місці знижує рівень відповідальності, призводить до поступової втрати інтересу до роботи.

На основі попередніх міркувань можемо зробити висновок про те, що на сьогоднішній день принципи менеджменту є досить різноманітними. Вони чітко виділяють характер зв’язків у системі, структуру органів управління, механізм прийняття і реалізації управлінських рішень. Розробляючи принципи менеджменту для конкретної організації, необхідно враховувати, що вони забезпечують ефективні результати лише за умови їх системного використання.

Література

1. Ильенкова С. Д. Основы менеджмента: Учебно-методический комплекс / С. Д. Ильенкова, В. И. Кузнецов. – М. : Изд. Центр ЕАОИ, 2008. – 262 с.
2. Кредісов А. І. Менеджмент для керівників: Навч. Посібник / А. І. Кредісов, Є. Р. Панченко та ін. – К. : Т-во “Знання”, КОО, 1999. – 556 с.
3. Осовська Г. В. Основы менеджменту: Підручник / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К. : “Кондор”, 2008. – 664 с.

ОСНОВНІ НАПРЯМКИ УПРАВЛІННЯ ДЕФІЦИТОМ ГРОШОВИХ КОШТІВ ПІДПРИЄМСТВА

Для багатьох українських підприємств однією з головних проблем є дефіцит грошових коштів, що значно обмежує можливості їх операційної та інвестиційної діяльності.

Основним із напрямів подолання дефіциту грошових коштів є формування ефективної системи управління грошовими потоками, яка б забезпечувала досягнення тактичних і стратегічних цілей діяльності підприємства [1].

Грошові кошти необхідні для здійснення господарської діяльності будь-якого підприємства. Без них усі операції швидко припинилися б, тому компанії намагаються, щоб у них завжди в наявності були кошти для щоденних потреб. Однак великі суми готівкових коштів не приносять прибутку (перебуваючи в касі підприємства), або приносять дуже низький прибуток (банківський відсоток на залишок грошових коштів на поточному рахунку), тому така готівка може бути в мінімальному обсязі для забезпечення основних цілей. Підприємство формує чотири види грошових авуарів:

- операційний (трансакційний) грошовий залишок – щоденні виплати для здійснення ділових операцій (витрати на відрядження, господарські нужди, оплата за зобов'язаннями, строк погашення яких настав);
- компенсаційний грошовий залишок – компенсація банкам за надання позик і послуг (комісії, відсотки по кредитах);
- резервний грошовий залишок – резервний запас при невизначеності з майбутніми потоками грошових коштів;
- інвестиційний (спекулятивний) грошовий залишок – інвестиційний запас для здійснення майбутніх вигідних інвестицій, порівнявши потенціальні доходи і втрачені можливості.

Зберігання грошових коштів за кожною із перелічених вище причин не завжди є необхідним. Якщо підприємство має можливість швидко зайняти необхідну суму під вигідний відсоток (наприклад, кредитна лінія) або у підприємства є легко реалізовані активи (акції, облігації), то необхідну суму наявних грошових коштів можна зменшити.

Одним з показників, що оцінює фінансовий стан підприємства є сукупний грошовий потік, який представляє собою різницю між вхідними грошовими потоками (притоки) і вихідними грошовими потоками (відтоки).

Аналіз вхідних і вихідних потоків показує надлишок або дефіцит грошових коштів за певний період.

Дефіцит коштів викликається як зовнішніми, так і внутрішніми причинами. До числа останніх можна віднести падіння обсягів продажу продукції як наслідок втрати великих споживачів, недоліків в управлінні асортиментом продукції і т.д., а також вади в системі управління фінансами

(слабке фінансове планування, відсутність управлінського обліку, втрата контролю над витратами, низька кваліфікація кадрів і т. п.).

До зовнішніх причин, які найбільш часто викликають виникнення дефіциту грошових коштів, можна віднести: підвищення конкуренції з боку інших товаровиробників, використання негрошових форм розрахунків (бартеру), зростання цін на енергоносії, зміна котирувань валют, тиск податкового законодавства, висока вартість позикових коштів, високий рівень інфляції і т.д.

Інша ситуація, з якою може зіткнутися підприємство, – це надлишок грошових коштів в окремі моменти часу, що утворюється у зв'язку з тим, що величина позитивного грошового потоку перевершує потреби компанії в грошових виплатах. В даному випадку виникає питання про їх доцільне використання (інвестування).

Необхідність інвестування (мова йде про короткострокове вкладання коштів) обумовлена тим, що при надлишку грошових коштів компанія зазнає збитки, пов'язані або з упущеною вигодою від невикористання потенційно прибуткового розміщення вільних коштів, або з їх знеціненням внаслідок інфляції.

Для досягнення збалансованості дефіцитного грошового потоку в короткостроковому періоді розробляють заходи для прискорення залучення коштів і уповільнення їх виплат.

Короткостроковими заходами зі збільшення потоку грошових коштів є: продаж або здача в оренду необоротних активів, поширення асортименту продукції, реструктуризація дебіторської заборгованості, використання часткової передоплати, залучення зовнішніх джерел короткострокового фінансування, розробка системи знижок для покупців. Зменшує відтік грошових коштів: скорочення витрат, відстрочка платежів з зобов'язань, використання програми інвестицій, податкове планування, вексельні розрахунки і взаємозаліки.

Щоб уникнути проблеми дефіцитності грошових потоків у майбутньому, то паралельно мають бути розроблені заходи для збалансованості дефіцитного грошового потоку в довгостроковому періоді.

Довгостроковими заходами зі збільшення потоку грошових коштів є: довгострокова емісія акцій і облігацій, реструктуризація компанії, пошук стратегічних партнерів, або потенційного інвестора, довгострокові контракти, податкове планування.

Література

1. Біндасова Ю. Б. Теоретичні аспекти формування системи управління грошовими потоками підприємства / Ю.Б. Біндасова [Електронний ресурс] – Режим доступу : – <http://eprints.kname.edu.ua/410/1/388>

СОЦІАЛЬНІ ТЕХНОЛОГІЇ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ

Основоположною ідеєю концепції сталого розвитку є усвідомлення різниці між економічним зростанням - збільшенням кількісних показників, і розвитком, тобто якісними змінами у економічній, соціальній і екологічній сферах в їх нерозривній єдності.

Взаємозв'язок трьох складових сталого розвитку підтверджують результати вітчизняних і закордонних досліджень [1]. Здійснений нами аналіз показників економічного і соціального розвитку підприємств машинобудування Одеської області за допомогою парного коефіцієнта рангової кореляції Спірмена також показав суттєві позитивні значення.

У сучасних умовах ефективність діяльності підприємств все більшою мірою визначається впливом соціальних чинників, якістю робочої сили, що перетворилася на головний чинник виробництва. Це вимагає від менеджменту підприємств проведення активної корпоративної соціальної політики, що представляє собою «систему цілеспрямованих і послідовних дій власника і менеджменту, спрямованих на задоволення і розвиток матеріальних і духовних потреб працівників організації з метою розвитку соціальних чинників виробництва, сприяння розширенню і посиленню їх дії на забезпечення ефективності економічної діяльності» [2, с.364].

При практичній реалізації корпоративної соціальної політики важливе значення має формалізація процесу управління шляхом розробки певних технологій, визначення послідовного порядку процедур – соціальних технологій, які за сучасних умов суттєво сприяють оптимізації управління. Соціальні технології представляють собою «попередньо визначений у певній послідовності ряд операцій, направлених на досягнення деякої мети або завдання» [3, с.182].

Питання технологізації управлінської діяльності не менш актуальне, ніж проблема проектування і впровадження нових технологій у матеріальне виробництво. Як неможлива висока продуктивність праці без сучасних технологій, так і немислима успішна реалізація концепції сталого розвитку без соціально-технологічного забезпечення. Технології соціальної діяльності повинні проектуватися і упроваджуватися на основі вживання наукових методів на базі соціальної творчості людей [4, с.254].

Процес реалізації соціальних технологій включає такі етапи:

- 1) діагностика стану соціально-економічної системи, виявлення проблем, постановка цілей та завдань для їх розв'язання;
- 2) розробка і аналіз альтернатив, прийняття рішення з використанням відповідних методів;
- 3) здійснення необхідних операцій в їх послідовності, регулювання

процесу виконання;

4) контроль і оцінка результатів застосування соціальної технології.

Оцінка результатів застосування соціальних технологій у процесі реалізації концепції сталого розвитку є вельми важливою проблемою, оскільки потребує формування спеціальної системи вимірів (індексів та індикаторів) для кількісного і якісного оцінювання цього складного процесу на різних рівнях – від глобального до локального.

Вирішенням цієї проблеми займаються авторитетні міжнародні організації (ООН, Світовий банк, Європейська комісія, ОЄСР тощо), наукові колективи і окремі дослідники різних країн, у т.ч. України. Так, ученими Національного технічного університету «Київський політехнічний інститут» була запропонована система вимірів сталого розвитку за допомогою індексу, що вираховується як сума індексів економічного, екологічного і соціального вимірів з відповідними ваговими коефіцієнтами [5].

Підводячи підсумок вищевикладеного, можна зробити висновок, що соціальні технології при наявності відповідних об'єктивних умов (перш за все матеріально-технічних) і зрілому суб'єктивному факторі (належному рівні соціальної відповідальності суб'єктів управління) здатні стати важливим засобом накопичення потенціалу сталого розвитку підприємств.

Література

1. Новикова О. Ф., Амоша О. І., Антонюк В. П. та ін. Сталый розвиток промислового регіону : соціальні аспекти : Моногр: НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2012. – 534 с.
2. Лебедев І. В. Соціальні технології сучасного менеджменту // Формування ринкової економіки: зб. наук. пр. – Спец. вип. Стратегічні імперативи сучасного менеджменту: у 2 ч. – Ч. 2. – К. : КНЕУ, 2012. – 488 с., С. 362-375.
3. Стефанов Н. Общественные науки и социальная технология. – М. : Мысль, 1976. – 382 с.
4. Иванов В. Н., Патрушев В. И. Социальные технологии государственного и муниципального управления / В. Н. Иванов, В. И. Патрушев. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : ЗАО "Издательство "Экономика", 2001. – 327 с.
5. Аналіз сталого розвитку – глобальний і регіональний контекст : моногр. / Міжнар. рада з науки (ICSU) [та ін.]; наук. кер. М. З. Згуровський. – К.: НТУУ «КПІ», 2010. – Ч. 2. Україна в індикаторах сталого розвитку. – 359 с.

ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ ЕНЕРГЕТИЧНА БЕЗПЕКА

Одним з головних завдань будь-якої держави є забезпечення своєї економічної безпеки. Економічна безпека – це стан національної економіки, що дозволяє зберігати стійкість до внутрішніх і зовнішніх загроз та здатність задовольняти потреби особистості, родини, суспільства, держави. Енергетична безпека головна складова економічної безпеки держави. Без енергії не можлива стійкість економіки і задоволення потреб особистості, суспільства, держави.

Проблемі енергетичної безпеки України приділяється дуже багато уваги як вченими-теоретиками і вченими-практиками, так політиками і простими громадянами. В Україні щорічно проводяться ряд міжнародних і всеукраїнських науково-практичних конференцій з цією тематикою. Щорічно друкується кілька монографій у яких вивчається дана проблема. Не дивлячись на це, нам здається, що у визначенні поняття, цілей і засобів досягнення енергетичної безпеки (далі ЕНБ) немає не тільки єдності у визначеннях, але немає і логічної єдності. У зв'язку з цим ми спробували об'єднати всі ці визначення, додавши до них свою логічну побудову.

Міжнародним визначенням ЕНБ є визначення, надане Світовою Енергетичною Радою – ЕНБ це впевненість у тому, що енергія буде в розпорядженні в тій кількості і тієї якості, які вимагаються за даних умов. Найбільш вдале, на наш погляд, визначення ЕНБ дане колективом авторів під керівництвом М.П. Ковалка і А.К. Шидловського – ЕНБ це стан захищеності життєво важливих “енергетичних інтересів” особистості, суспільства, держави від внутрішніх та зовнішніх загроз, ці інтереси полягають у безперебійному забезпеченні споживачів економічно доступними ПЕР прийнятної якості за нормальних умов та в надзвичайних ситуаціях. Але й в ньому існує багато вимог до ЕНБ, які є взаємозалежними, підпорядкованими більш загальним вимогам і т.і. Тобто, на наш погляд, в них не вистачає логічної завершеності.

При формуванні логічно-завершеного визначення ЕНБ ми виходили із необхідності виконання ПЕК держави функцій покладених на нього, а саме: надійне енергозабезпечення споживачів; економічна доступність кінцевих енергоресурсів, якими ПЕК забезпечує споживачів. Причому, ці функції ПЕК повинен виконувати постійно (як у дійсному часі так і у майбутньому).

Таким чином, ми можемо дати наступне визначення ЕНБ – енергетична безпека держави це стан готовності ПЕК до надійного, економічно доступного забезпечення економіки держави і населення кінцевими енергоресурсами.

Запропоноване визначення ЕНБ розкриває всі вимоги до ЕНБ. Надійність енергозабезпечення передбачає безперебійне забезпечення ПЕР в тій кількості і тієї якості, які вимагаються як за нормальних умов та і в надзвичайних ситуаціях. Економічна доступність кінцевих ПЕР передбачає наявність можливості у кінцевих споживачів розраховуватись за спожиті ПЕР.

ОСОБОВЕ СТРАХУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВАХ УКРАЇНИ

Особове страхування відоме зі стародавніх часів. В античному світі римляни організовували спільноти, учасники яких робили спеціальний вступний внесок. У разі смерті одного з членів організація хоронила його за свій рахунок і передавала певну суму коштів його нащадкам. Існували у Стародавньому Римі й усім відомі каси легіонерів, яких страхувала держава, проте легіонери робили певний внесок, щоб їх родичі у разі смерті годувальника отримали страхове відшкодування.

Особове страхування трактується як галузь страхування, де об'єктами страхування є життя, здоров'я і працездатність людини. Особове страхування має на меті надання певних послуг як фізичним (окремим громадянам, членам їхніх сімей), так і юридичним особам (наприклад, страхування працівників за рахунок коштів підприємств від нещасних випадків). Ці послуги передбачають страховий захист страхувальників (застрахованих) у разі настання несприятливих подій для їхнього життя і здоров'я [1, с.57]

Страхування життя у класичному розумінні означає страхування майнових інтересів на випадок смерті застрахованого. Змішане страхування життя включає як мінімум два, а то й більше ризиків: смерть (дожиття), нещасний випадок, втрата працездатності і т. ін.

Особливості страхування життя полягають у тому, що, по-перше, людське життя не має грошової оцінки (виміру), це, у свою чергу, вимагає своєрідного підходу до визначення страхових сум, які встановлюються за згодою сторін (страховика і страхувальника) та розрахунку тарифів (премій, внесків). По-друге, договори страхування життя, як правило, довгострокові. І тому страхування для страхувальника (застрахованого) виконує як захисну, так і заощаджувальну функції.

Страхування життя – це вид особистого страхування, який передбачає обов'язок страховика здійснити страхову виплату згідно з договором страхування у разі смерті застрахованої особи, а також, якщо це передбачено договором страхування, у разі дожиття застрахованої особи до закінчення строку дії договору страхування та (або) досягнення застрахованою особою визначеного договором віку. Умови договору страхування життя можуть також передбачати обов'язок страховика здійснити страхову виплату у разі нещасного випадку, що стався із застрахованою особою, та (або) хвороби застрахованої особи.

У разі, якщо при настанні страхового випадку передбачено регулярні послідовні довічні страхові виплати (страхування довічної пенсії), обов'язковим є передбачення у договорі страхування ризику смерті застрахованої особи протягом періоду між початком дії договору страхування та першою страховою виплатою з числа довічних страхових виплат. В інших випадках передбачення

ризик смерті застрахованої особи є обов'язковим протягом всього строку дії договору страхування життя. [2]

Страхування життя може здійснюватись на основі договору, що включає групу осіб (колективне, групове), та таких договорів, які включають страхування однієї особи (індивідуальне). Індивідуальне страхування життя може здійснюватись за рахунок самого страхувальника, застрахованого та юридичної особи; групове – за рахунок юридичної особи (роботодавця).

Є два види договорів за участю страхувальника у прибутку страховика:

- 1) на основі залучення прибутку для збільшення страхової суми;
- 2) окреме нагромадження часток прибутку.

За першим видом договору страхувальник – застрахований отримує страхову суму та частки прибутку виключно по закінченні строку дії договору, за другим – страхувальник має можливість отримувати частки прибутку до закінчення строку дії договору.

Страхування життя є важливим засобом захисту рівня добробуту та забезпечення стабільності економічної системи і досить могутнім джерелом внутрішніх інвестицій.

Формування ринку страхування життя має інституціональне значення в розвитку економіки. Виконуючи функцію накопичення грошових коштів, страхування життя акумулює внутрішні інвестиційні ресурси суспільства, і сприяє поліпшенню економічного стану країни. Загальновідомо, що у розвинутих країнах частка страхових компаній в інвестуванні економіки становить біля 30 %. Таке значення страхування життя визначає необхідність дослідження його ринку і в Україні.

Якщо порівняти витрати по страхуванню життя до ВВП, можна зробити висновок, що довіра населення до страхових компаній по страхуванню життя поступово зростає. Але в країнах з перехідною економікою це відбувається досить повільно, так як ринок ще не розвинений і тільки починає входити до фази активного розвитку.

Таким чином на тлі стабільних ринків Центральної та Східної Європи український ринок страхування життя знаходиться фактично ще на початку свого формування. Але, з огляду на те, що інтеграційні та новітні технологічні процеси в Україні відбуваються дещо швидше, ніж у сусідніх країнах Центральної та Східної Європи, вона має великі перспективи розвитку страхового ринку, зокрема ринку страхування життя.

Література

1. Страхування : практикум : навч. посіб. / за ред. В. Д. Базилевича. – 2-ге вид., переробл. і допов. – К. : Знання, 2011. – 607 с.
2. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про страхування» від 04.10.2001 р., № 2745-III // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – rada.gov.ua

СИСТЕМА МЕНЕДЖМЕНТУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА ЯК ОБ'ЄКТ ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ

В сучасних наукових дослідженнях економічна категорія «інтелектуалізація» використовується у відношенні [1-3]: 1) соціальних систем (суспільство, нація); 2) економічних систем (регіон, економіка, промисловість, підприємство); 3) процесів (праця, управління); 4) об'єктів (системи менеджменту, форми організації виробництва). На нашу думку, інтелектуалізація систем менеджменту є проявом процесів еволюції, функціональності, синергізму, самоорганізування та регламентування систем менеджменту і розглядається як набуття ними нових якостей. Реалізація зазначених підходів в процесі дослідження має здійснюватися через поєднання і взаємодію їх основних аспектів [4, с.199]:

- процесного, який доповнюється макросистемною інтелектуалізацією та реалізує універсальні функції керування процесом інтелектуалізації, які формуються не довільно, а є певною системою – управлінським циклом (одночасне існування функцій і етапів);
- еволюційного, який дозволяє виявити якісні характеристики процесу інтелектуалізації та проблеми формування і використання інтелектуального капіталу (потенціалу), враховуючи, що система менеджменту, перебуваючи під впливом зовнішніх рушійних сил, вимушена постійно адаптуватися, змінюючи свою системну якість;
- функціонального, де інтелектуалізація розглядається як сукупність конкретних функцій, які потрібно виконати для реалізації її процесу щодо систем менеджменту, визначення об'єктів інтелектуалізації та формування для її здійснення спеціалізованої функціональної підсистеми управління (структурного підрозділу);
- синергетичного, що орієнтований на пізнання закономірностей самої системи менеджменту та процесів її інтелектуалізації, коли незначний, але погоджений резонансний вплив в точках біфуркації може призвести до суттєвих змін у траєкторії руху (поводженні) системи;
- самоорганізування, що в процесі інтелектуалізації систем менеджменту координує її учасників, забезпечує їх взаємне пристосування, колективну творчість, відкриту партнерську взаємодію. Процеси ефективного самоорганізування інтелектуалізації не виникають спонтанно, для їх розвитку важливим є створення сприятливого внутрішнього середовища та м'яке регулювання процесів самоорганізування;
- регламентного управління, яке взаємозв'язане із самоорганізуванням так, що процеси інтелектуалізації систем менеджменту спочатку зароджуються усередині апарату управління, коли виникає операційна необхідність у внутрішньому обміні знаннями або генерації ідей, а потім регламентуються керівництвом, даючи можливість їх мотивованому і керованому розвитку. На

основі регламентного управління задаються терміни, етапи інтелектуалізації, мотивація.

Отже, інтелектуалізація систем менеджменту промислового підприємства є процесом вдосконалення і трансформаційних перетворень та передбачає безповоротні зміни, що відповідають основному принципу перетворення будь-якої системи – принципу розвитку. Безповоротність змін підтверджує необхідність в стратегічному підході до підготовки і ухвалення рішень про інтелектуалізацію, яка пов'язана з істотним впливом об'єктної (поява нових знань, зміна технологій та програмно-інформаційного забезпечення) і суб'єктної (власники, держава, конкуренти, персонал підприємства, фінансові інституції) дії та спрямована на забезпечення конкурентоспроможності підприємства як економічної системи.

Узагальнена модель системи менеджменту промислового підприємства як об'єкту інтелектуалізації дає право припустити, що такі її підсистеми як процес управління (елементами якої є технологія управління, комунікації, схема управління, інформаційне забезпечення) та техніка управління (комп'ютерні мережі і оргтехніка, ланки зв'язку, Інтернет, система документообігу) в частково піддаються інтелектуалізації через впровадження та імітацію на основі вже створених і ефективно працюючих стандартних зразків, що забезпечує сумісність підприємств-розробників і користувачів в умовах глобалізації. Для підсистеми методологія управління (цілі і завдання, принципи, закони і закономірності, методи управління, функції управління) та похідної від неї підсистеми структура управління (функціональні підрозділи, схема організаційних відносин, організаційна структура, структура персоналу) ключовий орієнтир трансформаційних перетворень – це образ (шаблон, патерн) інтелектуалізації систем менеджменту підприємства, що розробляється, який:

- або є частково (однакових носіїв інтелекту бути не може) запозиченим проектом вже здійсненої інтелектуалізації іншим суб'єктом господарювання – імітаційний варіант;
- або є новим проектом, розробленим виходячи з проблемної ситуації в системі менеджменту самого промислового підприємства з урахуванням специфіки впливу зовнішнього середовища і власного інтелектуального потенціалу та капіталу, інших ресурсів підприємства, – радикальний варіант.

Література

1. Вовканич С. Й. Духовно-інтелектуальний потенціал України та її національна ідея / С. Й. Вовканич. – Львів : Видавництво ЛБА, 2001. – 540 с.
2. Касаткина В. В. Интеллектуализация экономики: теоретический анализ / В. В. Касаткина // Автореф. дис. к-та экон. наук : – Москва, 2011. – 22 с.
3. Петренко В. П. Управління процесами інтелектокористування в соціально-економічних системах / В. П. Петренко // Наукова монографія. – Івано-Франківськ : Нова Зоря, 2006. – 352 с.
4. Ситник Й. С. Концептуальні засади інтелектуалізації систем менеджменту підприємства / Й. С. Ситник // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 8 (134). – С. 198-208.

ІННОВАЦІЙНІ МЕТОДИ РЕАЛІЗАЦІЇ КОМПЕТЕНТНІСНОГО ПІДХОДУ ДО ЛЮДСЬКОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Розвиток людського потенціалу, системи підготовки, професійної перепідготовки й підвищення кваліфікації кадрів (СППіПКК) залишається однією з найбільш гострих проблем української економіки й набуває особливого значення в умовах інноваційної економіки. Оскільки Україна суттєво відстає від розвинених країн у рейтингах якості й конкурентоспроможності робочої сили, остільки актуальним є відновлення теоретико-методичної бази розвитку компетенцій персоналу як фундаменту, на який спираються підприємства авіабудування, формуються їхні конкурентні переваги, створюються умови для соціально-економічного розвитку регіонів і національної економіки в цілому.

Незважаючи на актуальність і значимість аналізованої проблеми для теорії й практики економіки праці, шляхи й форми управління розвитком компетенцій кадрів дотепер досліджені не повною мірою. Недостатньо вивчено багато проблем, пов'язаних зі структурними й процесними інноваційними змінами СППіПКК, які адекватні вимогам модернізованої економіки й які створюють умови для підвищення її ефективності, забезпечуючи посилення конкурентних позицій України та її регіонів.

Наразі недостатньо вивчені зміст, форми, методи й технології діяльності по формуванню компетенцій робочої сили, спрямованих на підвищення якості життя населення, створення умов для продуктивної трудової діяльності, що забезпечує інновативність економіки.

Результати даного дослідження послужили обґрунтуванням доцільності включити в систему оцінок успішності інструментів СППіПКК оцінку скорочення строків формування у працівників необхідного набору компетенцій і оцінку фінансових результатів від розширення можливостей і набуття підприємством додаткових конкурентних переваг.

Практична значимість роботи полягає в розробці абрисної концепції модернізації СППіПКК для підвищення якості робочої сили, а також у навчальному процесі у вузах при вдосконалюванні освітніх програм і процесів, при викладанні курсів «Економіка праці», «Офісний менеджмент», «Управління персоналом» і дисциплін спеціалізації, що стосуються питань розвитку компетентнісного підходу¹ до підвищення якості керування працею.

Основні висновки з проведеного дослідження:

1. Інноваційна економіка припускає наявність особливої кон'юнктури в соціально-трудовій сфері, що характеризується значною питомою вагою висококваліфікованих кадрів. Старіння знань, умінь і навичок загострює проблему невідповідності між очікуваними й фактичними професійними компетенціями працівників. Сучасна система освіти не встигає повною мірою

сформувати необхідний найманому робітникові й роботодавцеві спектр професійних компетенцій, що ініціює підвищення якості робочої сили шляхом відновлення категоріально-методичної бази й доповнення прикладного інструментарію економіки праці.

2. Незважаючи на проблеми, пов'язані з несприятливою економічною й демографічною ситуацією, здебільшого низькою продуктивністю праці, незначною інноваційною активністю вітчизняного бізнесу й практичною відсутністю в нього інтересу до процесу й результатів освіти, СППіПКК залишається інститутом, здатним вирішувати ключові завдання інноваційної економіки, пов'язані з підвищенням якості людського потенціалу.

3. В сучасних умовах підвищується значимість інтелектуальних праці й капіталу, посилюються вимоги до системного й безперервного відновлення компетенцій працівників, але традиційна система освіти все ще інерційна, тому розрив між формованими нею компетенціями й потребами інноваційної економіки залишається значним, що й визначає необхідність модернізації підготовки й перепідготовки кадрів. Розвиток СППіПКК повинен опиратися на учбово-науково-виробничу інтеграцію, яка забезпечить тому, кого навчають, додаткові можливості для самонавчання й самовдосконалення, а системі вищої освіти – відповідність напрямків підвищення якості робочої сили вимогам інноваційного середовища.

4. Доповнення СППіПКК коучингом, інтегрованим в інноваційні й освітні процеси, забезпечує її структурну й процесну трансформацію, проблемно-орієнтований розвиток ключових багатофункціональних, полі-об'єктних і міждисциплінарних професійних компетенцій, що сприятиме більш варіативному й багатоступінчастому навчанню. Тому доцільно розвивати стратегічне партнерство між органами державної влади, бізнесом, громадськими організаціями й вузами як ключовими інститутами СШШіПКК і коучинга, створюючи умови для ефективного синергетичного управління й кастомізації освітніх продуктів, диверсифікованості й корекції професійних компетенцій працівників вузів і їх партнерів.

5. Інноваційний соціально-економічний розвиток і забезпечення багаторівневої конкурентоспроможності регіону може бути досягнуте при активній участі великих регіональних вузів у розробці й реалізації програм формування ключових професійних компетенцій працівників базових регіональних бізнес-структур і збалансованої інтеграції СШШіПКК і ринку праці на даній території.

Література

1. Аверин А. Н. Профессиональная подготовка кадров. – М. : Альфа-Пресс, 2008. – 120 с.
2. Армстронг М. Практика управления человеческими ресурсами. – 10-е изд. СПб. : Питер, 2009. – 848 с.
3. Бэттли С. Тренер для руководителя : Как добиться экстраординарных результатов благодаря коуч-менеджменту / Сьюзан Бэттли; Пер. с англ. — Днепропетровск : Баланс Бизнес Букс, 2007. – 320 с.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ФАКТОР И ФОРМИРОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ

В наступившем столетии человечество столкнулось с проблемой истощения природных запасов планеты. Развитые страны направляют все большую долю своего финансового, научного и производственного потенциала на обеспечение сырьем и энергией. Промышленный прогресс сопровождается отрицательным воздействием на окружающую среду. Наряду с изменением состава воздуха человечество необратимо загрязняет водные и земельные ресурсы.

Неправомерно сводить причину негативного влияния на среду обитания исключительно к росту масштабов производства. Ключевым фактором антропогенной нагрузки становятся несовершенные технологии. В одних случаях они – результат старения техники. В других – следствие проектных ошибок или сознательной «экономии» на очистных сооружениях, которые закладываются еще на начальных стадиях разработки производств. Очевидно, что глубокий финансово-экономический кризис провоцирует углубление и экологического кризиса.

В индустриально развитых странах постепенно наступает осознание неразрывности качества природной среды и социально-экономического прогресса. Это выражается в принятии действенных законодательных актов, возросшем влиянии государств на инвестиционную политику. Не преувеличивая достижения наших западных соседей, все же следует признать очевидные успехи в экологической сфере ряда стран Евросоюза. На данном этапе они служат образцом ведения согласованной экономико-экологической политики. Среди примеров может быть назван комплекс заводов в федеральной восточногерманской земле Саксония–Ангальт.

Всего двадцать лет потребовалось немцам на то, чтобы превратить старые химические гиганты в современные сооружения. Во времена ГДР химическая отрасль традиционно являлась одной из важнейших сфер индустрии, занимая пятую часть в общем объеме немецкой промышленности. "Химический треугольник", с одной стороны, был одним из наиболее развитых, с другой стороны - наиболее экологически загрязненных регионов ГДР. Сегодня местность вокруг заводов Leuna-Werke и Buna-Werke больше не является синонимом понятия "экологическая катастрофа".

Перед тем, как прекратились кислотные дожди, а на нефтеперегонных заводах зазеленела трава и поселились зайцы, государство предоставило предприятиям госгарантии по кредитам на общую сумму сотни миллионов марок. Был найден концепт, позволивший частично приватизировать предприятия. В ходе этого процесса в качестве инвесторов выступили

международные химические компании. В результате был создан химический парк, в модернизацию которого, среди других подобных комплексов, планируется вложить около 30 млрд. евро. Нет сомнения, что потомки с благодарностью оценят эти шаги.

По уровню негативного влияния хозяйственной деятельности на среду обитания наша страна занимаем одно из «ведущих» мест в Европе. Две трети территории Украины, так или иначе, относятся к кризисным зонам, оказывающим отрицательное влияние на здоровье населения. При этом экологи и журналисты в первую очередь реагируют на внешние проявления угасания природно-ресурсного потенциала.

Между тем, «за кадром» остается менее очевидная «вторая производная» этого явления: снижение урожайности, уменьшение генофонда наземных популяций, потери рабочего и свободного времени из-за роста заболеваемости людей и т.д. Практика многих индустриальных стран показывает, что увеличение загрязнения атмосферы в 2 раза сокращает срок службы оборудования в среднем в 1,5 раза. Урожайность пшеницы в зоне действия предприятий цветной металлургии на 40...60 % меньше, а содержание белка в ней на 20...25 % ниже, чем за пределами влияния этих предприятий.

Остановить (замедлить) деградацию экосистем в нашей стране можно двумя путями. Первый – наращивание мощности очистных сооружений при сохранении существующих (несовершенных) производственных процессов. Второй вариант – разработка новых малоотходных и энергосберегающих технологий, в ходе которых предусмотрена целенаправленная утилизация вредных для биосферы веществ.

На сегодняшний день побеждает первый путь. Он нуждается в меньших материальных и трудовых затратах, но требует больших природных ресурсов. Радикальный метод решения проблемы (второй вариант) пока не получает достаточного развития из-за отсутствия учета экономического ущерба от загрязнения окружающей среды. В таких условиях прогрессивные природосберегающие меры превращаются в ограничитель темпов экономического роста.

В рыночных условиях хозяйствования государственная политика и инвестиционные рычаги должны быть ориентированы на создание природоохранных и экологически чистых технологий. В сочетании с жесткими санкциями («прозрачными» и обязательными для всех) это обеспечит сохранение и воспроизводство природных богатств.

В этих условиях хозяйственная деятельность, расточительная по отношению к экологическим богатствам, станет непопулярной, а предприятия любых форм собственности будут руководствоваться не только выгодами сегодняшнего дня.

ВЕКТОР РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА ПРЕДПРИЯТИЯ

В экономической литературе встречается большое количество определений экономического механизма предприятий. Например, организационно-экономический механизм предприятия определяют как совокупность форм, методов, инструментов управления, а также правил формирования и регулирования отношений элементов организационной структуры, которая находится под влиянием внутренних и внешних факторов и направлена на решение задач функционирования и развития предприятия [1, с. 272].

Более обоснована точка зрения, согласно которой экономический механизм управления рассматривается как системная целостность, совокупность однонаправленных функций управления, каждая из которых основывается на принципах, присущих в силу специфичности и места в общем управленческом процессе; как целостность, имеющая своим объектом технические, экономические, социальные и иные процессы предприятия в их соединении, взаимозависимости и взаимодействии в пространстве и времени. В любом случае экономический механизм реализуется через функции управления, в которых воплощена стратегия собственника предприятия [2, с.229-230]. Следует подчеркнуть, что экономический механизм конкретного предприятия – это целостная интегрированная система, способная решать разнообразные задачи для достижения генеральной цели предприятия – получения совокупного экономического результата в виде прибыли. Поэтому весьма сомнительными представляются попытки выделить в предприятии разные экономические (организационно-экономические) механизмы, ориентированные на достижение узконаправленных, специфических целей [1, с.272; 3, с.189-248, 252-268, 279-361, 324-369].

В связи с этим внутренний экономический механизм предприятия – это органическая, неотъемлемая часть общего экономического механизма. Но именно подходы к развитию внутреннего экономического механизма предприятия являются наиболее дискуссионными.

Большая часть исследователей в странах СНГ при изучении проблем построения и функционирования внутреннего экономического механизма разделяет мысль о целесообразности внедрения рыночных отношений между подразделениями предприятия (использования предприятиями внутренних и трансфертных цен, осуществления внутренних расчетов с помощью расчетных чеков и т.д.) [4; 5]. Это – новый, современный этап бесперспективных попыток создать внутренний экономический механизм предприятия на основе

использования рыночных отношений с помощью заимствования зарубежных методик управления без их объективной критической оценки.

В то же время, существует иная, гораздо более обоснованная точка зрения, сторонники которой убедительно утверждают, что рыночные отношения между внутренними подразделениями принципиально не могут работать (и это подтверждает исторический опыт неудачных реформ в бывшем СССР конца 20-х годов – начала 30-х годов, а также 1965-1970 гг.), а показатели прибыли и рентабельности этих подразделений не характеризуют реальных результатов их работы [2, с.230; 6, с.15-97; 7]. Сторонники такого подхода справедливо считают, что предприятие как целостная система и его подразделения как отдельные составные части – это принципиально разные по целям, свойствам, возможностям, месту во внутрипроизводственном разделении труда системы.

В отличие от предприятия, целью которого является совокупный экономический результат в виде прибыли, цели производственных подразделений заключаются в том, чтобы: а) выработать определенное количество качественной продукции в соответствии с договорами с покупателями; б) достичь этой цели с привлечением оптимальных объемов всех видов ресурсов; в) оптимизировать уровень расходов подразделений.

Поэтому формирование целостной системы экономического механизма предприятия должно быть направлено, прежде всего, на достижение объективных целей предприятия в целом и его производственных подразделений.

Литература

1. Кремень О. М. Організаційно-економічний механізм розвитку підприємств // Економіка підприємства: теорія та практика: Збірник матеріалів II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 13-14 березня 2008 р. / Міністерство освіти і науки України, КНЕУ ім В. Гетьмама. – К. : КНЕУ, 2008. – С. 271-273.
2. Валуев Ю. Б. Процесно-функціональне управління промисловим підприємством : Монографія. – Одеса : ІПРЕЕД НАН України, 2011. – 298 с.
3. Грузнов И. И. Эффективные организационно-экономические механизмы управления: (Теория и практика) – Одесса : Полиграф, 2009. - № 4 (30). – 528 с.
4. Бужимська К. О. Внутрішні ціни в системі управління структурними підрозділами підприємства // Вісник Житомир. держ. технологіч. університету / Економічні науки. – Житомир : ЖДТУ, 2004. – № 4 (30). – 484 с.
5. Грещак М. Г. та ін. Внутрішній економічний механізм підприємства : Навчальний посібник / М. Г. Грещак, О. М. Гребешкова, О. С. Коцюба; за ред. М. Г. Грещака. – К. : КНЕУ, 2001. – 228 с.
6. Валуев Б. И., Гулинский Я. П., Мелешкина Ф. С. Внутрипроизводственный хозрасчет (опыт и пути совершенствования). – М. : Экономика, 1978. – 183 с.
7. Зернов Є. Л. Передвиробнича сфера діяльності підприємства як економічна та організаційна система // Збірник наукових праць Одеського державного економічного університету. – Одеса : Принт Майстер, 1999. – Вип. 4. – С. 84-93.

УДОСКОНАЛЕННЯ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВ НА РІВНІ БАНКІВСЬКОЇ СИСТЕМИ

Поглиблення взаємодії національних економік у процесі глобалізації закономірно призводить до підвищення вимог щодо прозорості розрахунків між суб'єктами господарювання та скорочення готівкового обігу. Адже в Україні спостерігається значна частка тіньового сектора економіки, відмічається повальне ухилення від сплати податків. На сьогодні частка готівки поза банками у структурі грошової маси в Україні становить 28 %, тоді як у більшості країн Східної Європи цей показник коливається у межах 12-15 %, а в провідних економіках світу він менший, ніж 10 % [1].

Здійснюючи розрахунки як підприємства, так і кредитні установи зобов'язані суворо дотримуватись чинних законодавчих актів, банківських правил, сприяти прискоренню платежів та зміцненню розрахункової дисципліни і тому питання підвищення технологічності та прозорості розрахункових відносин є досить актуальним на цьому етапі становлення національної економіки України. Одним із ефективних та зручних засобів можна вважати поширене упровадження у розрахунках підприємств корпоративних платіжних карток.

До основних переваг використання корпоративних платіжних карток для підприємств можна віднести:

1. У разі відсутності готівки у касі підприємства, використання корпоративної картки дає змогу розрахуватися готівкою з постачальниками.
2. Ця картка, у разі відсутності готівки в касі, дасть змогу відправити працівника у відрядження.
3. Під час відряджень за кордон при перетині митного кордону України з корпоративною карткою, не обов'язково декларувати її письмово.
4. У разі втрати або крадіжки картки, за умови своєчасного повідомлення про це банку, який видав її, гроші на картрахунку залишаться цілими.
5. Якщо підприємство використовує валютну корпоративну картку, воно може уникнути всіх складнощів при отриманні готівкової інвалюти.

Але всупереч необхідності розвитку карткових платіжних інструментів діє цілий комплекс проблем як економічного, так і неекономічного характеру, пов'язаних зі здійсненням операцій з платіжними картками, що виникають у населення, суб'єктів господарювання і безпосередньо банків.

При аналізі публікацій виявлено: більшість науковців констатують, що проблема домінування операцій зі зняття готівки над безготівковими розрахунками з використанням платіжних карток залишається невирішеною і єдиним виходом вважають розвиток інфраструктури ринку [2]. Також піднімаються проблеми значного переважання карток з магнітною смугою над високотехнологічними смарт-картками, що спричиняє стрімке поширення

карткових шахрайств. Але залишається невирішеним питання розробки дієвих заходів, що забезпечать перехід на передові технології у сфері карткових розрахунків.

Незважаючи на загальні позитивні тенденції розвитку ринку платіжних карток в Україні, показники, які характеризують якість даного ринку залишаються на низькому рівні. По-перше, на ринку переважають картки з магнітною смугою; по-друге, картки використовуються переважно для зняття готівки. Отже, головна мета впровадження карткових платіжних інструментів – скорочення готівкового обігу та забезпечення прозорості та безпеки розрахунків між економічними суб'єктами – не реалізується.

Необхідно відмітити зростання обсягів карткових шахрайств. Дані щодо понесення збитків від карткових шахрайств банки не оприлюднюють, але збитки досягають загрозливих обсягів.

Світові тенденції характеризуються масовим переходом на смарт-технології з метою захисту інформації та зниження ризиків втрат. Смарт-картки забезпечують значно високий рівень безпеки. Крім того, що вони краще захищені від підробок, вони також здатні створювати сеансові ключі шифрування, за допомогою яких у системі захищена вся конфіденційна інформація, що передається та обробляється. В Україні за 10 років функціонування Національної системи масових електронних платежів не зареєстровано жодного підроблення смарт-карток [3]. Для банків у сучасних умовах перехід на смарт-картки пов'язаний зі значними витратами. Тому сподіватися на результативність певних стимулюючих заходів щодо переходу банків на якісно новий технологічний рівень платіжних інструментів не доцільно. Слід вживати кардинальні заходи з боку ЦБ.

На нашу думку, для активізації банків щодо переходу на випуск та обслуговування чіпових карт доцільно ініціювати вирішення даної проблеми на державному рівні з використанням такого інструменту грошово-кредитної політики як норми обов'язкових резервів. Політика норм резервування може бути направлена на даному етапі на вирішення поточних проблем сфери карткових розрахунків, що забезпечить досягнення стратегічних цілей НБУ – це скорочення інфляції, тіньового сектору, ріст ВВП, а для підприємств створить сприятливі умови для оптимізації витрат та скорочення готівкових розрахунків.

Література

1. Про використання інструментів монетарної політики в сучасних умовах від 16.11.2011 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://bank.gov.ua/control/uk/publish/article>
2. Харченко В., Капралов Р. Статистичний аналіз ринку банківських платіжних карток в Україні у контексті країн з розвинутими картковими ринками // Вісник НБУ. – 2010. – № 5. – С. 44-52.
3. Загальні показники розвитку ринку платіжних карток в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=79219

ПРИЧИНИ НЕУСПІШНОСТІ СТРАТЕГІЧНИХ АЛЬЯНСІВ

Однією з форм партнерських відносин підприємств є стратегічний альянс (союз) – особливий вид співпраці двох або більш за підприємств із загальними діловими цілями або формування їхньої коаліції. Далеко не всі стратегічні альянси є успішними. Більше половини з них не дають учасникам очікуваної віддачі, а самі учасники потрапляють у складне становище і жертвують своїми перевагами. Принциповими основами успішності стратегічного альянсу є синергія стосунків між партнерами, рівномірний розподіл інвестицій на ринках, де представлені інтереси партнерів, вкладення інвестицій партнерами в окремі об'єкти (будівництво заводів в різних містах, але в одній країні), контроль за інвестиціями, диверсифікація ринків, ризиків, інвестицій. Але ці основи часто відсутні.

Аналіз численних історій створення стратегічних альянсів у світовій практиці та розірвання угод дозволив виявити найтипівіші причини, ознайомлення з якими та врахування яких може бути корисним при створенні стратегічних альянсів в економіці України (що є неминучим) або при ухваленні рішення українських підприємств взяти участь у стратегічному альянсі із зарубіжними партнерами. В основному ці причини зводяться до такого.

Багато в чому неуспішність стратегічного альянсу зумовлена відсутністю очікуваних вигід від альянсу і недобросовісністю партнерів. Ця причина домінує у відмовах від участі у стратегічному альянсі серед зарубіжних партнерів, які сьогодні мають великий досвід з цього питання (прикладом є стратегічний альянс японської автомобілебудівної компанії Suzuki Motor і німецького автоконцерну Volkswagen).

Другою за частотою є причина нерівноправ'я партнерів по стратегічному альянсу – партнерів не можна визнати рівноправними за класом виконуваних розробок, ринковими позиціями, діловою репутацією тощо. Сильніший партнер відводить слабкішому другорядну роль у стратегічному альянсі, з чим слабкіший партнер рідко погоджується через його зовсім інші очікування.

Відсутність довіри та односторонній позитивний ефект є третьою причиною виходу зі стратегічного альянсу або припинення його існування. Відсутність довіри та односторонній позитивний ефект виникають внаслідок недотримання балансу інтересів між партнерами. Особливо яскраво ця причина виявляється у стратегічному альянсі конкурентів.

Стратегічний альянс між партнерами-конкурентами взагалі є цікавим явищем. Такі альянси є ризикованими і складними партнерів. Головним у побудові таких взаємовідносин є недопущення перекосів у бік того чи іншого партнера. Якщо конкурент є реальним, то при утворенні з ним стратегічного альянсу потрібно бути дуже обережним і чітко встановити галузі співпраці (окремі розробки або штучний розподіл ринків на кшталт картелю). Недоцільно

очікувати від таких стратегічних альянсів отримання переваг всіма учасниками, особливо у довгостроковій перспективі. У таких стратегічних альянсах всі учасники не можуть однаково вигравати, обов'язково хтось буде програвати. Добре, якщо програвш можна буде чимось компенсувати (наприклад, більш суттєвим виграшем в іншому питанні).

Утворювати стратегічний альянс має сенс з псевдоконкурентом. Псевдоконкурентами слід вважати економічних агентів, які виробляють продукцію однакового призначення для різних споживачів, але при подібності продукції їхні інтереси з приводу її просування на ринку не перетинаються через неявні, але значні відмінності у запитах споживачів, які виникають природним (ціни) або штучним (домовленість про розподіл ринків) шляхом. Продукція таких виробників, однакова за призначенням, задовольняє різні запити споживачів щодо такої продукції, тобто підприємства перебувають у різних сегментах ринку, які утворено перевагами споживачів. Уникнути прямої конкуренції псевдоконкурентам у стратегічному альянсі вдається завдяки різним позиціям партнерів як на різних міжнародних ринках, так і сегментах клієнтів за цінами і перевагами в класах і групах товарів.

У стратегічному альянсі з псевдоконкурентами є зовсім непогані шанси на вигравш кожного з учасників, який виражається отриманням ефекту від партнерства. Ефект від партнерства в учасників стратегічного альянсу з псевдоконкурентами виникає у вигравші кожного з них у конкурентній боротьбі з реальними конкурентами внаслідок отримання переваг, які отримує кожна сторона стратегічного альянсу з псевдоконкурентами. Такими перевагами можуть стати технології, інвестиції, розробки, вихід на нові ринки з продукцією, що не є конкурентом продукції учасників стратегічного альянсу з псевдоконкурентами.

Саме у стратегічному альянсі з псевдоконкурентом становиться можливим отримати синергетичний ефект завдяки тому, що кожен з партнерів виконує певні види робіт, результатами яких партнери обмінюються і які надалі використовуються кожним з партнерів. У стратегічному альянсі з псевдоконкурентом є можливість розподілити витрати на проектування, розроблення, просування продукції, а також права інтелектуальної власності.

Дотримання балансу або паритету інтересів партнерів є основою успішного функціонування альянсу. Тому особливий інтерес становить дослідження способів дотримання балансу інтересів між партнерами-конкурентами на міжнародних ринках, де партнери представлені разом.

Безумовно, спільна робота партнерів в альянсі повинна сприяти зростанню конкурентоспроможності партнерів на ринку, що є необхідною умовою забезпечення ефективної участі в альянсі. Найприйнятнішим способом виміру конкурентоспроможності в умовах роботи на міжнародних ринках є частка ринку, що належить кожному з партнерів, і загальний обсяг продажів, інформацію про які подається на сайтах партнерів. Проте провести ретельний і точний аналіз розділення інтересів партнерів на різних ринках складно (наприклад, продукцію компанії Рено представлено на ринках 118 країн світу, а компанії Ниссан – на ринках майже 100 країн).

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ МЕРЧАНДАЙЗИНГУ НА ПІДПРИЄМСТВАХ СФЕРИ ПОСЛУГ, ЗОКРЕМА У РЕСТОРАННОМУ ГОСПОДАРСТВІ

Сучасний стан розвитку ринку ресторанних послуг характеризується високим рівнем конкуренції, що зумовлена постійним зростанням кількості закладів та підвищенням орієнтації на стандарти сервісу та якості обслуговування, спонукає керівників підприємств індустрії гостинності приділяти все більше своєї уваги пошуку нових засобів впливу на вибір споживачів. Окрім класичних засобів маркетингових комунікацій (реклама, PR, стимулювання збуту, тощо), ефективність яких постійно знижується через звикання і, як наслідок, ігнорування споживачами постійного масового інформаційно-рекламного шуму, підприємства ресторанного господарства стикаються із необхідністю використання принципово інших технологій просування, що впливають на поведінку та вибір споживача опосередковано та майже не помітно для останніх. До таких засобів можна віднести мерчандайзинг, який створює у відвідувачів закладів ресторанного господарства стійке відчуття самостійності та незалежності прийнятих рішень.

Сьогодні вітчизняні та западні науковці визначають мерчандайзинг як діяльність, що пов'язана виключно із роздрібними торговельними точками. Так, Д. Буймова визначає мерчандайзинг як комплекс заходів, що проводяться у торговельному залі та спрямовані на просування того чи іншого товару, результатом кого завжди являється стимулювання бажання споживачів обрати та придбати товар, що пропонується. Російські фахівці Кіра та Рубен Канаян дають наступне визначення мерчандайзингу: «Мерчандайзинг – розробка та реалізація методів та технічних рішень, спрямованих на вдосконалення пропозиції товарів, в тому місці, куди споживач традиційно приходить з метою купівлі» [1]. Названі визначення не враховують можливість використання мерчандайзингу закладами ресторанного господарства. Це зумовлено розбіжністю цілей мерчандайзингу для торговельних підприємств та підприємств індустрії гостинності. Ресторанами мерчандайзинг використовується не тільки для впливу на вибір відвідувачів, що вже зайшли у заклад, а в основному для спонукання потенційних споживачів до відвідування.

Так, мерчандайзинг ресторану – це здебільшого психологічні засоби, що не тільки збільшують обсяги збуту та середній чек закладу, а й стимулюють первісні та повторні відвідування та формують лояльність споживачів.

Література

1. Парамонова Т. М., Рамазанов І. А. Мерчандайзинг: Навчальний посібник. – М. : ВД ФБК-ПРЕС, 2004. – 144 с.

ЕКОНОМІКО-ЮРИДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ СУТНОСТІ ЗАБОРГОВАНOSTІ ПІДПРИЄМСТВА

Заборгованість підприємства, зважаючи на обмеженість фінансових ресурсів, здійснює безпосередній вплив на його фінансово-майновий стан та результати функціонування. При цьому, дебіторська заборгованість зумовлює тимчасове вилучення обігового капіталу підприємства та зменшення рівня його оборотності, а кредиторська – тимчасове залучення капіталу, як правило, на безоплатних умовах. Особливо відчутним такий вплив є в умовах фінансово-економічної кризи, під час якої погіршення фінансової дисципліни в суб'єкта господарювання призводить до ефекту ланцюгової реакції кризи неплатежів та відбивається на платіжному стані економіки загалом. Акумуляування на балансі підприємств дебіторської та кредиторської заборгованостей зумовлює погіршення їхньої ліквідності та платоспроможності, наслідком чого може бути навіть їхнє банкрутство.

Дослідження сутності заборгованості з метою подальшого розроблення рекомендацій щодо удосконалення управління нею, на нашу думку, необхідно здійснювати як мінімум у двох аспектах – економічному та правовому (юридичному). Економічний аспект повинен дати змогу з'ясувати економічну природу заборгованості, її види та чинники, а також вплив на фінансово-майновий стан та результати функціонування підприємства тощо. Дослідження сутності заборгованості в юридичному аспекті необхідне для визначення причин її виникнення, правових наслідків існування та погашення чи непогашення, інших якісних характеристик юридичного змісту.

В Економічній Енциклопедії подано таке визначення заборгованості: «сума невиконаного зобов'язання, несплаченого боргу» [1, с.528].

А.Г. Загородній у Фінансово-економічному словнику визначає заборгованість як «суму фінансового зобов'язання чи грошового боргу, яка підлягає погашенню (поверненню) протягом певного терміну» [2, с. 196].

В імперативних документах України безпосереднього визначення заборгованості немає. Проте, деякі документи містять визначення категорій, тісно пов'язаних з поняттям «заборгованість», а саме «зобов'язання», «дебіторська заборгованість», «борг». Зокрема, стаття 509 Цивільного кодексу України визначає зобов'язання як «правовідношення, в якому одна сторона (боржник) зобов'язана вчинити на користь другої сторони (кредитора) певну дію (передати майно, виконати роботу, надати послугу, сплатити гроші тощо) або утриматися від певної дії, а кредитор має право вимагати від боржника виконання його обов'язку» [3].

У Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» зобов'язання визначені як «заборгованість підприємства, яка виникла внаслідок минулих подій і погашення якої в майбутньому, як

очікується, призведе до зменшення ресурсів підприємства, що втілюють у собі економічні вигоди» [4].

В Положенні (стандарті) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість» подано такі визначення: «Дебіторська заборгованість – сума заборгованості дебіторів підприємству на певну дату»; «Дебітори – юридичні та фізичні особи, які внаслідок минулих подій заборгували підприємству певні суми грошових коштів, їх еквівалентів або інших активів» [5].

Проаналізувавши наведені в імперативних документах визначення легко виявити основну відмінність між дебіторською та кредиторською заборгованостями: дебіторська заборгованість підприємства – це заборгованість підприємству з боку його контрагентів, погашення якої в майбутньому призведе до збільшення економічних вигод для такого підприємства, а кредиторська заборгованість – це заборгованість підприємства своїм контрагентам, погашення якої в майбутньому призведе до зменшення економічних вигод. З юридичної точки зору дебіторська заборгованість фактично є правом вимоги, а кредиторська – обов'язком, що виникає з різного виду правочинів.

Етимологія поняття «заборгованість» безперечно пов'язана з категорією «борг». За своєю економічною суттю борг – це сума непогашеного зобов'язання, тому з етимологічної точки зору словосполучення «дебіторська заборгованість», на нашу думку, є некоректним, оскільки головне слово в ньому «заборгованість» означає *борг, зобов'язання, обов'язок*, а залежне – «дебіторська» – вказує на *право вимоги*, тобто з юридичної точки зору два члени цього словосполучення мають прямо протилежний зміст. Тому варто погодитись із думкою юристів-науковців, що «більш коректно для характеристики дебіторської заборгованості використовувати термін «майнові вимоги» [6, с.10].

Отже, подальше дослідження заборгованості, зокрема з метою удосконалення управління нею, необхідно здійснювати з урахуванням її виду – дебіторська чи кредиторська, – оскільки саме це визначає способи її погашення.

Література

1. Економічна енциклопедія.
2. Загородній А. Г. Фінансово-економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – Львів : Видавництво Львівської політехніки, 2005. – 714 с.
3. Цивільний кодекс України.
4. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 1 «Загальні вимоги до фінансової звітності» : Наказ Міністерства фінансів України від 31.03.1999 р., № 87.
5. Положення (стандарт) бухгалтерського обліку 10 «Дебіторська заборгованість»: Наказ Міністерства фінансів України від 08.10.1999 р., № 237.
6. Лігоненко Л. О. Управління дебіторською заборгованістю підприємства : Навч. посіб. / Л. О. Лігоненко, Н. М. Новикова. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2005. – 275 с.

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У процесі управління торговельним підприємством керівниками приймаються рішення щодо планування діяльності, організаційної роботи, залучення персоналу, здійснення контролю тощо.

Створення конкурентних переваг підприємства і визначення ефективної стратегічної позиції, що намітить майбутню життєздатність підприємства, в сучасних умовах забезпечує стратегічне управління.

Мета стратегічного управління – визначення місії, цілей і стратегій, опрацювання та забезпечення виконання системи поточних планів, що є основою формування конкурентоспроможності підприємства у довготерміновій перспективі [1, с.142].

Одним з основних факторів, який має вплив на розвиток підприємства є наявність необхідних ресурсів.

Успішна діяльність підприємства тісно поєднана з ефективним управлінням фінансовими ресурсами.

Управління фінансовими ресурсами створює систему управлінських рішень, пов'язаних з оптимальним їх формуванням та забезпеченням ефективного використання спрямованого на досягнення певних цілей, таких як:

- створення конкурентоспроможної бази підприємства;
- лідерство серед конкурентних фірм;
- уникнення банкрутства;
- зростання обсягів виробництва та реалізації;
- збільшення прибутку;
- збільшення ринкової вартості фірми [2, с.145].

Формування фінансових ресурсів відбувається шляхом їх залучення з різних джерел залежно від поставленої мети в обсягах, які б забезпечували самофінансування підприємства. Сформовані фінансові ресурси призводять до зміни структури капіталу підприємства та його фінансової стійкості. Оптимальним є приріст капіталу утворений за рахунок формування власних фінансових ресурсів. Зростання обсягу капіталу при сталих інших показниках діяльності підприємства спричиняє збільшенню у майбутньому обсягу товарообороту.

Тому процес управління формуванням власних фінансових ресурсів сприяє збільшенню обсягу товарообороту, що призводить до зростання прибутку. Стратегія управління формуванням власних фінансових ресурсів спрямована на залучення найдешевших джерел збільшення власного капіталу.

В сучасних умовах зростання обсягів діяльності торговельного підприємства вимагає залучення не тільки власних фінансових ресурсів, а й інших форм фінансування. Потреба підприємства в додатковому фінансуванні

задовольняється за рахунок позикових ресурсів. Це дає можливість підприємствам значно розширити обсяг господарської діяльності, більш ефективно використовувати власний капітал, прискорити формування різних цільових фінансових фондів і підвищити ринкову вартість підприємства.

Позикові ресурси торговельного підприємства являють собою сукупність різних за формою та умовами залучення зовнішніх фінансових ресурсів, які отримуються торговельним підприємством на зворотній та платній основі на певний період [3, с.670].

Основними цілями залучення позикових засобів підприємства є:

- поповнення необхідного обсягу постійної частини оборотних активів;
- забезпечення формування змінної частини оборотних активів;
- формування недостатнього обсягу інвестиційних ресурсів;
- забезпечення соціально-побутових потреб своїх робітників;
- інші тимчасові потреби [4, с.246].

Залучення позик дозволяє прискорити рух грошових та матеріальних ресурсів підприємства шляхом проведення своєчасних розрахунків, перерозподілу коштів, що дозволяє підприємству максимально ефективно здійснювати свою господарсько-фінансову діяльність. Стратегія залучення позикових ресурсів торговельними підприємствами являє собою цілеспрямований процес оптимізації їх обсягів та термінів використання, а також обґрунтування найбільш ефективних умов та джерел формування.

У процесі реалізації стратегії управління, одним із основних завдань є розподіл стратегічних ресурсів. Плани, які на думку керівництва є найбільш ефективними і сприяють досягненню поставлених цілей, найчастіше на практиці не визначають які саме ресурси є і в якій кількості. Для ідентифікації необхідних для реалізації стратегії ресурсів є ланцюжок цінностей, який передбачає використання двох процедур: 1) виділити ті елементи ланцюжка цінностей, що мають найбільшу важливість для успішної реалізації обраної стратегії і забезпечити їхні ресурсні потреби; 2) проаналізувати взаємозв'язок між елементами ланцюжка цінностей і виявити види та обсяги ресурсів необхідних для роботи з постачальниками, дистриб'юторами і покупцями [5, с.345].

Література

1. Березін О. В. Стратегія підприємства : [навчальний посібник] / О. В. Березін, М. Г. Безпарточний. – К. : Ліра-К, 2010. – 224 с.
2. Хотомлянський О. Л. Теоретичні основи управління фінансовими ресурсами підприємств / О. Л. Хотомлянський // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 2. – С.145-151.
3. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства : [підручник для вузів] / [під ред. проф. Н. М. Ушакової]. – К. : Хрещатик, 1999. – 800 с.
4. Бланк И. А. Управление капиталом : [учебный курс] / И. А. Бланк. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2004. – 576 с.
5. Мізюк Б. М. Основи стратегічного управління : [підручник] / Б. М. Мізюк. – Львів : Магнолія 2006, 2009. – 544 с.

ФОРМУВАННЯ ОЦІНОЧНИХ ПАРАМЕТРІВ СКЛАДОВИХ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Розробка стратегії розвитку, побудова прогнозів та складання планів з метою ухвалення ефективних управлінських рішень повинні бути забезпечені об'єктивною інформацією про стан економічної безпеки підприємства. Однією з проблем адекватної оцінки рівня економічної безпеки промислового об'єкта слід відзначити відсутність єдиного визначення даної категорії, яка розглядається з різних позицій, і, відповідно, має різні підходи до аналізу та оцінювання [1, с.88; 2, с.46]. Оцінка рівня економічної безпеки підприємства за своїм змістом потрапляє у розряд комплексної, тому що повинна віддзеркалювати різні, по своїй суті, але тісно при цьому пов'язані сфери діяльності суб'єкта господарювання. Звідси виникає необхідність обґрунтування методологічних принципів комплексного аналізу, формування системи показників і відбору методів оцінки економічної безпеки підприємства. У зв'язку з цим актуальності набувають наступні аспекти проблеми: 1) виділення основних чинників, що впливають на стан економічної безпеки підприємства; 2) формування системи чинників мікро- та макrorівня, які здійснюють вплив на оціночні параметри економічної безпеки підприємства; 3) теоретичне обґрунтування підходів і принципів комплексної оцінки економічної безпеки підприємства.

Розуміння економічної безпеки, як здатності машинобудівного підприємства чинити опір сукупному впливу загроз макро- та мікросередовища на основі прийняття виважених управлінських рішень та ефективного використання корпоративних ресурсів, на першому етапі формування комплексної оцінки стану економічної безпеки підприємства передбачає виділення основних чинників, що впливають на її рівень.

На основі проведеного аналізу було встановлено, що усю сукупність чинників, які здійснюють зовнішній вплив на стан економічної безпеки, поділяють, з позицій суб'єкта господарювання, на два види – некеровані макроекономічні (економічні, суспільно-політичні, науково-технічні, соціально-культурні та ін.), і керовані та некеровані мікроекономічні, які стосуються процесів взаємозв'язку із суб'єктами ресурсного забезпечення, споживачами та конкурентами, відповідають вимогам безпеки системи і формуються відповідно до стратегії підприємства (див. рис.).

Внутрішнє середовище має декілька параметрів оцінки, кожен із яких включає набір ключових процесів і характеристичних взаємозв'язків елементів організації, стан яких у сукупності формує рівень економічної безпеки промислового підприємства. Оціночні параметри охоплюють показники відповідної підсистеми економічної безпеки та відображають її стан.

Каталог чинників впливу на оціночні параметри складових економічної безпеки
машинобудівного підприємства

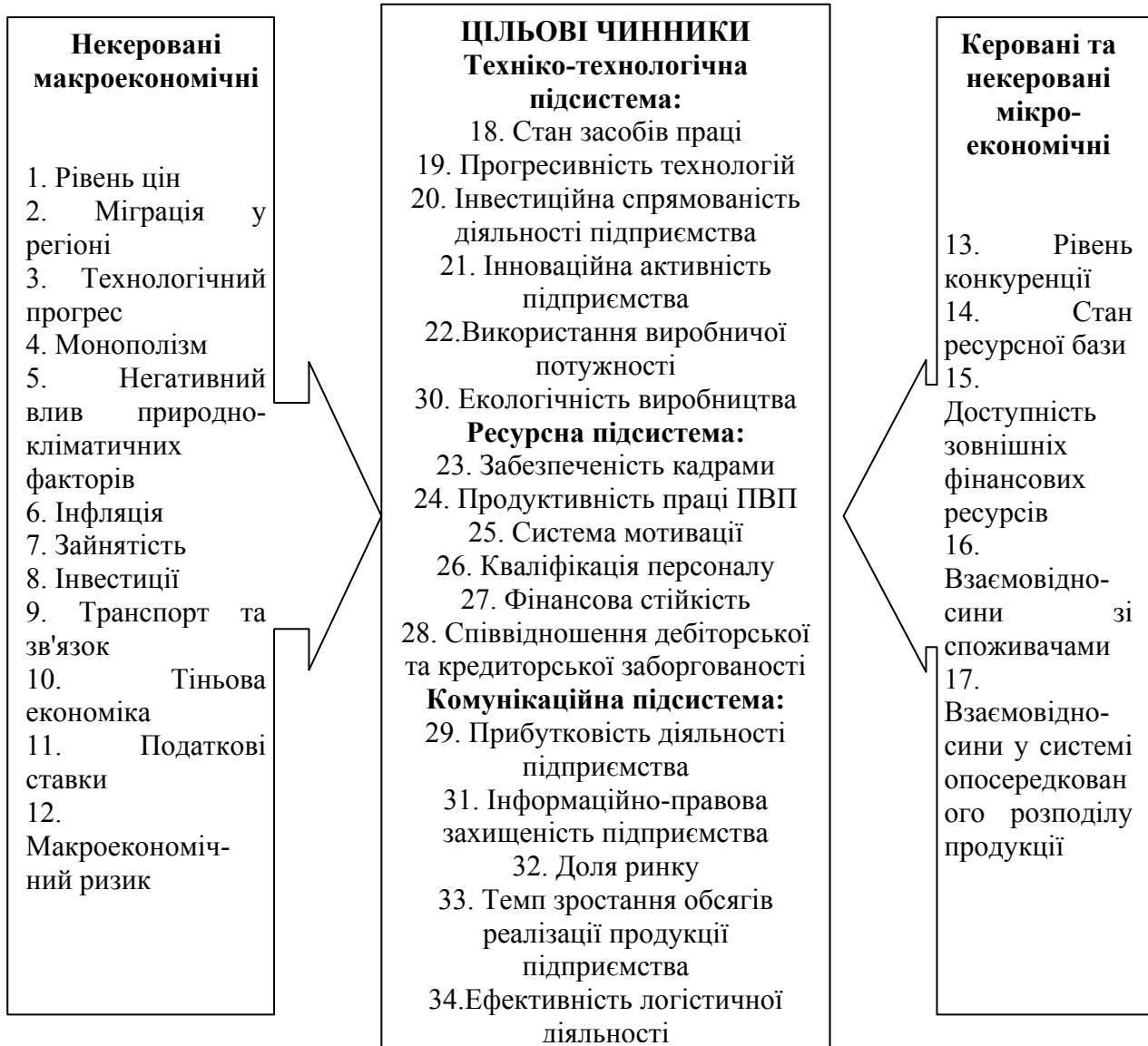


Рис. Каталог чинників впливу на оціночні параметри складових економічної безпеки машинобудівного підприємства (з позицій суб'єкта господарювання)

Отримані результати пропонуємо використати при формуванні індикативної бази оціночних параметрів у рамках удосконалення існуючих підходів до комплексної оцінки економічної безпеки підприємства.

Література

1. Камишникова Э. В. Методы формирования комплексной оценки уровня экономической безопасности предприятия / Э. В. Камишникова // Актуальні проблеми економіки. – № 12 (102). – 2009. – С. 87-91.
2. Пономарьов В. П. Формування механізму забезпечення економічної безпеки підприємства : дис. канд. екон. наук: 08.06.01 – економіка підприємства і організація виробництва / В. П. Пономарьов. – Луганськ, 2000. – 20 с.

Каражия Э.А.
старший преподаватель,
Сароян Л.А.
студент

Одесский национальный экономический университет (Украина)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В условиях рыночной экономики в нашей стране особое значение приобретают вопросы практического применения современных форм управления персоналом, позволяющих повысить социально-экономическую эффективность любого производства.

Управление персоналом – деятельность руководящего состава организации, несущая определенную цель, а также руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом, которая включает разработку концепции и стратегии кадровой политики и методов управления персоналом. Эта деятельность заключается в формировании системы управления персоналом, планировании кадровой работы, проведении маркетинга персонала, определении кадрового потенциала и потребности организации в персонале. Персонал-технологии управления персоналом организации охватывают широкий спектр функций от приема до увольнения кадров, вопросы трудовых отношений; психофизиологию, эргономику и эстетику труда. Если в условиях командно-административной системы эти задачи рассматривались как второстепенные, то сейчас они выдвинулись на первый план и в их решении заинтересована каждая организация [1, с.146].

Методология управления персоналом предполагает рассмотрение сущности персонала организации как объекта управления, процесса формирования поведения индивидов, соответствующего целям и задачам организации, методов и принципов управления персоналом.

Система управления персоналом предполагает формирование целей, функций, организационной структуры управления персоналом, вертикальных и горизонтальных функциональных взаимосвязей руководителей и специалистов в процессе обоснования, выработки, принятия и реализации управленческих решений.

Персонал-технологии по управлению персоналом предполагают организацию найма, отбора, приема персонала, его деловую оценку, профориентацию и адаптацию, обучение, управление его деловой карьерой и служебно-профессиональным продвижением, мотивацию и организацию труда, управление конфликтами и стрессами, обеспечение социального развития организации, высвобождение персонала и др. Сюда же следует отнести вопросы взаимодействия руководителей организации с профсоюзами и службами занятости, управления безопасностью персонала [2, с.125].

Основу концепции управления персоналом организации в настоящее время составляют возрастающая роль личности работника, знание его

мотивационных установок, умение их формировать и направлять в соответствии с задачами, стоящими перед организацией.

Одной из основных составляющих системы управления персоналом является мотивация персонала. В самом общем виде мотивация человека к деятельности понимается как совокупность движущих сил, побуждающих человека к осуществлению определенных действий. Эти силы находятся вне и внутри человека и заставляют его осознанно или же не осознанно совершать некоторые поступки. При этом связь между отдельными силами и действиями человека опосредована очень сложной системой взаимодействий, в результате чего различные люди могут совершенно по-разному реагировать на одинаковые воздействия со стороны одинаковых сил. Более того, поведение человека, осуществляемые им действия в свою очередь также могут влиять на его реакцию на воздействия, в результате чего может меняться как степень влияния воздействия.

Не менее важной составляющей системы управления персоналом является кадровое планирование. Сущность кадрового планирования заключается в предоставлении людям рабочих мест в нужный момент времени и необходимом количестве в соответствии с их способностями, склонностями и требованиями производства. Рабочие места с точки зрения производительности и мотивации должны позволить работающим оптимальным образом развивать свои способности, повышать эффективность труда, отвечать требованиям создания достойных человека условий труда и обеспечения занятости. Этот метод управления персоналом способен согласовывать и уравнивать интересы работодателей и работников [3, с.98].

Создание системы управления персоналом, которая строится не «как получится» или как было заведено раньше, а на принципах технологичности, можно рассматривать как важную, безусловно, привлекательную задачу для любой компании, озабоченной не только выживанием, но и развитием и процветанием в рыночных условиях. Выработанная высшим руководством стратегия развития бизнеса всегда нуждается в поддержке со стороны работников организации. Руководство может рассчитывать на эту поддержку и успех в достижении поставленных целей лишь в том случае, если система управления персоналом обеспечит необходимое качество человеческих ресурсов.

Таким образом, без использования современной технологии управления персоналом в современных условиях деятельность предприятия не будет иметь эффективного результата.

Литература

1. Богданова Е. Л. Маркетинговая концепция организации персонала-менеджмента и конкурентоспособной рабочей силы. – СПб., 2006. – 146 с.
2. Шекшня С. В. Управление персоналом современной организации.-4-е изд., перераб. и доп. – М. : Бизнес-школа «Интел-Синтез», 2005. – 125 с.
3. Веснин В. Р. Практический менеджмент персонала : Пособие по кадровой работе. – М. : Юрист, 2008. – 98 с.

ПРОЦЕСНИЙ ПІДХІД ДО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ ЯК ОСНОВА СУЧАСНИХ ПІДХОДІВ ПОБУДОВИ СИСТЕМ УПРАВЛІННЯ

У ринкових умовах одним із найважливіших факторів диференціювання та досягнення конкурентних переваг виступає наявність у підприємства збалансованої, адекватної зовнішнім умовам концепції стратегічного управління його розвитком. В умовах обмеженості ресурсів наявність системи стратегічного управління дозволяє позиціонувати підприємство таким чином, щоб його положення виявилось найбільш вигідним та сприяло досягненню довгострокових цілей.

У зв'язку з цим ключова концепція виділення із конкурентного середовища для бізнесу пов'язана з управлінням інноваційним розвитком бізнес-процесів підприємства.

В умовах рішення однієї із найважливіших стратегічних задач українського суспільства з переходу до переважно інноваційного шляху розвитку головною формою економічного зростання стає інноваційна діяльність, яка спрямована на забезпечення стійкого прогресу для нашої держави [3, с.57].

Існуючі стратегічні, тактичні та оперативні системи управління підприємствами орієнтовані переважно на управління локальними обсягами виробництва та реалізації. Недостатньо уваги приділяється методикам проектування бізнесу в цілому: їм відводиться лише роль, котра виражається найчастіше у вигляді окремих програм, проектів, планів заходів, що мають тимчасовий характер. І в неمالій мірі це положення посилюється розповсюдженістю лінійно-функціональних або вертикально-інтегрованих організаційних структур підприємств.

Сформовані на цій основі системи управління не у змозі забезпечити адекватну реакцію на зовнішні та внутрішні економічні чинники з низки причин, однією з яких є складність проходження інформації по ієрархічній моделі управління. У той самий час у сучасному бізнесі не залишилося жодного чинника, до якого можна застосувати терміни «стабільний» чи «постійний».

Проблеми існуючих підходів до побудови бізнесу полягають у тому, що аналізуються окремі складові бізнесу, а не бізнес у цілому. Накопичено значний досвід проектування та моделювання організації виробництва та управління окремими підприємствами. Разом з тим розгляд бізнесу як одного цілого, відокремленого в межах окремих підприємств, об'єднаних загальним управлінням, призводить до виникнення нових ідей щодо організації управління.

Процесно-структурний підхід до управління бізнесом можна розглядати як складову сучасної управлінської економіки.

У сучасній теорії управління економічними системами відбулося поступове зближення понять «процес» та «бізнес-процес». Однак у сьогоdnішній практиці реорганізації бізнес-процесів існує певний ступінь роз'єднаності в діях різноманітних служб та керівників підприємств. На розбіжності при виконанні проектів накладаються проблеми з організаційною структурою, підпорядкованістю підрозділів та співробітників. Виникає клубок протиріч, яких можна уникнути, якщо підійти до всіх цих робіт комплексно, шляхом створення в організації єдиної системи керованих процесів. Необхідність упровадження процесно-структурного підходу до проектування та розвитку системи управління бізнес-процесами підприємства стала очевидною, і вона дозволить усунути вказані вище розбіжності та забезпечити результативне виконання проектів організаційних змін [1, с.146].

Аналіз існуючої наукової літератури з бізнес-процесів переважно присвячений типовим підходам до створення моделей бізнес-процесів без прив'язки до практичних завдань реорганізації системи управління. На жаль, у цій літературі також майже не приділяється уваги системним проблемам побудови мережі бізнес-процесів підприємства, їх взаємодії між собою, принципам та засобам управління бізнес-процесами, взаємоузгодженості вимог до процесів з боку МС ISO 9000 та системи стратегічного планування та управління.

Стає актуальним удосконалення системи управління бізнес-процесами підприємства, котра ґрунтується на сучасному розумінні процесного підходу до управління. Бізнес-процес є достатньо складним об'єктом управління. Система управління бізнес-процесами підприємства включає: дії щодо перетворення входів на виходи, систему збору інформації про показники процесу, систему аналізу цієї інформації та прийняття управлінського рішення особою, відповідальною за ефективність процесу, систему безперервного покращення показників процесу та дій, що корегуються, з усунення причин відхилень у ході процесу. Показники процесів мають бути інтегровані в загальну систему управлінського обліку підприємства, а система планування діяльності процесів – у систему стратегічного планування підприємства [2, с.18].

Література

1. Гританс Я. М. Организационное проектирование и реструктуризация (реинжиниринг) предприятий и холдингов: экономические, управленческие и правовые аспекты: практическое пособие по управлению и финансовому консультированию / Я. М. Гританс. – 2-е изд., доп. – М. : Волтерс Клувер, 2008. – 224 с.: табл. – ISBN 978-5-466-00221-8(обл.).
2. Захарченко В. И., Борисов О. Г., Меркулов Н. Н. Реструктуризация и аутсорсинг на предприятии. – О. : Фенікс, 2006. – 128 с.
3. Захарченко В. И., Меркулов Н. Н., Ширяева Л. В. Инновационное развитие в Украине, технология, практика : монография. – Одеса : «Печатный дом», «Фаворит». – 2011. – 598 с.

НЕОБХОДИМОСТЬ И ЗНАЧЕНИЕ СТРАХОВАНИЯ РИСКОВ ПРЕДПРИЯТИЙ

Одной из наиболее актуальных проблем в процессе функционирования предприятия в настоящее время можно назвать проблему управления рисками.

Неопределенность и риск – обязательные составные рыночного способа хозяйствования. Субъект хозяйствования не в силах избавиться от негативных результатов влияния этих категорий на свой результат [1, с.90]. Экономический риск охватывает все стороны деятельности предприятия: как внешние, так и внутренние.

Ежегодно в нашей стране в результате природных катаклизмов, техногенных катастроф и прочих нежелательных событий предприятия несут значительные убытки. Если раньше компенсация убытков обеспечивалась в большей части выделением средств из специальных целевых резервов государственного бюджета, то сегодня предприятиям приходится самим искать иные пути погашения убытков.

Большая часть предприятий пытается бороться с последствиями негативных событий, используя систему самострахования, которая не всегда спасает их от всех рисков.

Поэтому одним из наиболее перспективных направлений регулирования рисков, на наш взгляд, должно стать страхование. Суть страхования заключается в том, что предприятие заранее финансирует потенциальный убыток для того, чтобы не отвлекать большие деньги при наступлении страхового случая из собственных средств, а, наоборот, получить их от страховщика. С помощью страхования можно получать полноценное возмещение за какую-то оговоренную плату [2].

Будучи застрахованным, хозяйство может с большим успехом развиваться без оглядки на случай [3, с.6]. Поэтому страхование производственно-хозяйственной деятельности предприятий позволит обеспечить непрерывность процесса производства, возмещая убытки за счет средств страховых организаций.

Во многих развитых странах при защите предприятий от различного рода рисков система страхования приобрела большое значение. Страхование во многих странах рассматривается как сектор рыночной инфраструктуры, как обязательный элемент общества в условиях рыночной экономики. В зарубежной практике для функционирования механизма страхования наработана теоретическая база и созданы практические инструменты.

В условиях рыночной экономики в Украине также возникает необходимость в создании системы страхования рисков предприятий.

В настоящее время страховой рынок Украины предлагает предприятиям следующие виды услуг:

- ▶ страхование имущества предприятий;
- ▶ страхование ответственности предприятий перед третьими лицами за убытки, которые нанесены имуществу, жизни или здоровью третьего лица;
- ▶ страхование предпринимательских рисков.

В свою очередь под предпринимательскими рисками страховщики предлагают заключать договоры страхования:

- производственных рисков (связанных с производственным процессом);
- коммерческих рисков (возникающих в процессе реализации продукции);
- финансовых рисков (возникающих в сфере отношений предприятия с банками и другими финансовыми институтами, а также связанные с вероятностью потерь финансовых ресурсов);
- валютных рисков (связанных с изменением курса валют).

Однако, в Украине, к сожалению, сегодня лишь незначительная часть рисков производственно-хозяйственной деятельности предприятий охвачена страхованием.

Процесс страхования рисков предприятий в нашей стране сталкивается с целым рядом трудностей. И это, прежде всего, объясняется отсутствием совершенного законодательного регулирования взаимоотношений всех субъектов страхового рынка, что усложняет процесс страхования как для самих предприятий, так и для страховых компаний. Поэтому необходимо создать такую систему страхования, которая бы обеспечила заинтересованность и взаимовыгодные условия сотрудничества предприятий и страховых компаний.

Также следует отметить, что для предприятий разных отраслей степень рисков неодинакова. Нельзя, например, сравнивать риски, возникающие в процессе деятельности металлургического комбината и предприятия легкой промышленности. Потому необходимо провести ранжирование деятельности предприятий в зависимости от степени отраслевого риска. Это в свою очередь даст возможность страховым компаниям в зависимости от группы риска устанавливать при заключении договора обоснованные тарифные ставки.

Таким образом, именно страхование в нашей стране должно стать важнейшим средством обеспечения стабильного функционирования предприятия.

Литература

1. Кондрашкін А. Б. Теорія та практика підприємницького ризику: Навчальний посібник / А. Б. Кондрашкін, Т. В. Пепа. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 224 с.
2. Юрченко Е. Ю. Страхование рисков предприятия [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.uran.donetsk.ua/~masters/2004/fem/yurchenko/library/lib2.html>
3. Шахов В. В. Теория управления рисками в страховании / В. В. Шахов, А. С. Миллерман, В. Г. Медведев. – М. : Финансы и статистика, 2002. – 224 с.

НАПРЯМИ УПРАВЛІНСЬКИХ ДІЙ ЗА ОКРЕМИМИ СКЛАДОВИМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Розвиток ринкових відносин в Україні вимагає від підприємств самостійного прийняття економічних рішень як в оперативному, так і в стратегічному управлінні. Підприємства опинились у нових для себе умовах господарювання, до яких не були готові. Це змусило подивитися набагато ширше на проблему економічної безпеки підприємств.

Управління економічною безпекою підприємства представляє собою реалізацію специфічних управлінських рішень кожної складової економічної безпеки стосовно адаптації підприємства до певних умов зовнішнього та внутрішнього середовища з метою досягнення встановлених цілей. Розроблення, прийняття і здійснення обґрунтованих управлінських рішень по кожній із складових економічної безпеки є однією з найважливіших проблем сучасного менеджменту. Про це свідчить і зростання масштабів утрат у результаті навіть незначних помилок, допущених під час прийняття рішень щодо забезпечення економічної безпеки.

Досліджуючи складові економічної безпеки автор прийшов до висновку що визначена на сьогоднішній день науковцями їх структура не є досконалою і не враховує комплексно всі загрози, які постають перед сучасним підприємством. Запропонуємо власне бачення основних найбільш важливих складових економічної безпеки та напрями управлінських дій по кожній з них (див. табл., яка розроблена автором на основі [1-3]).

Таблиця

Напрями управлінських дій по окремих складових економічної безпеки

№ п/п	Функціональні складові економічної безпеки	Напрями управлінських дій за складовими економічної безпеки
1	2	3
1	Фінансова	Здійснення комплексу заходів в інтересах захисту бізнесу від внутрішніх і зовнішніх негативних фінансових загроз
2	Управлінська	Необхідність функціонально-цільової структури системи прийняття управлінських рішень, визначення послідовності управлінських дій, спрямованих на досягнення та підтримання належного стану економічної безпеки підприємства
3	Інформаційна	Виконання як всієї сукупності функціональних обов'язків щодо інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності підприємства, так і специфічних операцій

1	2	3
4	Кадрова	Якісні та кількісні аспекти підбору персоналу, зіставлення планових потреб з фактичною чисельністю, рішення про найм
5	Соціальна	Стимулювання реалізації працівником власного потенціалу, наукове обґрунтування рішення про заміну професійно-старіючого працівника
6	Техніко-технологічна	Контроль відтворення основного капіталу. Вибір доцільної амортизаційної політики
7	Інноваційна	Прогресивні рішення щодо створення нових технопарків, технополісів, проведення політики ресурсозбереження, інтелектуалізації всієї виробничої діяльності
8	Політико-правова	Зменшення негативного впливу недоробок в юридичному забезпеченні діяльності підприємства
9	Екологічна	Рішення про впровадження практики використання екологічного законодавства, оптимізуючи свої кошти на випуск екологічно чистої продукції
10	Антикризова	Рішення про надзвичайні заходи з недопущення кризи або виходу з неї
11	Ринково-інтерфейсна	Зміни в ринковому середовищі змушують підприємство слідкувати за величиною частки ринку, посилення конкурентних позицій, взаємодіяти з економічними контрагентами
12	Силова	Стан фізичної безпеки співробітників, збереження майна підприємства, сприяння зовнішньому бізнесу

Таким чином, для досягнення найбільш високого рівня економічної безпеки підприємство має приймати управлінські рішення щодо забезпечення максимальної безпеки основних функціональних складових економічної безпеки підприємства. Стабільність і невразливість інформаційної, фінансової, техніко-технологічної, інших складових економічної безпеки підприємства є запорукою надійної його захищеності.

Література

1. Донець Л. І. Економічна безпека підприємства : навч. пос. / Л. І. Донець, Н. В. Ващенко. – К. : Центр учбової літератури, 2008. – 240 с.
2. Економічна безпека : навч. посібник / [за заг. ред. З. С. Варналія]. – К. : Знання, 2009. – 647 с.
3. Капітула С. В. Удосконалення класифікації і структури безпеки підприємства / С. В. Капітула, В. М. Якубець, С. І. Шевченко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11 (113). – С. 137-141.

ТРАНСФЕР ТЕХНОЛОГІЙ ЯК ЗАСІБ ПОДОЛАННЯ КРИЗИ НА ПІДПРИЄМСТВАХ АВІАЦІЙНОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ

Трансфер технологій, який також називається передачею технології, являє собою процес передачі навичок, знань, технологій, методів виробництва, зразків виробництва і складових об'єктів технологій між урядами та іншими установами з метою забезпечення науково-технічного прогресу. Економічна криза 2009 р. загострила питання виживання підприємств складно-технічного виробництва, і не тільки в Україні. Авіаційно-будівна промисловість (АП) України як важлива складова ланка єдиної транспортної мережі завдяки інноваційному потенціалу має всі необхідні та достатні передумови для ефективного техніко-технологічного розвитку наукоємного виробництва на базі технологічного трансферу діяльності і підвищення конкурентоспроможності своєї продукції.

Трансфер технологій – основна форма просування інновацій, отже, підвищення організаційно-економічної ефективності функціонування підприємств АП на базі інноваційного розвитку – трансферу технологій – служить розв'язанню актуального науково-прикладного завдання прискорення організаційно-технологічного розвитку галузі в посткризовий період.

Дослідження трансферу технологій в АП України дало змогу встановити основні стадії розвитку будування авіаційних двигунів та іншої високотехнологічної та наукомісткої продукції і виявити закономірності розвитку галузі. Проаналізовані основні проблеми в АП України дозволили визначити їхні наступні особливості: 1) організаційно-управлінська структура АП не перетерпіла змін, адекватних змінам умов ринку, особливо в період кризи; 2) відсутня дієва система формування й управління корпоративною власністю і корпоративним капіталом; 3) недосконалість правової і фінансової бази, покликаной зберегти внутрішній ринок і сприяти просуванню вітчизняної продукції на зовнішні ринки авіаційної техніки.

Впровадження трансферу технологій АП у технопарк дозволить:

- прискорити комерціалізацію продукції;
- прискорити НДДКР за допомогою стратегії залучення до роботи зовнішніх організацій;
- впровадити лінійну модель інновацій в технологічний парк, що надасть можливість проведення на замовлення компанії досліджень, орієнтованих на створення нових зразків техніки і технологій;
- налагодити співробітництво університетів і науково-дослідних інститутів з інноваційними фірмами;
- проводити маркетингові консультації з нової продукції, нових технологій і виробничих процесів;
- використати стратегію послідовних невеликих поліпшень продукції;

- використати стратегію стрибкоподібних нововведень.

Обґрунтовані методичні підходи та рекомендації дозволили сформулювати наступні теоретико-практичні висновки:

1. Посткризове відновлення підприємств АП, яке базується на інноваційній моделі розвитку, вимагає формування і проведення ефективної державної політики, націленої на підвищення рівня конкурентоспроможності національної продукції промисловості на основі трансферу технологій.

2. Розвиток інноваційної діяльності в невизначених умовах ринку супроводжується прискоренням системо-утворюючих та інтеграційних процесів, що призводить до створення інноваційних структур – бізнес-інкубаторів, технопарків, інноваційних центрів, технополісів – формування яких розглядається як початкова стадія життєвого циклу технологічних інновацій.

3. Комерціалізація виробництва вимагає активного обміну ідеями та думками щодо технологій, які приносять вигоди за рахунок повернення інвестицій в НДДКР, збільшення обсягу наукоємної продукції, а також підвищення її якості й зниження цін інновацій.

4. Вплив трансферу технологій на комерціалізацію виробничої діяльності вимагає одночасного сполучення факторів: наявності мотивації та відповідних лідерів, реального запиту ринку, технічної спроможності підприємств галузі, опрацювання системи антикризових заходів тощо.

5. Трансферна діяльність стимулює як маркетингову так і управлінську функції; орієнтується на зміни ринкової кон'юнктури, особливо в кризових умовах; на прогнозування пріоритетних тенденцій соціально-економічного розвитку і пошук техніко-технологічних, організаційно-фінансових та інших механізмів використання технологічно-інноваційної продукції, а це сприяє формуванню та ефективному антикризовому управлінню і функціонуванню виробництв на базі високих технологій.

6. Трансфер робить технології доступними для широкого кола користувачів, це сприяє подальшому використанню і відтворенню технологій, а також створення нових продуктів, процесів, матеріалів або послуг.

Література

1. Баландин К. А. Задача управления производственной мощностью крупного авиастроительного предприятия при значительном снижении спроса на выпускаемые изделия / К. А. Баландин // Управление организационно-экономическими системами : моделирование взаимодействий, принятие решений: Сб. науч. статей. – Самара : ИЛУ РАН, СГАУ, 2002. – Вып. № 3. – С. 5-9.

2. Андросова О. Ф. Стратегічні й тактичні інновації в розвиток світової авіаційної промисловості // Зб. наук. праць „Економіка: проблеми теорії та практики”. – Дніпропетровськ : ДНУ. – 2003. – Випуск № 174, т. II. – С. 520-524.

СУЧАСНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ПРОЦЕСНО-ОРІЄНТОВАНОЮ ОРГАНІЗАЦІЄЮ

Забезпечення сталого розвитку підприємств сьогодні можливо завдяки застосуванню інноваційних підходів до управління підприємствами. Одним з таких підходів є процесно-орієнтований підхід до управління на основі реінжинірингу бізнес-процесів. М. Хаммер та Дж. Чампі першими систематизували та представили поняття та методи управління бізнес-процесами, а також сприяли пошуку альтернативних підходів до управління ними.

Реінжиніринг вже більше двадцяти років застосовується у вигляді новаторського, нестандартного підходу до управління перетвореннями на підприємствах. Практичний досвід реалізації реінжинірингу свідчить про скорочення циклу виробництва продукції командами процесу в десятки разів: скорочуються документообіг та кількість узгоджень на різних рівнях ієрархії управління; відповідальність команди за результати виконання роботи якісно і в строк також підвищує продуктивність праці; заробітна плата збільшується, оскільки посилюється компонента росту і навчання. Реінжиніринг застосовується в трьох основних ситуаціях: якщо підприємство знаходиться у глибокому кризовому стані; за умови визнання поточного стану підприємства задовільним при несприятливих прогнозах його подальшої діяльності; якщо необхідні прискорене нарощування відриву від найближчих конкурентів та створення унікальних конкурентних переваг на благополучних, швидкозростаючих та агресивних підприємствах. Кардинальні зміни при реінжинірингу передбачають не часткове або поступове поліпшення, а стрибкоподібне зростання ефективності [1, с.54].

Бізнес-процеси розглядаються як комплекс заходів, реалізація яких на основі різних видів початкових даних, дозволяє створити цінний для клієнта результат. Поняття «процеси» – найважливіше у визначенні реінжинірингу та найбільш складне для розуміння управління (менеджерами) підприємства. Об'єктом реінжинірингу є не організації, а процеси, тобто діяльність розглядається як сукупність бізнес-процесів. Бізнес-процес – це потік роботи, що переходить від однієї людини до іншої, а для великих процесів – від одного відділу до іншого [2, с.125]. Згідно з процесним підходом, організація являє собою сукупність процесів (при функціональному підході – це сукупність функцій), а управління підприємством передбачає управління процесами. Кожен процес має свою мету, яка є критерієм його ефективності та визначає оптимальний рівень її досягнення. Генеральна мета компанії досягається завдяки успішній реалізації цілей всіх процесів, які є цілями нижнього рівня. Управління процесами та їх постійне удосконалення дозволяє підприємству досягти високоефективного рівня своєї діяльності [3, с.83].

Головною метою реінжинірингу є збільшення мобільності підприємства,

прискорення реагування на зміни у вимогах споживачів при значному скороченні витрат видів. Головними властивостями реінжинірингу є: відмова від застарілих правил та підходів, початок реалізації ділового процесу за абсолютно новими методами; відмова від старої організаційної структури та неефективних принципів управління підприємством; радикальна зміна способів господарської діяльності; значні зміни фінансових і економічних показників. Головні етапи реінжинірингу такі: декілька робочих процедур об'єднуються в одну, тобто відбувається горизонтальне стиснення процесу, що прискорює виконання процесу приблизно в десять разів; виконавці ухвалюють самостійні рішення, тобто здійснюється не тільки горизонтальне, але й вертикальне стиснення процесів; етапи процесу виконуються в природному порядку; реалізація процесів передбачає різні варіанти виконання, які обираються залежно від конкретної ситуації, стану тощо; робота виконується в тому підрозділі чи відділі, де це доцільно; мінімізується кількість узгоджень шляхом скорочення зовнішніх точок контакту; єдина точка контакту забезпечується уповноваженим менеджером за умови складності етапів реалізації процесу та неможливості їх поєднання силами невеликої команди.

Дослідження оптимальних методів перетворення підприємств не обмежується тільки процесним підходом. В реальному бізнесі процесний підхід у чистому вигляді майже не існує. Фактично він являє собою матричний спосіб управління, коли процес пронизує декілька функціональних підрозділів, і має керівника (наприклад, керівника проекту), який не є начальником цих підрозділів. В процесно-керованій компанії після проведення перетворень всі процеси необхідно узгодити з ключовими (основними). Тому недостатньо відокремити та організувати лише ключові процеси, необхідно налагодити всю систему управління підприємством.

Інтеграція матрично-процесного управління із збалансованою системою показників, на наш погляд, дозволить створити матрично-процесну організаційну структуру, яка буде базуватись на технології реінжинірингу та поєднувати найкращі компоненти матричної та процесної моделей, дозволить підприємству отримати не тільки стійкі конкурентні переваги у визначеному сегменті ринку, високоприбутковий рівень фінансово-господарської діяльності, але й забезпечити його сталий розвиток, мобільність та здатність до швидкої трансформації в ринкових умовах господарювання.

Література

1. Хаммер Майкл. Реинжиниринг корпорации: манифест революции в бизнесе / Майкл Хаммер, Джеймс Чампи; [пер. с англ. Ю. Е. Корнилович]. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2006. – 287 с.
2. Таранюк Л. М., Запорожченко О. М. Організаційні засади проведення реінжинірингу бізнес-процесів підприємств / Л. М. Таранюк, О. М. Запорожченко // Механізм регулювання економіки. – 2011. – № 4 (54). – С. 122-131.
3. Репин В. В. Бизнес-процессы компании : построение, анализ, регламентация / В. В. Репин. – М. : Стандарты и качество, 2007. – 240 с.

СУЧАСНІ МЕТОДИ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

При здійсненні стратегічного управління підприємствами для мінімізації економічних ризиків і прийняття доцільних управлінських рішень використовуються методи сучасної діагностики фінансово-економічного стану суб'єктів господарської діяльності. До таких методів відносяться: стратегічний дью-ділідженс [1, с.76-77], діагностичний бенчмаркінг [2, с.372-391], нечітко-множинний метод [3, с.190-202] і метод економічних нормалей [4, с.17-22]. Переваги застосування цих сучасних методів діагностики полягають у можливості взаємного доповнення окремих притаманних бізнесу якісних характеристик внутрішнього і зовнішнього оточення підприємства та розрахунків кількісних показових критеріїв підприємницької діяльності.

Практичне застосування діагностичного бенчмаркінгу та стратегічного дью-ділідженсу повільно, але впевнено впроваджується на вітчизняних підприємствах, що сприяє залученню інвестиційного підприємницького капіталу та допомагає реалізувати антикризові заходи на мікрорівні.

Стратегічний дью-ділідженс використовується для прийняття рішень щодо здійснення консультування, докорінних перетворень підприємств, проведення операцій типу Mergers & Acquisitions (злиття та поглинання) і винесення рішення про допуск цінних паперів до котирування на біржі. За оцінками експертів процедура дью-ділідженс через 5 років стане такою ж популярною, як у країнах ЄС. Дью-ділідженс повинен проводитися аналітичною групою у складі юристів, фінансових аналітиків, а також фахівців з питань бухгалтерського обліку, що враховують обставини, які свідчать про високий рівень ризику вкладень у таргет-підприємство: занижені показники потреби в капіталі, незавершені судові процедури, конфлікти щодо прав власності. Стратегічний дью-ділідженс враховує такі етапи: фінансовий (акцент на оцінці вартості підприємства); операційний (організаційна структура, якість менеджменту, ін.); комерційний (аналіз ринкових і технологічних факторів діяльності, галузевий аналіз); податковий (податкові аспекти); правовий (ризики відповідальності, виконання вимог ліцензування, інші юридичні аспекти); дью-ділідженс навколишнього середовища (екологічні проблеми, штрафи, шкідливі викиди, ін.); політичний (політичні ризики).

Діагностичний бенчмаркінг, головним чином, передбачає вивчення схожих і однакових бізнес-процесів на прикладі інших успішних підприємств для проведення їх порівняння зі своєю діяльністю, а також виявлення слабких місць, визначення факторів успіху за параметрами: репутація підприємства, технології виробництва, якість товарів, ціна продукції, нові продукти, канали збуту товарів, віддаленість від джерел сировини. Діагностичний бенчмаркінг здійснюється відповідно до таких етапів: визначення функціональних сфер діагностики підприємства; відбір факторів, змінних діагностики; визначення

лідерів галузі (або галузей) по відібраним факторам, змінним; оцінка значень показників діяльності підприємств, які є лідерами; порівняння показників лідерів з власними даними; розробка програм щодо покращення діяльності.

На підґрунті розробок О.О. Недосекіна [5, с.58-104] щодо використання нечітко-множинного методу діагностики стану підприємства та оцінки рівня ризику його банкрутства, можливим стає навіть такий аспект діагностики як встановлення рівня ризику виникнення банкрутства. Застосування нечітко-множинного методу діагностики допомагає експертним шляхом трансформувати мову слів у мову кількісних оцінок та інтуїтивно оцінити фінансово-економічний стан підприємства. Для налаштування моделей нечітких множин та нечіткої логіки експертами використовуються числові та нечислові дані. Необхідне створення множин значень змінних для можливих станів об'єкту та відповідно множина оцінок для значень цих показників. Висновок щодо діагностики підприємства здійснюється на основі нечітких понять, які допомагають моделювати виробничі, фінансові, інвестиційні, комерційні аспекти діяльності.

Метод економічних нормалей зазвичай практично реалізується завдяки використанню «золотого правила економіки» і «золотого правила бізнесу». Але можуть бути використаними й інші економічні нормалі, які враховують зміни собівартості продукції, темпи зростання продуктивності праці, інше. Логічним є застосування у моделях також нефінансових показників, що відображають соціальні, екологічні результати діяльності та ведуть до певних економічних наслідків. Врахування їхньої порівняльної динаміки є необхідним для продовження ланцюга послідовних співвідношень економічних нормалей.

Здійснення фінансово-економічної діагностики підприємств допоможе віднайти «хвороби» підприємства та розробити комплекс дій по його «лікуванню» і відповідно забезпечити перехід суб'єкту господарської діяльності з групи «хворих» до групи «здорових» підприємств, що націлені на довгострокове успішне функціонування.

Література

1. Hindle T. Pocket finance / Tim Hindle. – London : Profile Books Ltd, 1999. – 216 p.
2. Sercovich F. Policy benchmarking in the developing countries and the economies in transition : principles and practice : [report] / F. Sercovich. – UNIDO, January, 1998. – 12 p.
3. Лук'янова В. В. Діагностика ризику діяльності підприємства: [монографія] / В. В. Лук'янова. – Хмельницький : ПП Ковальський В. В., 2007. – 312 с.
4. Булгакова Л. Н. Операционный левиредж. Золотое правило экономики. Теория и практика / Л. Н. Булгакова // Финансовый менеджмент. – 2001. – № 4 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.finman.ru/articles>.
5. Недосекин А. О. Методологические основы моделирования финансовой деятельности с использованием нечётко-множественных описаний : дисс. ... д-а экон. наук: 08.00.13 / А. О. Недосекин. – СПб, 2003. – 280 с.

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ НА ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В умовах функціонування сучасних підприємств, ділова середа піддається великому впливу глобальної конкуренції, технологічного прориву, мінливим політичним обставинам та швидким змінам зовнішнього середовища. Ці зміни призвели до нового розуміння і ведення бізнесу. Внаслідок цього, підприємства змушені шукати нові способи підвищення ефективності ведення господарської діяльності, прискорення і впровадження науково-технічного прогресу. Замість традиційного уявлення, що саме матеріальні активи створюють цінність для підприємства і лежать в основі досягнення стійких конкурентних переваг на чергу постають нематеріальні активи, частка яких в ринковій капіталізації підприємств, а, отже, і їх роль у виробництві товарів і послуг неухильно зростає. Нематеріальні активи – це активи які не мають речової форми, контролюються підприємством та використовуються протягом періоду більше одного року з метою отримання доходу. Сюди відносять: патенти, технологічні і технічних новітні досягнення, ліцензії, ноу-хау, авторські права й інші об'єкти інтелектуальної власності, торгові марки, програмне забезпечення, гудвіл (ділова репутація).

Проблемам управління та оцінки нематеріальних активів присвятили свої роботи зарубіжні і вітчизняні вчені, а саме: Б. Лев, Дж. Даум, Дж. Стрікланд, А. Томпсон, В. Платонов [1], И. Ансоф, О. Романченко [2], О. Лосева [3].

Управління нематеріальними активами – це процес прийняття рішень націлений на їх ефективне використання шляхом виявлення їх на підприємстві, визначення вартості і корисного використання, а також введення в комерційний оборот з урахуванням стану зовнішнього середовища. В цьому визначенні поняття нематеріальних активів залучені основні етапи управління ними. Такими чином, процес управління нематеріальними активами постає перед промисловими підприємствами як новітня, важлива стадія розвитку у підвищенні конкурентоздатності і досягненню максимальних результатів від використання цих активів дотримуючись мінімальних витрат.

Отже, основні етапи нової системи управління нематеріальними активами на промислових підприємствах є:

1. Розпізнавання нематеріальних активів, їх інвентаризація, аналіз складу і динаміки на підприємстві. На цьому етапі повинен бути складений точний реєстр усіх наявних нематеріальних активів, розкриті і виявленні всі приховані можливості підприємства.

2. Оцінка і визначення вартості нематеріальних активів. Виходячи з загальноприйнятого вислову «Не можна керувати тим, що не можна виміряти» виникає потреба у оцінці вартості нематеріальних активів. В.В. Платонов виділяє три групи методів оцінки інтелектуального капіталу, дві з яких

об'єднують статичні моделі, і одна група включає методи, які оцінюють динаміку. Перша група статичних моделей відноситься до оцінки інтелектуальних ресурсів – тих потенційно економічно значущих знань, якими володіє бізнес. Друга група моделей цього типу заснована на вимірюванні ефекту від накопичених знань. Група динамічних моделей оцінює потік, генерований інтелектуальним капіталом. Методи третьої групи зазвичай вимірюють в якості змінної потоку – рух грошових коштів [1, с.101].

3. Аналіз ефективності використання нематеріальних активів. Створення та придбання нематеріальних активів має на меті отримання економічного ефекту від їх використання при виробництві продукції, надання послуг, робіт. Кінцевий ефект використання НМА виражається в загальних результатах фінансово-господарської діяльності тобто в зниженні собівартості, збільшенні прибутку і т. ін. [2, с.196]. О.С. Лосева виділяє на цьому етапі моніторинг економічних показників (ефективності), що передбачає розрахунок системи показників, які характеризують результат розробки та реалізації механізму організаційного забезпечення процесу управління, а також служать критеріями ефективності системи внутрішньофірмового управління нематеріальними ресурсами на підприємстві [3, с.15].

4. Прийняття і вибір управлінських рішень. Результатом цього етапу служить безпосередньо реалізація рішень націлених на визначення напрямку подальшої роботи підприємства; розробки системи правової охорони, патентного захисту; використання нематеріальних активів у виробництві товарів і послуг, тобто їх комерціалізація; взяття на облік задля підвищення капіталізації; формування внутрішнього правового механізму для створення та використання нематеріальних активів на підприємстві; постійна вартісна оцінка стану активів і якщо вартість активу в процесі його використання підвищується, процес управління обраний правильно, а також проведення інших операцій з нематеріальними активами.

Для підвищення продуктивності бізнесу повинна функціонувати система, яка дозволяє генерувати і створювати нові, ефективні інструменти покращення фінансово-господарської діяльності, отримання додаткового доходу, тому промисловим підприємствам необхідно впровадити стратегічну систему управління нематеріальними активами.

Література

1. Платонов В. В. Финансовые аспекты оценки интеллектуального капитала // Финансы и бизнес. – 2006. – № 1. – С. 98-110.
2. Романченко О. С. Управление нематериальными активами как фактор обеспечения конкурентоспособности промышленных предприятий // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. – 2007. – № 22. – С. 192-199.
3. Лосева О. С. Эффективность включения нематериальной составляющей в систему экономических отношений хозяйствующих субъектов : автореф. дис. канд. экон. наук : 08.00.05 / Лосева О. С. – СПб, 2011. – 20 с.

ЛИКВИДНОСТЬ ИМУЩЕСТВА ПРЕДПРИЯТИЯ В МАТЕРИАЛЬНОЙ ФОРМЕ И ЕЕ СУЩНОСТЬ

Если оценке ликвидности ценных бумаг и фондовому рынку посвящено огромное количество научных, методических и практических работ, то вопросы теории, понятийного аппарата, методологии оценки ликвидности имущества в материальной форме исследованы недостаточно. В процессе работы над темой нами изучены работы представителей отечественной и зарубежной науки: В. Рослова, М. Федотовой, Д. Фомина, О. Щербаковой, И. Бланка, В. Галасюка, Е. Яськевича, Ю. Козыря и др., рекомендации Ассоциации Российских банков, Украинского общества оценщиков, нормативные акты НБУ. В этих работах отчасти затрагивались и вопросы сущности и оценки ликвидности.

По нашему мнению, сама дефиниция «ликвидность» в экономической литературе трактуется весьма «субъективно». Рассмотрев несколько десятков определений, мы пришли к выводу, что полного единства взглядов на ее сущность отсутствует. По данному вопросу существует общее понятийное направление, заключающееся в том, что под ликвидностью подразумевается возможность перехода актива из материальной, в денежную форму. Измерителем ликвидности является срок реализации [2, с.46].

В энциклопедии банковского дела выделены три аспекта ликвидности: срок реализации, издержки реализации и способность быть обеспечением кредита [1, с.257]. Гипотеза нашего исследования данного вопроса заключается в том, что полезность, срок экспозиции и рыночная стоимость – это связанные между собой категории, непосредственно характеризующие ликвидность имущества (актива) [3, с 27].

Мы считаем, что ликвидность это качественная характеристика актива, которая может быть измерена количественными параметрами. Ликвидность – способность актива (совокупность полезностей) быть проданным в течение определенного срока экспозиции по рыночной стоимости. Активы предприятия – собственность предприятия, имеющая денежную стоимость и отражаемая в активе баланса. Ликвидность характеризуется и может быть измерима тремя параметрами: полезность имущества (актива), средний срок экспозиции и среднерыночная цена.

Групповая классификация ликвидности:

- ликвидность в группе однородных объектов (импортные автомобили «В» класса разных марок);
- ликвидность группы или объекта в ней по отношению к эталону, денежным средствам (ликвидность авто класса «В» по отношению к депозиту сроком на 6 месяцев);
- ликвидность объекта в одной группе по отношению к другим группам или объектом в них (ликвидность офиса класса «В» по отношению к

импортным автомобилям «С» класса);

- ликвидность различных групп по отношению к эталону (ликвидность офисной недвижимости класса «С», производственного оборудования по отношению к денежным средствам на текущем счете и т.д.).

Уровни ликвидности: высокий, ликвидный, средний, низкий, неликвидный. Сравнивать ликвидность различных объектов между собой в одной группе возможно через их полезность, средний срок экспозиции и стоимость. Мы предполагаем, что полезность имущества в материальной форме это базисный фактор, наличие которого делает объект оценки востребованным рынком, а значит ликвидным. Она измерима и имеет свойство порядковой измеримости [3, с.32]. Исследование сущности и взаимозависимости этих трех факторов, позволит решить поставленные нами вопросы.

Учитывая важность и актуальность выявленной проблемы, нами предложена модель нечеткой квалиметрической оценки полезности имущества, связывающая срок экспозиции и цены. Уровень ликвидности актива предполагается присваивать в зависимости от значения интегрального коэффициента полезности, рассчитываемого по модели. На основании регулярно анализируемых данных об активности рынков соответствующих сегментов недвижимости или других активов модельно рассчитываются коэффициенты полезности и соответствующие им сроки экспозиции, которые группируются в диапазоны соответствия коэффициентов срокам. Данная концепция является составной частью исследования по комплексной разработке системы и методик по оценке учету и управлению залоговым портфелем коммерческого банка, целью которой является разработка новых адекватных показателей, характеризующих активы заемщика как обеспечение, и позволяет на их основе проводить комплексный анализ залогового портфеля [4, с.117].

Особенностью данной модели является ее адекватность и гибкость. Сущность и методы определения ликвидности имущества в материальной форме являются одними из самых актуальных вопросов, не только для коммерческих банков и НБУ, но и для страховых, аудиторских, коллекторских компаний и других субъектов экономических отношений.

Литература

1. Банківська енциклопедія / С. Г. Арбузов, Ю. В. Колобов, В. І. Міщенко, С. В. Науменкова. – К. : Центр наукових досліджень Національного банку України : Знання, 2011. – 504 с.
2. Оценка для целей залога : теория, практика, рекомендации / М. А. Федотова, В. Ю. Рослов, О. Н. Щербакова, А. И. Мышанова. – М. : Финансы и статистика, 2008. – 384 с.
3. Гагауз В. Н. Оценка ликвидности обеспечения банковских ссуд // Науковий вісник. – № 18 (119). – 2010. – С. 21-35.
4. Гагауз В. Н. Сущность и роль залога в системе кредитного менеджмента // Науковий вісник. – № 21 (146). – 2011. – С. 99-118.

О СТРУКТУРЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ СИСТЕМ И ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИИ

Современный подход к разработке и эксплуатации информационных систем подразумевает использование таких понятий, как: структурные и функциональные составляющие, при этом информационные системы (ИС) представляются как комплекс подсистем, реализующих определенную функцию системы. Следовательно, эффективное функционирование информационных систем в значительной мере определяется качеством компонент её составляющих [1]: 1) технической (ТО); 2) математической (МО); 3) программной (системной – СПО и прикладной – ППО); 4) информационной (ИО); 5) правовой (ПравО); 6) организационной (ОО); 7) методической (МетО); 8) эргономической (ЭО); 9) лингвистической (ЛО); 10) кадровой (КадрО); 11) коммуникационной (КО); 12) сетевой (СО).

Последние две составляющие коммуникационное и сетевое обеспечения отдельно выделены автором в связи с актуальностью их использования в любых современных информационных системах, тенденция развития которых стремится к повсеместному внедрению технологий распределенной обработки данных. В настоящее время на предприятиях используют (или модернизируют уже существующие) информационные системы, основанные на современных коммуникационных и сетевых технологиях, предоставляющих возможность в режиме онлайн производить самое достоверное и своевременное описание различных бизнес-процессов, выявление и анализ наиболее актуальных вопросов, на основе которых принимаются определенные управленческие решения.

Определение структуры и составляющих информационной системы необходимо для разработки модели оценки качества ИС, так как совокупность аппаратно-программных средств, организационных, методических и других составляющих, предназначенных для автоматизации управления бизнес-процессами предприятия, лежат в основе определения качества работы ИС на предприятии. В соответствии с современными концепциями проектирования и разработки информационных систем, а также международными стандартами ИС (Cobit [2], ITIL [3], ISO [4, 5] и др.) состав и качество каждой составляющей определяют качество ИС в целом.

Перечисленные составляющие информационной системы предназначены для того, чтобы обеспечить качество основных потребительских характеристик информационной системы, таких как: качество данных, качество информации, качество программного обеспечения, качество сервиса, качество управления, которые в конечном итоге определяют качество работы всей системы автоматизации обработки информации и управления на предприятии. Очевидно, что эффективная работа каждой из составляющей ИС определяется

качеством автоматизируемых бизнес-процессов, т.е. если бизнес-процессы на предприятии организованы и функционируют неэффективно, то и обслуживающая их информационная система не будет работать качественно.

Для того, чтобы обеспечить предприятие оперативной, достоверной, своевременной информацией, необходимой для достижения бизнес-целей, необходимо управлять информационными ресурсами предприятия, а именно: информацией, программными приложениями, ИТ-инфраструктурой и персоналом.

Под информацией понимаются все данные в любой форме: внесенные в компьютер, обработанные, переданные в другие системы и выведенные пользователю в любой подходящей для бизнеса форме. Программные приложения включают все прикладные программы и процедуры обработки информации. ИТ-инфраструктура включает технологию и устройства, которые обеспечивают работу приложений (например, операционные системы, аппаратное обеспечение, системы управления базами данных, сетевое оборудование и мультимедиа и др.). Персонал – это люди, которые выполняют планирование, организацию, приобретение, внедрение, работу, мониторинг и обслуживание информационных систем на предприятии.

Необходимо отметить, что основным требованием для эффективного (или результативного) функционирования информационной системы является качество самого обслуживаемого бизнес-процесса или бизнес-процессов, которые ведут предприятие к достижению бизнес-целей.

Таким образом, оценка качества каждой составляющей информационной системы дает возможность определиться в оценке качества всей ИС, используемой на предприятии.

Литература

1. Информационные системы. Структура и классификация информационных систем [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://webayo.ru/index.php/stati-saita/repetitor/57-2011-03-07-12-37-36>

2. Cobit® 4.1. Framework. Control Objectives. Management Guidelines. Maturity Models. IT Governance Institute. (Методология. Цели контроля. Руководство по управлению. Модели зрелости процессов. Институт управления ИТ) ISBN 1-933284-72-2. USA, 2011, 196 p.

3. ITIL® The key to Managing IT services Office of Government Commerce. London: TSO. 2005. – 418 p. ISBN 0 11 330948 1 (Поддержка услуг. Перевод на русский язык компании «Ай-Теко», www.i-teco.ru).

4. ISO 9000-3:1997. Стандарты в области административного управления качеством и обеспечения качества. Часть 3. Руководящие указания по применению ISO 9001 при разработке, поставке, монтаже и обслуживании программного обеспечения. Второе издание.

5. ДСТУ ISO 9000:2007 Системи управління якістю. Основні положення та словник термінів. Київ ДЕРЖСПОЖИВСТАНДАРТ УКРАЇНИ. 2008. [Электронный ресурс]: – Режим доступа: <http://www.document.org.ua/>

ДОБІР НАПРЯМІВ РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Комплексний аналіз факторів, які впливають на діяльність підприємства, служить методологічною й інформаційною базою для обґрунтування напрямів реструктуризації машинобудівних підприємств. Оскільки більшість зазначених факторів при проведенні дослідження не піддається прямій кількісній оцінці за допомогою певного показника, тому, з метою систематизації факторів і встановлення їх впливу на діяльність певного підприємства, ми вважаємо за доцільне використовувати метод експертної оцінки.

Аналізувати вплив зовнішніх факторів на діяльність підприємства немає необхідності, тому що в сучасних ринкових умовах усі вітчизняні машинобудівні підприємства працюють в однакових умовах. Але, одні підприємства стабільно функціонують в цих умовах, інші – розвиваються, а деякі – перебувають на грані банкрутства. Отже, доцільно провести аналіз саме внутрішніх факторів, які найбільше впливають на діяльність машинобудівних підприємств. До групи внутрішніх факторів, на нашу думку, слід віднести: виробничі, маркетингові, фінансові, інформаційні, економічні, соціальні, екологічні, управлінські, технологічні.

Для виявлення ступеня значимості факторів експертами проводиться їх оцінка. Порівнюючи попарно фактори й привласнюючи їм відповідні бали, експерт визначає їхній вплив на діяльність підприємства. На основі проведеного експертного оцінювання виконаємо ранжирування внутрішніх факторів за ступенем їх впливу на діяльність підприємства (табл.).

Таблиця

Ранжирування внутрішніх факторів, що впливають на діяльність машинобудівного підприємства

Найменування факторів	Рангова оцінка
Управлінські	1,7
Економічні	1,5
Виробничі	1,4
Фінансові	1,3
Маркетингові	1,0
Технологічні	1,0
Інформаційні	0,9
Соціальні	0,9
Екологічні	0,8

Аналіз отриманих результатів ранжирування показує, що з внутрішніх факторів підприємства найбільший вплив на діяльність машинобудівного підприємства виявляють управлінські фактори. Екологічні та соціальні фактори впливають найменше.

HR-АУТСОРСИНГ ЯК СПОСІБ ОПТИМІЗАЦІЇ ВИТРАТ НА ПЕРСОНАЛ

Все більше компаній вважають необхідним зосередитися на розвитку основної діяльності та не витрачати ресурси на те, що не приносить реального грошового доходу. Аутсорсинг є новим та перспективним засобом сучасного управління бізнесом в Україні. Суть аутсорсингу полягає у тому, що підприємство передає частину своїх непрофільних функцій на виконання іншій спеціалізованій компанії – аутсорсеру.

Дослідження Global Industry Analysts 2011 вказують на те, що світовий ринок аутсорсингу впевнено зростає, а, зокрема, ринок HR-аутсорсингу до 2015 р. досягне 162 млрд. дол., де аутсорсинг розрахунку заробітної плати буде найважливішим компонентом [1]. Наразі за результатами вітчизняних досліджень 5 % українських компаній передають на аутсорсинг ті чи інші бухгалтерські функції, зокрема розрахунок заробітної плати [5]. Тому в сучасних умовах господарювання, що склалися в Україні, вітчизняним компаніям можна рекомендувати до використання аутсорсинг персоналу.

Аутсорсинг в галузі управління персоналом (HR-аутсорсинг чи кадровий аутсорсинг) – це залучення зовнішніх ресурсів (компаній), які спеціалізуються в галузі управління персоналом і володіють відповідним досвідом, знаннями, технічними засобами для виконання всіх або частини функцій по управлінню процесами HR-служби. Замовник тільки формулює завдання перед постачальником послуг. При цьому право контролю, спосіб виконання завдання, відповідальність за досягнутий результат лягає на постачальника послуг [4].

Чіткої позиції у сучасних дослідників аутсорсингу щодо наповнення пакету аутсорсингу персоналу немає, однак найбільш прийнятним і доцільним для першої апробації такої послуги буде передача зовнішньому провайдеру функцій розрахунків з оплати праці та кадрового діловодства (однак, окремі дослідники відносять ці два напрями роботи в окремі види аутсорсингу: відповідно бухгалтерський і кадровий аутсорсинг поза межами аутсорсингу персоналу). Переваги аутсорсингу полягають у зменшенні числа співробітників у штатному розписі замовника, що у свою чергу веде до зниження видатків на персонал, які несе компанія. Крім того, відбувається помітне зниження адміністративного навантаження, оскільки компанія-провайдер, що здійснює аутсорсинг, управління позаштатним персоналом бере на себе. Далі: компанія замовник тепер має можливість збільшити заробітну плату профільним фахівцям, що залишилися в її штаті, з метою їх додаткової мотивації.

Як показує практика, таке стимулювання у всіх випадках веде до збільшення як виробничих, так і торговельних показників компанії-замовника. Слід згадати і такий момент, як значне зниження ризику виникнення різних

юридичних труднощів при вимушеному звільненні частини персоналу.

Практика показує, що використання аутсорсингу дозволяє скоротити видатки компаній на HR-функції на 10-20 %. Тому аутсорсинг персоналу на сьогодні є одним з найбільш ефективних інструментів у комплексі заходів з організації оптимальної схеми управління персоналом і зниження видатків [3].

Якщо розглядати окремо лише передачу функції розрахунку заробітної плати, то і такий вид послуг має ряд беззаперечних переваг (див. табл.) [5].

Таблиця

Порівняльний аналіз витрат компанії на розрахунок заробітної плати власними зусиллями і на аутсорсинг

Вартість	Розрахунок заробітної плати працівниками компанії	Розрахунок заробітної плати на аутсорсингу
Вартість послуги за договором	-	+
Заробітна плата бухгалтера	+	-
Податкові відрахування з ФОП співробітника	+	-
Витрати на пільги, які надаються працівнику	+	-
Спеціалізоване програмне забезпечення, підтримка системи, правові бази	+	-
Організація робочого місця працівника (офісна та комп'ютерна техніка, канцтовари, експлуатаційні витрати тощо)	+	-
Оплата штрафних санкцій за результатами перевірок контролюючих органів	+	-
Витрати на підбір нового співробітника	+	-
Витрати на навчання та розвиток працівника	+	-

Звичайно, що аутсорсинг не є ідеальним інструментом управління і оптимізації процесів на підприємстві. Як і будь-яке явище, аутсорсинг має як переваги, так і недоліки. Однак дослідження сучасних науковців та моніторингових компаній свідчать про велику перспективність аутсорсингу на світовому та вітчизняному ринках послуг.

Література

1. Вербицкая Е., Бражник К. HR – аутсорсинг: обзор тенденций. // Управление персоналом – Украина – Киев. – 2011. – № 7 (214). – С. 13-17.
2. Гавриленко К. Аутсорсинг як інструмент зниження витрат у системі стратегічного управління. // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 1 (91). – С. 104-109.
3. Дубінський С. В. Стратегія впровадження системи аутсорсингу персоналу на підприємстві // Академічний огляд : Економіка та підприємництво. – 2010. – № 2 (33). – С. 115-120.
4. Коваленко О. О., Слободенюк П. П. Особливості аутсорсингу в галузі управління персоналом // Вісник Хмельницького національного університету. – 2011. – № 5. Том 1. – С. 125-129.
5. Пасько Н. Аутсорсинг розрахунку заробітної плати // Праця і закон. – 2010. – № 4 (124). – [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.intercomp.com.ua/publications/publications-2010-04-05>

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ НЕМАТЕРІАЛЬНИМИ АКТИВАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови господарювання висувають особливі вимоги до організації процесу управління нематеріальними активами (далі НМА). Основними передумовами створення відокремленої системи управління НМА є: необхідність розробки стратегії та тактики в сфері управління НМА; широкий перелік функцій управління НМА; необхідність координації взаємодії між суб'єктами в даній галузі. [1, с.115].

Організаційно-економічний механізм управління нематеріальними активами – це сукупність безперервних, взаємопов'язаних дій управління, спрямованих на забезпечення зростання вартості та конкурентоспроможності підприємства на вітчизняному і міжнародному ринку. Даний механізм в своїй основі є відкритою системою, на яку чинить численний прямий та не прямий вплив зовнішні та внутрішні фактори. Його входними параметрами є різного роду ресурси, від якості яких залежить вихідний результат управління. Суб'єктом управління в даному механізмі виступають керівники, менеджери і спеціалісти різного профілю. Основними задачами яких є прогнозування, планування, регулювання, мотивування, аналіз, облік та контроль. Об'єктом управління виступають нематеріальні активи, які безперервно отримує від суб'єкта управління управлінські рішення (див. рис.).

Взаємодія між суб'єктом і об'єктом управління проходить через організаційно-економічний елементи управління – принципи, методи, функції, інструменти. Під тиском яких на основі основної стратегії підприємства, формуються цілі управління НМА, деталізуються та формується управлінське рішення. Якість і результату даного управлінського рішення залежить від узгодженість і обґрунтованість управління НМА стосовно стратегії підприємства.

Фундаментом любого механізму є принципи. Основними принципами організаційно-економічного механізму управління НМА є: *принцип адаптованість до змін* – для ефективного використання НМА механізм управління повинен мати здатність швидко реагувати і адаптуватися до змін у зовнішньому і внутрішньому середовищі; *принцип відкритості* – механізм повинен бути відкритим для входної інформації; *принцип орієнтованості на стратегію розвитку підприємства* – механізм управління НМА повинен бути націлений на досягнення основних цілей підприємства і якісних вихідних параметрів; *принцип економічності* – економічний ефект, отриманий від запровадження механізму управління НМА повинен покривати витрати на організацію даного механізму; *принцип самовдосконалення* – з урахуванням стратегії підприємства, механізм управління повинен бути націлений на розширення можливостей підприємства, через самовдосконалення і

розширення своїх можливостей шляхом аналізу інноваційного простору.

Отже, ефективне використання НМА можливе лише при комплексному та системному управлінні даними активами. Розроблений організаційно-економічний механізм управління НМА спрямований на забезпечення використання даних активів з максимальною користю, враховуючі зовнішнє середовище і досвід попередніх управлінських рішень.

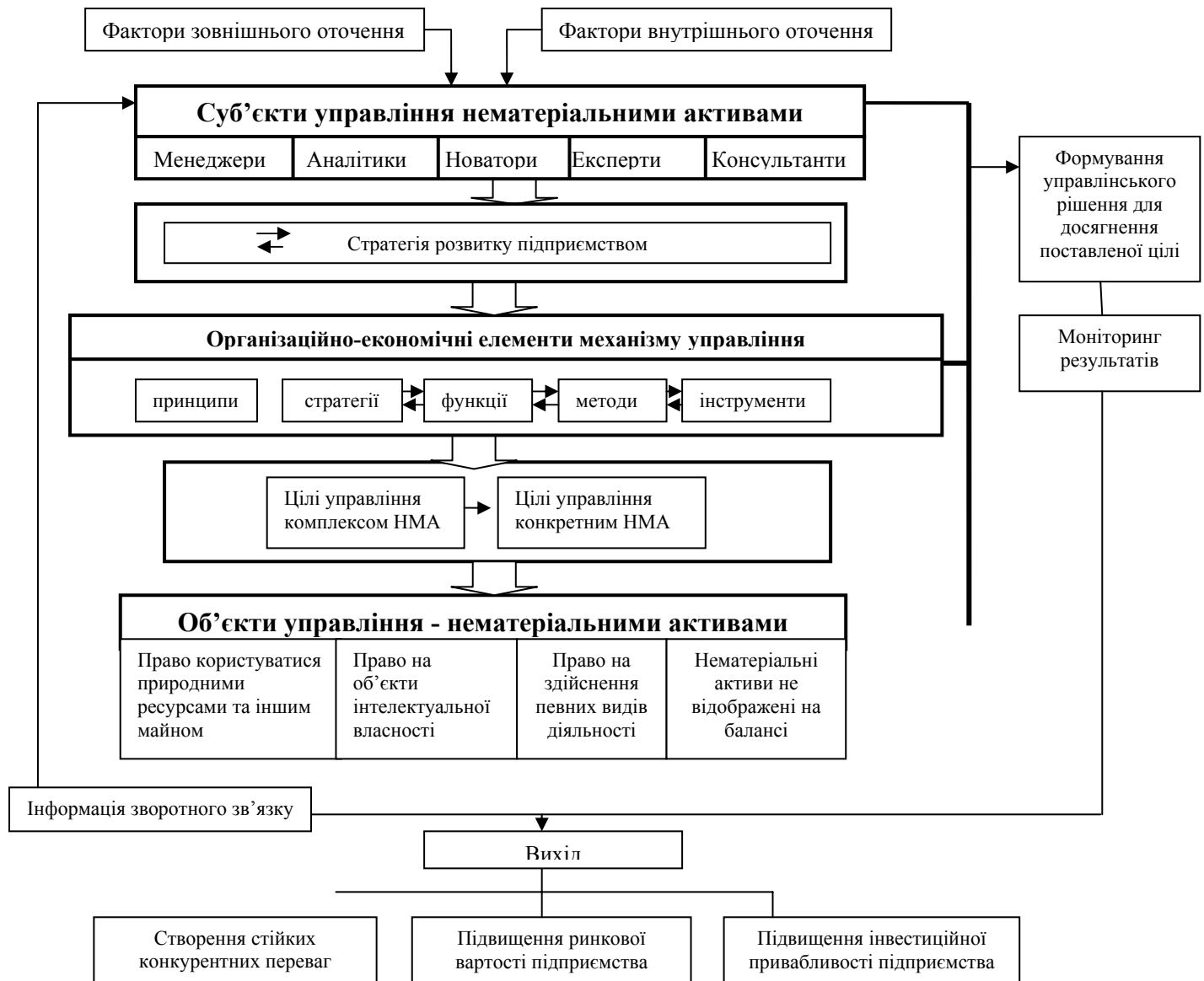


Рис. Схема організаційно-економічного механізму управління нематеріальними активами

Література

1. Корпоративне управління в Україні : інтелектуальний капітал, персонал, якість [Текст] / За ред. В. І. Щелкунова, Г. В. Жаворонкової. – К. : Наукова думка, 2008. – 615 с.

УСИЛЕНИЕ РОЛИ ФИНАНСОВОЙ ДИАГНОСТИКИ В УПРАВЛЕНИИ ПРЕДПРИЯТИЕМ

В настоящее время в связи с обострением финансовых проблем на многих предприятиях все более насущной становится необходимость мониторинга финансового состояния предприятий страны, области, города с целью разработки и реализации оперативных мер финансовой стабилизации.

Диагностирование предполагает установление характера ситуации, ее причин и на основе этих данных выбор дальнейших действий по устранению негативных явлений и закреплению позитивных результатов. Поэтому диагностический подход к анализу является полезным инструментом управления хозяйствующими субъектами.

Диагностика решает основную проблему: устанавливает необходимое и достаточное качественное и количественное поле сравнений и количественные нормативы показателей объекта исследования, учитывая тенденции развития хозяйствующего субъекта, отрасли с целью последующего сравнения (оценки) текущего состояния параметров объекта исследования с признанными в данный момент оптимальными либо доминирующими.

Цель финансовой диагностики – обеспечение финансового обоснования управления (внутреннего, когда организация рассматривается внутренними менеджерами, и внешнего – с точки зрения полезности этой организации для лиц, в интересах которых работают эти внешние менеджеры). При этом финансовая диагностика направлена на все сферы менеджмента (общий и стратегический менеджмент, производственный и финансовый менеджмент).

Проведенное нами исследование показало, что сегодня не существует четких разграничений в понятиях «финансовый анализ» и «финансовая диагностика». Однако в научной литературе уже четко прослеживается тенденция в скором появлении более точного разграничения между этими понятиями.

В данной работе мы определяем понятие «финансовая диагностика» как процесс оценки состояния хозяйствующего субъекта относительно установленных в качестве оптимальных на настоящий момент критериев.

Основными задачами финансовой диагностики являются:

- определение наиболее важных показателей, дающих картину финансового состояния предприятия;
- выявление симптомов, свидетельствующих о возможных ухудшениях финансовой ситуации, об отклонениях, которые могут повлиять на предприятие, задержать достижение поставленных целей и решения задач.

Финансовая диагностика включает пять основных этапов:

1. Выбор системы финансовых коэффициентов.
2. Экспресс-анализ.

3. Детализированный анализ финансового состояния.

4. Определение диагноза. Результаты анализа позволяют точно оценить текущее финансовое положение и деятельность предприятия за предшествующие годы, выявить уязвимые места, требующие особого внимания, правильно поставить диагноз с целью дальнейшего оздоровления деятельности предприятия (если это потребуется).

5. Разработка проектов управленческих решений [1].

Следует отметить, что основным этапом финансовой диагностики является детализированный анализ финансового состояния, основная цель которого – выявить и оценить тенденции развития финансовых процессов на предприятии.

При проведении финансовой диагностики должны быть соблюдены следующие основополагающие положения (принципы):

1. Содержание диагностики составляют:

а) анализ результатов деятельности предприятия

б) анализ основных бизнес-процессов предприятия.

2. Финансовые показатели должны анализироваться в комплексе с остальными «нефинансовыми» показателями.

3. Принцип разумной достаточности: Для целей диагностики следует использовать только те показатели, которые являются информационной основой для принятия управленческих решений.

4. Принцип сравнимости: Финансовые показатели необходимо сопоставлять с показателями данного предприятия за предшествующие периоды времени, аналогичными показателями других предприятий, принадлежащих той же отрасли, (обычно предприятий-конкурентов), нормативными (или рекомендованными) показателями.

5. Принцип временной согласованности: Финансовая диагностика должна производиться в соответствии с конкретным временным регламентом, например, раз в году производится крупномасштабная диагностика, а раз в месяц осуществляется мониторинг выборочных финансовых показателей.

6. Диагностика должна оканчиваться лаконичным представлением основных выводов, например, в формате SWOT-анализа [2].

Считаем, что соблюдение данных положений при проведении диагностических мероприятий позволит получить более качественные результаты в установление характера финансовой ситуации, причинно-следственных связей ее вызвавших и на основе этих данных выбор дальнейших действий по устранению негативных явлений и закреплению позитивных результатов.

Литература

1. Грязнова А. Г. «Финансово-кредитный энциклопедический словарь» / Под ред. А. Г. Грязновой. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 456 с.

2. Канке А. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия / Канке А. А. , Канева И. П. Учебное пособ. – 2-е изд., испр. и доп. – М. : НД Форум: НИТРА-М, 2007. – 288 с.

УМОВИ РОЗВИТКУ КОРПОРАТИВНИХ СТРУКТУР У ВИГЛЯДІ СПІЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Сучасний стан економіки Україні зумовлює пошук аграрними підприємствами сучасних підходів до забезпечення конкурентоспроможності на зовнішніх та внутрішніх ринках. Важливе значення для розвитку економіки України має залучення іноземних інвестицій. При цьому, актуальним є використання таких механізмів, які передбачають залучення іноземного капіталу в значних обсягах.

На сьогодні в Україні більшість корпоративних структур функціонують у вигляді акціонерних товариств, особливістю яких є випуск цінних паперів з метою залучення великої кількості інвесторів. Це також збільшує обсяг акціонерного капіталу, тобто збільшує потужності акціонерного товариства. Перевагами акціонерного капіталу є можливість проведення за його допомогою великомасштабного виробництва, його зменшений ступінь ризикованості тощо.

Спільні підприємства, які створюються компаніями двох або більше країн, дають можливість поєднати ресурси, досвід, зв'язки. Створення спільних підприємств в Україні на сьогодні є актуальним та позитивним, оскільки спільні підприємства дають значні інвестиції та нові технології управління, стимулюють процес виробництва в Україні конкурентоспроможної продукції, полегшують її вихід на міжнародні ринки.

Порівняння форм зовнішньоекономічної діяльності в аграрній сфері дозволяє визначити незаперечні переваги спільних підприємств. Спільні підприємства створюються шляхом дольового поєднання українського та іноземного капіталу, передбачають спільне управління, розподіл прибутків та ризиків, поєднують найбільш ефективні елементи науково-технічного та виробничого потенціалу обох партнерів [2, с.220].

Створення спільних підприємств у формі корпорації є однією з найбільш прийнятних для даного типу форм організації підприємництва, оскільки корпорації притаманно забезпечення швидкого формування інвестиційного портфеля на основі об'єднання індивідуальних капіталів.

Серед основних переваг спільних підприємств доцільно виокремити комплексність господарського співробітництва партнерів, спільну відповідальність партнерів за ефективність діяльності підприємства та стабільність і довгостроковий характер вирішення господарських завдань [1, с. 48].

Повне технологічне і організаційне співробітництво, використання широкого спектра методів маркетингу передбачає розробку стратегічних напрямків діяльності спільних агропромислових підприємств у формі корпорацій, що дає можливість виконання складних завдань науково-технічного і соціально-економічного розвитку.

Серед певних тенденцій розвитку спільних підприємств у формі корпорацій в аграрній сфері України можна виділити:

- переважна більшість спільних підприємств створена за участю партнерів із промислово-розвинутих країн;
- іноземні інвестиції здійснюються у невеликих розмірах;
- переважають спільні підприємства, створенні на двосторонній основі;
- діяльність спільних підприємств орієнтована на виробництво конкурентоспроможної на зовнішніх ринках сільськогосподарської продукції;
- зосередження спільних підприємств у регіонах з достатнім розвитком продуктивних сил та інфраструктури.

Досвід створення і функціонування спільних підприємств в агропромисловій сфері свідчить про їх доцільність при умові ефективного поєднання часток іноземного і українського партнерів та вкладання спільних коштів в процес виробництва [2, с.221].

Важливим чинником забезпечення ефективної діяльності корпорацій в умовах ринкової економіки є залучення до виробничого процесу додаткових фінансових ресурсів, оскільки у підприємств постійно виникають труднощі щодо нагромадження власних джерел формування як основних, так і оборотних засобів виробництва. Вирішення цієї проблеми сприяє участь у господарській діяльності сільськогосподарських підприємств позичених коштів.

Яскравим прикладом того, як цільові іноземні інвестиції дають можливість підприємству увійти в ряд компаній, що лідирують на молочному ринку є досвід ЗАТ «Білосвіт-Умань».

Основна мета діяльності ЗАТ «Білосвіт-Умань» – це отримання прибутку шляхом здійснення господарської діяльності по заготівлі, переробці молока та виробництву молочної продукції, а також її реалізації на внутрішніх та зовнішніх ринках [1, с.97].

Враховуючи високий організаційно-виробничий рівень, характерний для більшості іноземних партнерів, розвиток спільних корпоративних підприємств може впливати на здійснення реформ в економічному середовищі АПК, шляхом сприяння активізації ринкових відносин та забезпечувати високу економічну ефективність сільськогосподарського виробництва.

Література

1. Дмитрук Б. П., Пітель Н. Я., Подзігун С. М. Спільне підприємництво в сільському господарстві : Навч. посіб. – К. : ЦУЛ, 2007. – 228 с.
2. Ринкова трансформація економіки АПК : кол. монографія у чотирьох частинах. / За ред. Саблука П. Т., Амбросова В. Я., Мазнева Г. Я. – Ч. 4. – Стабілізація доходів сільських товаровиробників. – К. : ІАЕ, 2002. – 484 с.

ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІНСЬКОГО ПЕРСОНАЛУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

В умовах стратегічних змін на підприємстві, нової сутності набуває оцінка ефективності персоналу, тобто процес, який безпосередньо пов'язаний із контролем за ходом та результатами виконання змін а також із мотивацією, підвищенням ефективності перетворень. Питанням оцінки персоналу присвячені наукові праці багатьох українських та зарубіжних вчених, зокрема, таких як А.М. Колот, О.В. Крушельницька, В.Г. Никифоренко, Ф.І. Хміль, А.Я. Кібанов та ін. Зауважимо, що проблематика оцінки персоналу на сучасному етапі вивчається не тільки в ракурсі управління персоналом, а й в контексті економіки підприємства в цілому.

Для оцінювання ефективності виробничо-господарської діяльності організації використовують систему загальних і часткових показників ефективності: рентабельність, продуктивність праці, фондовіддача, фондоємність, оборотність оборотних засобів, термін окупності капітальних вкладень, темпи зростання виробництва та ін. Проте оцінювання ефективності управлінської діяльності (менеджменту) є процесом значно складнішим та багатограним, оскільки проблематичним є визначення корисних результатів управління та одиниць їх виміру у зв'язку з багатьма факторами, й насамперед із тим, що формування й реалізація корисного ефекту управлінської діяльності може тривати інколи кілька місяців й навіть років. Крім того, оцінку ускладнює той факт, що на ефективність розвитку конкретної організації впливає не лише якість функціонування її системи управління, а й середовище, тобто макроекономічна система [1].

Зауважимо, що об'єктом даного дослідження є управлінський склад та службовці, тобто керівники усіх рівнів (менеджмент) та працівники впорядкованих їм підрозділів (відділ маркетингу, аналітичний відділ, транспортний відділ тощо) а також бухгалтерія, відділ кадрів, юридичний відділ тощо. Для усіх вищеназваних категорій персоналу підприємства спільною рисою є те, що основним інструментом в їх роботі є інформація, яку вони використовують, систематизують, аналізують та обробляють.

Крім того, загальновідомо, що при оцінці персоналу також використовується один з основних показників ефективності функціонування підприємства в цілому та персоналу зокрема, показник продуктивності праці. Узагальнення літературних джерел дає змогу стверджувати, що є декілька шляхів розрахунку продуктивності праці на підприємстві. Однак, як зазначає Лико І.Я. [2, с.15], на сучасному етапі показник продуктивності праці має деякі недоліки:

1) наявність на підприємствах певної кількості працівників, що працюють в умовах неповної зайнятості; 2) наявність проблеми «мертвих душ» в результаті

професійної міграції (працівник працює на іншому місці праці без оформлення трудової книжки, яка залишається на попередньому місці праці). Крім цих причин, з огляду на конкретну ситуацію, яка складається на підприємствах олійно-жирової галузі, можна вказати ще два недоліки: фактор сезонності має значний вплив на підприємства, які функціонують в аграрному секторі. Вони використовують найману робочу силу під час проведення сезонних робіт, й середньоспискова чисельність персоналу значно менша за реальну; вироблена продукція не завжди реалізується (може поповнювати складські запаси), а якщо реалізується, то в деяких випадках за собівартістю чи нижча за собівартість.

Отже, очевидно, що за таких умов, підприємство не отримує прибуток чи навіть стикається із збитками: таким чином, при формально високій продуктивності праці можуть спостерігатись низькі фінансові результати.

І.Я. Лико пропонує обчислювати показник продуктивності праці шляхом співвідношення обсягу випущеної продукції до фактичної кількості відпрацьованих годин. На нашу думку, такий підхід, безумовно, є більш об'єктивним, проте складним для розрахунку: адже необхідний ретельний облік відпрацьованих людино-годин.

Ми пропонуємо в якості альтернативи показника продуктивності праці використовувати показник прибутку на одного працюючого, який можна розрахувати за формулою:

$$\Phi P_{\text{мп}} = \frac{\Phi P}{ЧнП}, \quad (1)$$

де $\Phi P_{\text{мп}}$ – фінансові результати на 1 найманого працівника, ΦP – фінансові результати підприємства (рахунок 79 плану рахунків); $ЧнП$ – чисельність персоналу (яка дорівнює чисельності сумі кількості персоналу, нанятого на постійну роботу а також, які були залучені на тимчасові роботи [3, с.215].

Зазначимо, що даний показник можна рахувати як за місяць, так й за рік, проте у разі розрахунку за рік доцільно використовувати показник середньорічної кількості працівників.

Література

1. Методологічні підходи до оцінки персоналу // Погорелова О. В., Ришняк Н. М. [Електронне видання] «Вісник НУК». – № 5 – 2010. – Режим доступу до журналу :

<http://ev.nuos.edu.ua/content/metodologichni-pidkhodi-do-otsinki-personalu>

2. Лико І. Я. Соціально-економічне стимулювання працівників на промислових підприємствах. Автореф. дис. на здобуття наукової ступ. канд.ekon. наук. Національний університет "Львівська політехніка". - Львів, 2006 – 15 с.

3. Мачтакова О. Г. Методика оцінки персоналу як складова мотиваційного механізму на підприємстві. «Методологія досліджень та сучасні соціальні, економічні і психологічні проблеми розвитку суспільства», Донецьк, 2011.

ЕНЕРГОМЕНЕДЖМЕНТ ЯК НОВИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ЕНЕРГЕТИЧНИМ ГОСПОДАРСТВОМ ПІДПРИЄМСТВА

В народному господарстві України основними споживачами енергії є підприємства різних галузей. Енергетичні ресурси є незамінними, а їх брак або відсутність може бути загрозою для здійснення господарської діяльності. Тому на кожному підприємстві необхідна організація безперебійного енергопостачання. Цю задачу повинно виконувати енергетичне господарство підприємства. Склад та структура енергетичного господарства залежать від розмірів самого підприємства, специфіки його діяльності, а також зв'язків підприємства з зовнішніми енергосистемами. Однак, енергетики, що очолюють енергетичне господарство підприємства, мають переважно вузьку технічну спеціалізацію, що не дозволяє їм розглядати функціонування енергетичного господарства як елемент підвищення ефективності діяльності підприємства в цілому. Вони акцентують увагу здебільшого на забезпеченні безперебійної роботи обладнання, шляхом організації правильної його експлуатації та своєчасних ремонтів.

У зв'язку з цим виникає необхідність створення ефективних методів та реалізації нових дієвих механізмів управління енергетичним господарством підприємства, що дозволило б сформулювати умови для раціонального застосування енергетичних ресурсів в інтересах сталого розвитку. Для забезпечення підвищення ефективності використання енергетичних ресурсів необхідне запровадження систем енергоменеджменту в управління енергетичним господарством підприємства, що досить успішно застосовується у світовій практиці.

Енергоменеджмент розглядається західними дослідниками як процес, метою якого є розробка плану найбільш рентабельного споживання енергії та забезпечення оптимального управління енерговикористання [1]. Окрім того, він представляє собою комплексний підхід до вирішення загальних енергетичних проблем організації, таких як мінімізація енергетичних витрат, досягнення надійного енергетичного постачання, зниження споживання енергоресурсів, оцінки найбільшої ефективності та застосування енергетичного досвіду в повсякденній роботі [2].

Вітчизняні дослідники також не оминули увагою проблеми ефективного управління енергетичним господарством підприємства. Але концепція енергоменеджменту все ще залишається досить новою, тому у вітчизняній літературі немає єдиної думки щодо реалізації цього інструменту у господарській практиці. Так, вітчизняні науковці Дзядикович Ю.В., Гевко Р.Б., Розум Р.І. та Буряк М.В. розглядають енергетичний менеджмент як багаторівневу систему, що охоплює управління енерговиробництвом та енергоспоживанням. Однак вони зазначають, що організація служби

енергоменеджменту є основною задачею державного та регіонального управління, а не окремого підприємства [3, с.152].

Такий підхід є недостатньо обґрунтованим, оскільки основною ланкою багаторівневої структури енергоменеджменту повинен стати саме рівень підприємства. Для підприємств енергоменеджмент може стати новим інноваційним шляхом вирішення питання щодо удосконалення існуючого виробництва та управління енергетичним господарством, що опирається на світовий досвід у сфері енергозбереження. Серед першочергових заходів з організації енергоменеджменту на підприємстві можна виділити:

- організацію спеціалізованої служби енергоменеджменту;
- вивчення та впровадження в діяльність світового досвіду у сфері енергозбереження;
- проведення енергетичного аудиту (обстежень) підприємства;
- розробку енергетичної стратегії підприємства;
- розробку та реалізацію конкретних заходів з енергозбереження.

На закордонних підприємствах впровадження систем енергоменеджменту дає 5-15 % економії енергетичних ресурсів підприємств різного профілю [4, с. 5]. Окрім того, енергоменеджмент не може бути одноразовим заходом, він вимагає постійної реалізації заходів з енергозбереження, моніторингу досягнутих результатів та здійснення ефективного управління діяльності підприємства у сфері підвищення енергоефективності.

Потрібно зазначити, що не будь-яке підприємство вимагає створення цілої спеціалізованої служби енергоменеджменту, оскільки її утримання може потребувати значних витрат, що в умовах малих обсягів підприємства недоцільно. В цьому випадку необхідно зіставляти витрати на утримання персоналу з очікуваним ефектом від впровадження енергозберігаючих заходів. Але за будь-яких умов підприємству необхідно залучати до управління енергетичним господарством осіб відповідної кваліфікації, що зможуть виконувати завдання енергоменеджменту.

Література

1. Морт Т. Энергоменеджмент как процесс [Электронный ресурс] / Томас Морт // ЭСКО. – 2003 – № 7. – Режим доступа к журн. : http://esco-ecosys.narod.ru/2003_7/art79.htm
2. Максимизируйте ваши энергетические доллары. Стратегический поход к энергоменеджменту. Пособие компании Stratoil Energy, Inc // ЭСКО. – 2002. – № 8. – Режим доступа к журн. : http://esco-ecosys.narod.ru/2002_8/art25.htm
3. Дзядикевич Ю. В. Управління процесами ефективного енергозбереження / Ю. В. Дзядикевич, Р. Б. Гевко, Р. І. Розум, М. В. Буряк // Інноваційна економіка. – 2010. – № 17. – С. 151-154.
4. Випанасенко С. І. Системи енергоменеджменту вугільних шахт : [монографія] / С. І. Випанасенко. – Д. : Національний гірничий університет, 2008. – 106 с.

ЦЕЛЕСООБРАЗНОСТЬ АНАЛИЗА МИРОВОЙ ПРАКТИКИ РЕГУЛИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ТРУДОВЫХ ОТНОШЕНИЙ

1. Современные тенденции развития мирового хозяйства предусматривают совершенствование систем управления человеческим потенциалом, которые на уровне конкретного предприятия оказывают влияние на улучшение конкурентоспособности а также производительности труда. В данном случае анализ мирового опыта регулирования социально-трудовых отношений, представляет собой практическую пользу, поскольку позволяет выявить возможные как негативные так и позитивные тенденции, влияющие на развитие трудовых отношений.

2. В мировой практике существует две группы стран, у которых в области регулирования социально-трудовых отношений много общего – в первом случае это система трипартизма, при которой коллективные соглашения, взаимодействуя между собой, заключаются на нескольких уровнях, а во втором – двупартизма, где преобладающей формой организации является коллективный договор, заключенный на предприятии.

3. Система трипартизма действует в большинстве европейских государств, при ней особую значимость представляют многосоставные организации работодателей, работников и профсоюзы, а в США, Великобритании, Канаде, Японии, и в большинстве недавно вошедших в Евросоюз государств, институты коллективного договора слабы по сравнению с подобными институтами первой группы стран.

4. Просматриваясь во всех сферах рынка труда, трехсторонняя система взаимодействия субъектов социально-трудовых отношений регулирует процессы на национальном, отраслевом уровне и уровне предприятия, а в случае двухстороннего взаимодействия, государством на законодательном уровне определяются лишь общие рамки для системы, а само взаимодействие происходит непосредственно с работодателями, учитывая их мнение и тем самым способствуя развитию бизнеса.

5. Обеспечение эффективной занятости при системе трипартизма осуществляется с помощью трехсторонних комитетов, к основным функциям работы которых относится нахождение оптимальных для каждого из субъектов рынка труда точек соприкосновения, позволяющих регулировать уровень безработицы в стране, в том числе и за счет сохранения рабочих мест непосредственно на предприятиях с участием профсоюзных организаций. Отличительной чертой системы двупартизма является значительная централизация механизма регулирования занятости, наиболее важными инструментами которого являются пособия по безработице, инфраструктурные проекты, а также система налогообложения.

6. Установление минимального уровня заработной платы в большинстве

европейских государств осуществляется на национальном уровне, после консультаций с социальными партнерами. Процесс в данном случае децентрализован, опирается на отраслевые соглашения и коллективные переговоры. В странах с двусторонним взаимодействием субъектов регулирования социально-трудовых отношений минимум оплаты труда фиксируется на национальном уровне, с учетом региональных особенностей и мнения наиболее сильных отраслевых профсоюзов.

7. Основой безопасности трудового процесса работников при системе трипартизма является активное участие профсоюзных органов на отраслевом и национальном уровнях, в текущих и перспективных вопросах организации трудового процесса непосредственно на предприятиях, а также рабочих местах. В США, Великобритании, Канаде и в прочих странах с либеральным устройством правовой системы коллективно-договорного регулирования, заинтересованность в безопасности достигается посредством взаимодействия государства и работодателей, с помощью установленных законодательством рамок, в том числе и штрафов.

8. Система непрерывного образования работников, повышения квалификации и профессионального обучения, в большинстве европейских государств на всех уровнях состоит из трехстороннего взаимодействия, в свою очередь, двустороннее регулирование, основанное на либеральных устоях, зависит от спроса непосредственно самих работодателей на качество рабочей силы.

9. Существенное отличие системы трипартизма, построенной на диалоге всех субъектов рынка труда, от двухстороннего взаимодействия, заключается в поддержке бизнеса государством, принятии работодателя как более значительного партнера. Итогами такой поддержки является создание новых рабочих мест, а также социальных программ, направленных на развитие трудового потенциала, в то время как целью – получением эффекта от его развития.

10. Анализ мирового опыта свидетельствует, что для формирования современных технологий, необходимых для эффективного управления на предприятии, важным является изучение мирового опыта регулирования социально-трудовых отношений. Оптимальное сочетание систем трипартизма и бипартизма, участие государства на всех уровнях функционирования экономических субъектов, а также либерализация отдельных социальных категорий является актуальным в условиях перехода Украины к рыночным отношениям, в том числе и для дальнейших исследований.

МІСЦЕ АДМІНІСТРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СИСТЕМІ УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВОМ

На сьогоднішній день для усіх підприємств, які працюють в умовах високої конкуренції залишається важливим і невід'ємним питанням ефективного управління. Таке управління має безпосередній зв'язок із показниками успішності, прибутковості та розвитку.

Управління із розвитком економічних відносин набуло нового забарвлення. Нестійке та мінливе становище підприємницької діяльності вимагало керування організацією на різних етапах її діяльності. У практику було введено різні терміни, це зокрема: стратегічне управління, оперативне управління та адміністративне управління. Під впливом аналізування останніх досліджень та публікацій було виявлено проблематику розмежування зазначених вище понять, які окремо існують як терміни але функціональні особливості у них часто перегукуються. Так, більшість дослідників адміністративному управлінню приписують якості стратегічного і навпаки, дещо інша ситуація із оперативним управлінням.

Після опрацювання ряду джерел, ціллю та завданням даного дослідження постало виявлення тих сутнісних ознак адміністративного, стратегічного та оперативного менеджменту, які відрізняють їх за своїми функціонально-управлінськими обов'язками та виділення тих сутнісних ознак, які притаманні лише адмініструванню. Так, для початку дамо визначення кожного із зазначених вище термінів. За словами О.В. Русецької, адміністрування або адміністративний менеджмент – це планування, розроблення та безпосередній контроль за реалізацією стратегії. Дослідниця називає цей напрям менеджменту регулярним, оскільки на даному рівні забезпечується розроблення ефективних і типових для підприємства методик і заходів, які покликані забезпечити якісну роботу персоналу, а це у свою чергу визначає і успіх компанії в цілому [1]. Інші дослідники говорять, що адміністрування покликане забезпечити систему управління організацією та сформувати її структуру, а також розробити раціональну організацію робочого місця та мотивацію персоналу. Тобто – це збір та управління інформацією з метою направлення її у правильне русло.

Розглядаючи термін стратегічний менеджмент можна стверджувати, що це розробка та реалізація стратегічних рішень на основі аналізування та прогнозування зовнішнього середовища від якого залежить розвиток підприємства та звітування про отримані результати. Впроваджуються заходи пов'язані із розвитком та мотивацією персоналу за розпорядженням адміністрації, а також на рівні аналізування та прогнозування вводяться корективи щодо реалізації запланованих заходів (тобто рішення не універсальні, а плани гнучкі). Особливістю даного виду управління, за словами дослідниці Галушки З.І., є те, що «знижується адміністративний тиск

корпоративного менеджменту на нижні рівні управління» [2].

Операційний менеджмент – це вид управління, який включає в себе усі вище перелічені напрями менеджменту у сфері виробництва товарів чи послуг, їх транспортування, реалізації та інше. Адміністративна складова у даному процесі визначається «формальністю примусу» щодо виконання того чи іншого завдання, де не існує інших варіантів виконання, окрім тих, що визначені керівництвом.

Для наглядного прикладу пропонується зобразити місце адміністративного, стратегічного та операційного менеджменту у структурі управління підприємством (рис.).



Рис. Місце адміністрування у системі управління підприємством

За цим рисунком автор намагався виділити адміністрування, як чисте управління, яке входить до стратегічного управління, де дуже часто ці два поняття ототожнюються, оскільки вони тісно взаємодіють між собою, а також виокремити адміністрування, що проводиться під час операційного управління, але дуже рідко і поверхово. Як видно з рисунку, адміністративний менеджмент займає невеликий відсоток в управлінському процесі. Значний обсяг становлять операційний та стратегічний менеджмент.

Роблячи висновки по даному дослідженні, можна говорити про загальну значущість адміністрування в усіх процесах діяльності підприємства, воно визначає напрямок дії підприємства, передає свої розпорядження нижчим ланкам управління і по мірі важливості контролює увесь процес. Загалом, передачу повноважень від вищого рівня до нижчого можна порівнювати із лінійним та матричним типами керівництва. Представлене аналізування допоможе автору у подальшому сформувати систему адміністрування на підприємстві.

Література

1. Русецкая О. В. Технологии административного менеджмента : Учебное пособие. – СПб. : Изд-во СПбГУЭФ, 2010. – 126 с.
2. Галушка З. І. Стратегічний менеджмент як нова управлінська філософія : суть та етапи розвитку // Маркетинг і менеджмент інновацій. – 2011. – № 3. – Т.1 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://mmi.fem.sumdu.edu.ua/>

ІНФОРМАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ В УПРАВЛІННІ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ

На будь-якому етапі управління фінансово-господарською діяльністю вищого навчального закладу (ВНЗ) використовується конкретна інформація і одночасно формується вихідна інформація. Забезпечення інформацією на всіх етапах управління можливе завдяки сучасним інформаційним технологіям, а також організації баз даних, які забезпечують прямий і зворотний обмін інформацією.

Розвиток інформаційних технологій впливає на ефективність сучасних оргструктур. Сьогодні без розгалуженої мережі автоматизованих робочих місць, інтегрованих у загальну корпоративну інформаційну систему, вищим навчальним закладам майже неможливо обійтись. Завдяки їх функціонуванню видається можливим забезпечити ефективний обіг інформації на всіх рівнях, що підвищить якість прийняття управлінських рішень.

Необхідною умовою організації взаємодії структурних підрозділів у вирішенні поточних та стратегічних питань фінансово-господарської діяльності є створення автоматизованої системи управління, спрямованої на забезпечення оперативності та ефективності у прийнятті управлінських рішень.

Завданнями єдиної автоматизованої системи управління (АСУ) фінансово-господарською діяльністю вищого навчального закладу є отримання оперативної, точної та надійної інформації, що забезпечуватиме скорочення трудовитрат, зведення помилок до мінімуму, економію матеріальних та фінансових ресурсів.

Автоматизована система управління фінансово-господарською діяльністю ВНЗ повинна бути спрямована на вирішення багатьох локальних (специфічних) проблем, що можливо завдяки здійсненню постійного аналізу об'єкта і задач управління з використанням економіко-математичних моделей управління, прогнозуванню можливих станів та вибору оптимального варіанту.

Програмне забезпечення повинно відповідати ряду вимог: враховувати специфіку діяльності, органічно інтегруватись в інформаційно-аналітичну систему ВНЗ та спрямовуватись на комплексну автоматизацію усіх сфер діяльності. Враховуючи обмежені фінансові можливості, навчальні заклади можуть впроваджувати власні розробки, адаптовані до існуючої організаційної структури управління.

Козьменко І.М.

студент,

Харчук В.Ю.

к.е.н., доцент

Національний університет „Львівська політехніка” (Україна)

ПРОБЛЕМИ ОЦІНЮВАННЯ КОМПЕТЕНЦІЙ ПРАЦІВНИКІВ

У сучасному динамічному світі розвиток будь-якого суб'єкта господарювання значною мірою визначається людським капіталом. Загальновідомо, що конкурентоспроможність компаній залежить, насамперед, від її інтелектуальної основи, визначальною складовою якого є компетенція працівників [1, с.187].

У науковій економічній літературі [2, с.7] під компетенцією розуміють здатність і готовність застосовувати знання і уміння при розв'язанні професійних завдань в різноманітних областях – як у конкретній області знань, так і в областях, слабо прив'язаних до конкретних об'єктів, тобто це здатність і готовність проявляти гнучкість у мінливих умовах ринку праці.

Актуальною проблемою для сучасних підприємств є вміння використати усі наявні та потенційні (приховані) компетенції своїх працівників, оскільки, саме такий підхід забезпечує виробництво не лише інтелектуально місткого, а й конкурентоздатного продукту. З огляду на зазначене, актуалізується питання виявлення та оцінювання компетенцій працівників, які можуть бути використані в процесі виробничо-господарської діяльності.

Оцінювання компетенцій працівників, зазначені науковці, пропонують здійснювати за структурними елементами. Так, Фролов Ю.В., Махотін Д.А. до головних структурних елементів компетенцій, які виступають об'єктом оцінювання відносять [3]: знання, вміння, навички; цінності, мотиви; інтелектуальні здібності (рівень інтелекту і особливості розумової діяльності людини, психофізіологічні якості; особистісні якості.

Узагальнюючи наукові доробки за проблематикою оцінювання компетенцій працівників, можна зробити висновок, що багатоаспектність і досить велика кількість методів оцінки менеджерів є несистематизованою і нечіткою, що ускладнює процедуру оцінювання та підвищення рівня компетентності працівників.

Більшість із розроблених методик використовують показники оцінювання професійного, кваліфікаційного рівнів, особистих якостей, авторитету, співпраці в колективі, однак, не виділяють кількісні показники діяльності, тобто, отримані результати діяльності працівника.

Багато пропозицій щодо оцінювання компетенцій відведено менеджерам, менше робітникам, що і буде об'єктом нашого подальшого дослідження. Застосовуючи виключно якісні показники оцінювання ефективності трудової діяльності працівників, результати можуть бути спотворені стереотипами.

Крім того, слід відзначити переваги проведення оцінювання якості праці робітників саме третьою стороною, адже, тут у значній мірі вдається уникнути

суб'єктивності в оцінюванні.

Таким чином, розроблення єдиної оптимальної методики оцінювання якості праці працівників є, на нашу думку, необхідним етапом для підвищення ефективності підприємств та їх функціонування в сучасних мінливих економічних умовах.

Література

1. Білошапка В. А., Кулик Ю. Є. Ключові напрямки досліджень управлінської професіоналізації у міжнародних компаніях // Управління підприємством: Проблеми та шляхи їх вирішення : Матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції. – Т. II. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2007. – С. 212-216.
2. Галямина И. Г. Проектирование государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования нового поколения с использованием компетентностного подхода : Матер. к 4-му заседанию методол. семинара «Россия в Болонском процессе: проблемы, задачи, перспективы». – М. : Издат. центр проблем качества подготовки спец. – 20 с.
3. Фролов Ю. В., Махотин Д. А. Компетентностная модель как основа оценки качества подготовки специалистов // Высшее образование сегодня. – 2004. – № 8. – С. 34-41.

Король Я.О.
студент,
Літвінов О.С.
к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ ПИТАННЯ МОТИВАЦІЇ ТА СТИМУЛЮВАННЯ ПРАЦІ

Ефективне управління неможливе без розуміння мотивів і потреб людини та правильного використання стимулів до праці. Мотив – це внутрішнє бажання людини задовольнити потреби. Мотив визначає, що і як потрібно робити для задоволення потреб. Мотиви піддаються усвідомленню, і людина може впливати на них, посилюючи чи зменшуючи їх дію, а інколи навіть виключає їх зі своїх намірів.

Процес мотивації включає шість етапів: виникнення потреби, пошук способів задоволення, визначення цілей, напрямків дій, виконання конкретних дій, одержування винагороди, задоволення потреби. Потреба – це те, що об'єктивно необхідно для підтримки життєдіяльності і розвитку людини. Потреби поділяються на біологічні та соціальні. Існує три рівня задоволення потреб: мінімальний, нормальний, рівень розкоші. При цьому потреби класифікуються за природою на первинні і вторинні; за суб'єктами прояву на особисті, групові, колективні, суспільні; за характером, причиною виникнення на матеріальні, трудові та статутні.

При усвідомленні потреб виникають бажання та інтерес їх задовольнити. Інтереси – це конкретне вираження усвідомлених потреб. Інтереси класифікуються за змістом на матеріальні, духовні та професійні; за направленістю на діяльність або на результат; за широтою на концентровані та розподілені; за стійкістю на довготермінові та короткотермінові; за рівнем дієвості розрізняють пасивні й активні інтереси; за спрямованістю розрізняють безпосередній і опосередкований інтереси.

Для задоволення інтересів підприємства необхідно розробити систему стимулів, яка повинна базуватись на поєднанні досягнення інтересів робітника і підприємства. Стимул (від лат. stimulus – батіг) зовнішнє спонукання до дії, що має цільову спрямованість. Стимул перетворюється у мотив тільки тоді, коли він усвідомлений людиною.

За змістом стимули поділяють на економічні (робітники одержують матеріальну винагороду) і неекономічні (на організаційні і моральні).

Цілями систем стимулювання можуть бути підвищення обсягів виробництва та реалізації продукції, підвищення якості продукції, спонукання працювати максимально ефективно з мінімальними витратами; залучення й утримання висококваліфікованих фахівців; зміцнення дисципліни працівників.

Таким чином, система стимулювання повинна ґрунтуватись на детальному вивченні мотивів діяльності робітників, в основі яких полягають конкретні потреби і інтереси. Впровадження на підприємствах ефективного мотиваційного механізму безперечно сприятиме зміцненню економічної стабільності підвищенню якості праці та конкурентоспроможності продукції.

Лазарь А.В.

магистрант,

Осичка А.В.

к.п.н., старший преподаватель

Одесский национальный экономический университет (Украина)

НЕФИНАНСОВАЯ МОТИВАЦИЯ ПЕРСОНАЛА

Классической формой мотивации считается материальное стимулирование. Но, к примеру, молодые люди могут предпочитать большой зарплате наличие свободного времени, а те, кто постарше, – хорошие условия труда. Вот почему руководителю необходимо использовать различные виды мотивации, которые помогут сотрудникам работать с большим энтузиазмом, а компании – сэкономить средства. Даже если сотрудники работают хорошо, возможно, это не предел, и они могут сделать намного больше... Чтобы мотивировать подчиненных к работе с полной отдачей, порой бывает достаточно и нематериального стимулирования. Поэтому каждому руководителю стоит иметь в своем арсенале как можно больше таких методов. И вот несколько удачных примеров.

Мотивационные подарки. Человеку нравится чувствовать уважение к себе и свою значимость. Именно поэтому мотивационные подарки (часы, ручки, оргтехника и т.д.), которые демонстрируют работнику оценку его достижений со стороны руководства, имеют большое значение. Очевидно, что стоимость такого подарка зависит от заслуги работника, однако он не должен быть совершенно банальным. Скептикам, которые считают подобные подарки ненужной тратой средств, стоит вспомнить, с какой гордостью носят награды военные при незначительной реальной стоимости таких отличий.

Другой вид мотивации – это *социальные выгоды* такие, как бесплатные медицинские осмотры, бесплатный отдых во время отпуска, возможности для оздоровления и занятия спортом. Такой вид мотивации требует сравнительно невысоких затрат в течение года на одного работника, однако повышает статус компании в глазах персонала, поскольку он видит заботу о себе со стороны руководства. Кроме того такой вид дополнительной мотивации, как медицинский осмотр позволяет экономить на больничных листах.

Интерес. Для многих людей важно, чтобы работа была интересной. Вызовы и преграды их не пугают, а скорее воодушевляют. Но таких видов деятельности не очень много. Поэтому руководителю нужно приложить немало усилий к тому, чтобы сделать работу подчиненных как можно более увлекательной. Казалось бы, что интересного в работе сотрудников отеля? Однако К. Кобьёлл, автор книги «Мотивация в стиле экшн» и владелец отеля Schindlerhof, умеет подбирать интересные для подчиненных и нужные для компании поручения. Например, его сотрудники периодически составляют отчеты о конкурирующих фирмах. Для этого они сначала посещают эти заведения: если это отель, то останавливаются в нем на ночь, если ресторан – обедают в нем, причем могут взять с собой друга или подругу. Такая

«повинность» должна выполняться три-четыре раза в год, а фирма оплачивает все расходы. Сотрудники чувствуют себя «шпионами», выполняющими тайные задания, и при этом приятно проводят время. Кроме прочего, побывавший «в тылу врага» человек, может увидеть не замечаемые ранее недостатки своей компании. Например, если в процессе телефонного заказа столика в каком-то ресторане его будут несколько раз переключать с одного менеджера на другого, то он может вспомнить, что в его ресторане происходит то же самое, и предложить руководству организовать тренинг для персонала, чтобы устранить этот недостаток. Разумеется, начальник не останется в долгу и отблагодарит инициативного подчиненного за хорошую идею.

Кадровые перестановки. Распространенным видом мотивации является продвижение по службе, помогающее сотруднику почувствовать, что его ценят как профессионала. Однако повышение – не единственно возможный вариант мотивации человека, который засиделся на своем месте, и которому уже поднадоела его работа. Если горизонтальная ротация не всегда возможна или руководитель считает ее слишком рискованной, то, чтобы разнообразить деятельность подчиненных, он может организовать рабочую группу из сотрудников разных отделов для решения той или иной проблемы. Это позволит им переключиться на новые вопросы и наладить взаимодействие с новыми людьми – с пользой для компании. А если такая группа будет влиять на работу руководителя (например, на принятие им важных решений), то входящие в нее сотрудники почувствуют себя мотивированными вдвойне. Однако следует иметь в виду, что такой прием срабатывает только в том случае, если участие в работе группы не повысит резко нагрузку сотрудника. Интересно, что для многих людей практически любая кадровая перестановка, связанная с повышением (даже если только в собственных глазах!) их профессионального или должностного статуса, дает позитивный эффект. И порой достаточно лишь изменить сотруднику название должности и надпись на визитке, чтобы он некоторое время чувствовал себя мотивированным.

Обучение за счет предприятия является одним из важнейших моментов в мотивации сотрудников. Такие учения часто связывают с отдыхом. Работник получает возможность отойти от каждодневной рабочей рутины, получить новые знания, новый мотивационный заряд. Во время мотивационных тренингов сотрудники компании больше общаются между собой неформально, что способствует сближению и формированию чувства командного духа. Предприятие, в свою очередь, тратит средства на повышение квалификации своих кадров. Советской модели управления были присущи отношения, когда все решал только руководитель, а работник должен только выполнять его поручения, не высказывая своих идей. Именно с тех времен происходит выражение о наказании за инициативу. В успешном современном бизнесе такая форма отношений является неприемлемой. Руководитель должен не только ставить четкие задачи своим подчиненным, но и уметь использовать их креативный потенциал для развития компании, ориентироваться в текущих потребностях и пожеланиях сотрудников, чтобы правильно строить мотивационную систему на предприятии.

ОСОБЛИВОСТІ КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ПСИХОЛОГІЧНОЇ ПОСЛУГИ

Актуальність пропонованого дослідження обумовлюється тим, що визначення особливостей комерціалізації психологічної послуги стане початковим етапом розроблення засад спеціалізованого маркетингового інструментарію (відсутнього на даний момент) для його подальшого використання на ринку психологічних послуг в Україні.

Згідно з положеннями Закону України «Про соціальні послуги» (від 19.06.2003 р.) психологічними послугами є: консультування осіб, застосування психодіагностики з метою вивчення особистості та поліпшення її психічного здоров'я, а також надання відповідних методичних порад [1].

Зазвичай в базисі товарного портфелю універсальної компанії, що надає психологічні послуги, містяться три основні позиції (свідомо не використовуємо на такому етапі розгляду для них поняття «товари»): психодіагностична, психотерапевтична послуги та проведення різного роду тренінгів, семінарів, бесід тощо. При цьому, психотерапія здійснюється як з використанням недирективної психотерапії, так і психотерапії груп, що свідчить про перетинання принаймні двох позицій у портфелі кожної з досліджуваних компаній [2].

Психодіагностика має на меті оцінку та вимір індивідуально-психологічних особливостей особистості. Потреба у психодіагностиці особистості може виникнути у двох випадках (див. рис.):

- як попередній етап до психотерапії клієнта (потреба формується психотерапевтом, клієнт у цьому випадку сприймає послугу як складову усього комплексу допомоги, тому не має власних очікувань від даного конкретного етапу);
- як потреба у пізнанні себе, саморозвитку (формується клієнтом, спирається на певні очікування від процесу та отримання результату).

У першому випадку як товар необхідно аналізувати не психодіагностичну, а психотерапевтичну послугу, у другому – кожний конкретний тест / опитувальник. До того ж, у випадку, якщо діагностика сприймається споживачем як логічний етап психотерапії, методики можуть бути не сприйняті окремо і тому втратять будь-яку додану цінність.

Психотерапія за задумом є способом вирішення певної життєвої проблеми; у реальному виконанні це група методик. Аналогічно до послуг з психодіагностики, за отриманням послуг з психотерапії клієнт може звертатися до спеціаліста, виходячи з двох мотивів: 1) щоб отримати допомогу у вирішенні певної проблеми (в даному разі, з точки зору психологічної компанії, товаром виступає психотерапія в цілому); 2) щоб випробувати конкретний психотерапевтичний метод; клієнту цікавий власне метод, процес отримання

послуги та її відповідність очікуванням, набуття певного специфічного досвіду (в такому випадку товаром являється кожний з методів психотерапії).

Згідно з наведеною раніше тезою стосовно перетинання двох позицій у товарному асортименті психологічної компанії, тренінги розкриваються у вигляді двох товарів: власне кожного конкретного тренінгу (при зацікавленості клієнта у досягненні результатів, що оголошені) та конкретного методу психотерапії.



Рис. Зв'язок між сприйняттям психологічних послуг та їх комерціалізацією (розробка автора)

З огляду на вищесказане, товарами, тобто здатними до того, щоб бути комерціалізованими, універсальної психологічної компанії варто вважати: психотерапевтичну послугу як таку, окремі конкретні методики психотерапевтичної та психодіагностичної послуг, а також кожний конкретний тренінг, що його пропонує компанія.

Література

1. Закон України «Про соціальні послуги» [Електронний ресурс]. – 2003. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/966-15>
2. Андреева Г. М. Социальная психология. – М. : Аспект Пресс, 2001. – 384 с.

6. МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА

Янковий О.Г.

д.е.н., професор

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПОКАЗНИКИ ОЦІНКИ ПОРТФЕЛЯ ІНВЕСТИЦІЙ ПІДПРИЄМСТВА

У процесі визначення прийнятності, ефективності, ризикованості і ліквідності інвестиційних проектів промислових підприємств використовують п'ять основних показників і критеріїв, що враховують чинник часу [1], [2]:

1. Чисту приведену вартість – NPV (*Net Present Value*).
2. Індекс рентабельності – PI (*Profitability Index*).
3. Внутрішню норму прибутку – IRR (*Internal Rate of Return*).
4. Модифіковану внутрішню норма прибутку – $MIRR$ (*Modified Internal Rate of Return*).
5. Дисконтований термін окупності – DPP (*Discounted Payback Period*).

Важливим позитивним моментом застосування показника чистої приведеної вартості є те, що він володіє властивістю адитивності, яка дозволяє підсумовувати значення NPV за різними проектами й використовувати цю агреговану величину для оцінки чистої приведеної вартості майбутнього портфеля інвестицій підприємства. Це означає, наприклад, що для двох проектів A і B справедливе співвідношення $NPV(A + B) = NPV(A) + NPV(B)$. Узагальнюючи дану властивість на множину з q ($q = 1, 2, \dots, m$) проектів інвестиційного портфеля, можна записати

$$NPV(A_1 + A_2 + \dots + A_m) = \sum_{q=1}^m NPV(A_q). \quad (1)$$

Серед недоліків індексу рентабельності PI називають його не адитивність, що впливає з сутності будь-якої відносної величини. Це означає, що для q незалежних проектів співвідношення типу (1) не виконується. Однак, виходячи з визначення індексу рентабельності, можна записати:

$$PI(A + B) = \frac{PV(A + B)}{IC(A + B)} = \frac{PV(A) + PV(B)}{IC(A) + IC(B)} = \frac{PI(A) \cdot IC(A) + PI(B) \cdot IC(B)}{IC(A) + IC(B)} = \overline{PI}, \quad (2)$$

де PV, IC – дисконтовані надходження та вкладення грошових коштів відповідних інвестиційних проектів.

Вираження (2) надає підставу стверджувати, що індекс рентабельності портфеля із q незалежних проектів інвестицій можна представити як середню арифметичну зважену з індексів рентабельності окремих проектів PI_q . Причому в якості статистичних ваг середньої величини виступають дисконтовані інвестиційні витрати за кожним проектом IC_q :

$$PI(A_1 + A_2 + \dots + A_n) = \overline{PI} = \sum_{q=1}^m PI_q d_q, \quad (3)$$

де d_q – питома вага дисконтованих інвестиційних витрат q -го проекту в загальній сумі дисконтованих витрат портфеля інвестицій.

На нашу думку, запропонована формула (3) дозволяє доволі просто розраховувати величину індексу рентабельності для інвестиційного портфеля промислового підприємства.

Показник внутрішньої норми прибутку *IRR* теж є неадитивним. Причому для інвестиційного портфеля треба використовувати розрахунок *IRR* за сумарними грошовими потоками всіх проектів, враховуючи можливість стикнутися з трьома ситуаціями в залежності від результатів розв'язання рівняння типу $NPV(A_1 + A_2 + \dots + A_m) = f(r) = 0$ (r – середня ціна капіталу портфеля): 1) отримання єдиного значення *IRR*; 2) отримання декількох значень *IRR*; 3) не отримання ні одного дійсного значення *IRR*.

Модифікована внутрішня норма прибутку *MIRR*, як і критерії *PI*, *IRR*, є неадитивним показником, що утрудняє визначення величини *MIRR* портфеля інвестицій. Однак, тут певною мірою може допомогти співвідношення, яке впливає з розрахункових формул критеріїв *PI* і *MIRR*:

$$MIRR = (1 + r)^n \sqrt[n]{PI} - 1. \quad (4)$$

Узагальнюючи вираження (4), отримаємо формулу для визначення *MIRR* інвестиційного портфеля:

$$MIRR(A_1 + A_2 + \dots + A_m) = (1 + r)^n \sqrt[n]{PI(A_1 + A_2 + \dots + A_m)} - 1 = (1 + r)^n \sqrt[n]{PI} - 1, \quad (5)$$

де \overline{PI} – індекс рентабельності інвестиційного портфеля, що знаходиться за формулою (3);

n – термін здійснення проекту (портфеля інвестицій).

Дисконтований термін окупності *DPP* інвестиційного портфеля показує мінімальне число років, на протязі яких інвестиційні витрати будуть повністю погашені кумулятивними надходженнями від усіх досліджуваних проектів. Якщо сумарні дисконтовані притоки розподілені за роками приблизно рівномірно, то *DPP* може бути розрахований прямим діленням загальної суми інвестиційних витрат ΣIC на величину річних надходжень ΣPV , обумовлених усіма проектами. В цьому випадку дисконтований термін окупності портфеля є величиною, що прямо залежить від терміну здійснення портфеля інвестицій, і зворотно від його індексу рентабельності, тобто $DPP = n / \overline{PI}$.

Література

1. Янковий О. Г. Порівняльний аналіз критеріїв *MIRR* і *IRR* інвестиційного проекту / О. Г. Янковий // Сучасні технології управління підприємством та можливості використання інформаційних систем: стан, проблеми, перспективи : матеріали сьомої міжнародної науково-практичної конференції, 30-31 березня 2012 р. – Одеса, ОНУ, 2012. – С. 102-105.

2. Янковий О. Г. Аналіз залежності *NPV* інвестиційного проекту від ціни залученого капіталу / О. Г. Янковий // Прикладний менеджмент та інновації. – 2012. – № 2. – С. 294-303.

СТРЕС-ТЕСТУВАННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ДІАГНОСТИКИ ФІНАНСОВОГО СТАНУ СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

У більшості країн світу регулятори фінансових ринків встановлюють вимоги до проведення стрес-тестів. В Україні на даний момент практика застосування стрес-тестування не настільки широка, а пропозиції НБУ з цього питання носять здебільшого рекомендаційний характер. Разом із тим сучасний стан світового фінансового ринку дозволяє очікувати широкого розповсюдження стрес-тестування. Стрес-тестування на мікрорівні доцільно використовувати для здійснення оцінки стабільності окремого банку, страхової компанії, підприємства за межами нормального операційного процесу та встановлення ступеня витривалості у разі виникнення екстремальних подій. Для інтерпретації результатів стрес-тестів та оцінки впливів стресів за ключовими якісними та кількісними показниками стійкості доцільно описувати поняттям «стресостійкості».

Процедура проведення стрес-тестування не є стандартизованою, крім того ускладнюється можливістю використання значної кількості методів розробки стрес-тестів, зокрема індексного методу, методу оцінки втрат, сценарного методу та методу еластичностей. Крім того, отримані результати важко інтерпретувати та зіставити з іншими результатами стрес-тестування, важко визначити достатність капіталу. Найбільше поширення отримали тестування чутливості, яке дозволяє оцінити вплив окремого фактора ризику на одну чи декілька позицій (статей) в активі балансу суб'єкта, та сценарне тестування, яке є більш наближеним до реальних ситуацій та використовується як основний інструмент стрес-тестування. Оскільки в реальних кризових ситуаціях діють, як правило, декілька взаємопов'язаних факторів ризиків, тестування чутливості рекомендується використовувати головним чином для ідентифікації факторів ризику, що мають вирішальний вплив на фінансовий стан суб'єкта, та виявлення суттєвих взаємозв'язків між факторами ризику. Сценарне тестування рекомендується застосовувати при оцінці кризових ситуацій катастрофічного характеру, а також при існуванні факторів ризику, що впливають на всі сфери діяльності суб'єкта (зміни на ринках нерухомості, фондовому ринку тощо).

Стрес-тестування доцільно розглядати як частину належного корпоративного управління, що сприяє покращенню внутрішнього контролю та управління ризиками. Його доцільно використовувати при стратегічному плануванні, плануванні на випадок непередбачуваних подій та при розробці та оцінці альтернативних стратегій зменшення ризиків.

КОМП'ЮТЕРНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕТОДУ СТАТИСТИЧНИХ РІВНЯНЬ ЗАЛЕЖНОСТЕЙ

Комп'ютерну програму «Метод статистичних рівнянь залежностей» було створено у 2003 році з метою вибору найкращого рівняння одночинникової залежності та подальшого моделювання і прогнозування на основі вихідних даних варіаційних або динамічних рядів [1]. Функціональні можливості комп'ютерної програми дозволяють здійснити усі передбачені види розрахунків для обраної одночинникової функції. Серед головних завдань на основі використання цієї програми, які можна вирішити при статистичному оцінюванні взаємозв'язків економічних явищ та процесів є: пряма та обернена економічні задачі, виявлення та прогнозування тенденцій, а також встановлення ступеня інтенсивності використання чинникової ознаки у формуванні нормативного рівня результативного показника за даними рядів динаміки та середньої величини – у варіаційних рядах.

Відомо, що ґрунтовну кількісну оцінку закономірностей, які формують рівень та динаміку економічних явищ та процесів доцільно здійснювати з використанням множинних моделей. Тому для побудови множинних функцій взаємозв'язку було удосконалено комп'ютерну програму «Метод статистичних рівнянь залежностей» в частині кількісного вивчення множинних взаємозв'язків явищ та процесів. Для цього було здійснено розробку та перевірку функціонування 20 різних форм множинних рівнянь залежностей, побудова яких передбачає:

1. Використання принципу «Знизу-вгору» при формуванні множинного рівняння залежностей. За цим принципом слідує, що у множинну модель можуть бути включені тільки ті чинники, які мають стійку залежність з результативно ознакою.
2. За результатами одночинникових розрахунків форма рівнянь залежностей поділяється на: пряму, обернену, комбінаційну (поєднання прямої та оберненої залежності в межах однойменних форм взаємозв'язку, наприклад, лінійну пряму залежність можна поєднати з лінійною оберненою залежністю).
3. Вибір функції множинного взаємозв'язку чинникових ознак та результативного показника здійснюється за наявності не менше 2-х чинників, що за результатами одночинникового аналізу можуть бути відібрані у множинне рівняння. Основними критеріями при доборі одночинникових моделей у множинний аналіз взаємозв'язку є: наявність стійкого взаємозв'язку (значення коефіцієнта стійкості зв'язку вище або рівне 0,7), порівняння значень індексу та коефіцієнта кореляції (відхилення цих показників не повинно

перевищувати 0,1), а також сума лінійних відхилень теоретичних значень результативної ознаки від їх емпіричних значень повинна бути мінімальною $\sum |Y_i - Y_x| \rightarrow \min$ [2-4]. Одночинникова функція залежності для якої дотримано вказані вимоги вважається найкращою. Тому при побудові множинного рівняння залежності слід розподілити усі досліджувані чинникові ознаки на ті, що за результатами парного взаємозв'язку вважаються найкращими чи можливими для подальшої кількісної оцінки залежностей.

Встановлення сумісного впливу досліджуваних чинників на результативну ознаку, з використанням методу статистичних рівнянь залежностей та відповідного комп'ютерного забезпечення, дозволяє [5]:

1. Обґрунтувати вибір системи чинникових ознак, виду рівняння залежності.
2. Здійснити моделювання рівня, динаміки та структури економічних явищ та процесів на основі розв'язання прямої та оберненої економічних задач й встановлення ступеня інтенсивності використання чинникових ознак у формуванні нормативного рівня результативного показника.
3. Побудувати графік одночинникового та множинного взаємозв'язку, а також встановити частку впливу на результативну ознаку включених до розрахунків множинного рівняння чинників.

Література

1. Кулинич Р. О. Вивчення взаємозв'язків та виявлення тенденцій розвитку соціально-економічних явищ і технічних процесів за допомогою комп'ютерної програми «Метод статистичних рівнянь залежностей» / Р. О. Кулинич // Економетрія: проблеми теорії та практики : [зб. наук. праць]. – Хмельницький: ХІУП, 2003. – С. 57 – 61.
2. Кулинич Р. О. Статистична оцінка чинників соціально-економічного розвитку : [монографія] / Р. О. Кулинич. – К. : Знання, 2007. – 311 с.
3. Кулинич Р. О. Статистичні методи аналізу взаємозв'язку показників соціально-економічного розвитку : [монографія] / Р. О. Кулинич. – К. : ВПД «Формат», 2008. – 288 с.
4. Кулинич О. І. Теорія статистики : [підруч.] / О. І. Кулинич, Р. О. Кулинич. – [5-те вид., перероб. і доп.]. – К. : Знання, 2010. – 239 с.
5. Парфенцева Н. О., Кулинич Р. О. Статистичне вивчення соціально-економічного розвитку України : [підруч.] / Н. О. Парфенцева, Р. О. Кулинич. – К.: ВПД «Формат», 2011. – 456 с.

МОДЕЛЬ МІЖЧАСОВОЇ РІВНОВАГИ МЕЗОЕКОНОМІЧНОЇ СИСТЕМИ

Сукупність виробничо-економічних систем (підприємств, установ, фірм) згрупованих у мезоекономічну систему за регіональними, корпоративними або кластерними ознаками вимагатиме підтримання динамічної рівноваги у процесі виробництва, розподілу, обміну і споживання. На кінцевому проміжку послідовних періодів часу $T = 1, \dots, T$ опис динаміки функціонування підприємств у мезоекономічній системі можна здійснити за принципом раціональних очікувань, який передбачає формальне поширення моделі Ерроу-Дебре на досягнення рівноваги мезосистеми в цілому [1].

Виробник $m \in M$ характеризується безліччю припустимих чистих продажів Y^m . Свою діяльність кожний виробник планує так, щоб максимізувати прибуток від чистих продажів у відомих всім агентам цінах p_τ

$$\pi^m = \sum_{\tau \in T} p_\tau y_\tau^m. \quad (1)$$

Споживач $i \in N$ здобуває й споживає продуктивний набір c_τ^n , що приносить йому «задоволення», вимірюване функцією корисності U^n . Крім функцій корисності споживачі різняться між собою початковими запасами продукту w_τ^n і частками участі $\alpha^{nm} \geq 0$, $\sum_{n \in N} \alpha^{nm} = 1$, що задають частини прибутку фірми $m \in M$, що належить n -у споживачеві. Вартість спожитого продуктового набору не повинна перевищувати його доходів від продажу запасу й належної йому прибутку фірм

$$\sum_{\tau \in T} p_\tau c_\tau^n \leq \sum_{m \in M} \alpha^{nm} \pi^m + \sum_{\tau \in T} p_\tau w_\tau^n \quad (2)$$

У детермінованій рівновазі це бюджетне обмеження одне, і споживач вибирає продуктивний набір c_τ^n із бюджетної множини

$B^n \quad p_\tau = \left\{ c_\tau^n \mid \sum_{\tau \in T} p_\tau c_\tau^n \leq \sum_{m \in M} \alpha^{nm} \pi^m + \sum_{\tau \in T} p_\tau w_\tau^n \right\}$ найкращий у змісті величини його корисності U^n c_τ^n .

Рівновагою в моделі називається набір $(c_\tau^n, y_\tau^m, p_\tau)$ задовольняючим умовам:

$$\blacksquare \quad c_\tau^n \in \text{Argmax } U^n \quad c^m \text{ для всіх } n \in N, \quad (3)$$

$$c_\tau^n \in (p_\tau)$$

- $y_T^m \in \text{Arg max}_{k \in T} \sum p_\tau y_\tau^m$ для всіх $m \in M$
- для всіх $t \in T$ виконаний матеріальний баланс:

$$\sum_{n \in N} w_\tau^n + \sum_{m \in M} y_\tau^m \geq \sum_{n \in N} c_\tau^n \quad (4)$$

Остання нерівність – умова рівноваги попиту на продукт і пропозиції продукту – неявно визначає рівноважні ціни p_T .

Головне спрощення описаної вище моделі в порівнянні з вихідною [1] – відсутність ресурсів. Змістовно ресурси інтерпретуються, найчастіше, як праця й капітал, причому капітал – у змісті основних виробничих фондів. Вважається, що основні фонди належать споживачам-власникам, які можуть надавати їх виробникам, наприклад, на правах оренди. Однак у сучасних умовах власники можуть і не володіти інформацією про склад основних виробничих фондів на належним їм підприємствах. Скоріше, власники управляють фірмами на рівні фінансових операцій, тоді як основні фонди належать і управляються самими підприємствами. За таких умов капітал виражає не вартість основних фондів, а оцінку вартості прав власника на одержання частини прибутку виробника.

Варіант моделі динамічної рівноваги, при фінансовому управлінні мезоекономічною системою може бути наступного виду [2]:

Припустимо, що дивіденди $\alpha^{nm} \pi^m$ споживачеві надходять частинами, розподіленими в часі $\alpha^{nm} \pi^m = \sum_{t \in T} \psi_t^{nm}$. Зміну чистих заощаджень Φ_t^{N+M} можна описати: $\Phi_t^n = \Phi_{t-1}^n + \sum_{m \in M} \psi_t^{nm} - p_t c_t^n$, $n \in N$ та $\Phi_t^m = \Phi_{t-1}^m - \sum_{n \in N} \psi_t^{nm} + p_t y_t^m$, $m \in M$.

Заощадження споживачів ростуть за рахунок дивідендів $\sum_{m \in M} \psi_t^{nm}$ і зменшуються з купівлею споживаного продукту c_t^n . У виробника заощадження ростуть за рахунок чистих продажів y_t^m і зменшуються при виплаті дивідендів $\sum_{n \in N} \psi_t^{nm}$. Позитивність чистих заощаджень не передбачається, але потрібна їхня незаперечність наприкінці часу T . Негативні чисті заощадження виражають борг агента перед іншими агентами.

Дивіденди можна представити як дохід від операцій з акціями фірми. Якщо сумарна кількість акцій кожної фірми не змінюється, а ринки цих акцій перебувають у рівновазі то власники визначають тимчасову пропорцію надходження дивідендів від фірм, а фірми – суму цих дивідендів [3].

Формально потік дивідендів можна описати як зменшення вкладень K_t^{nm} власника $n \in N$ у капітал фірми $m \in M$, оцінене по незалежному від часу курсу θ_0^m ,

$$\psi_t^{nm} = \theta_0^m K_{t-1}^{nm} - K_t^{nm}.$$

Сама ж модель динамічної рівноваги Ерроу-Дебре зводиться до наступної моделі рівноваги з управління капіталом. Споживач $p \in N$ максимізує корисність споживання U^n c_t^n у рамках обмеження фінансового балансу $\Phi_t^n = \Phi_{t-1}^n + \sum_{m \in M} \theta_0^m K_{t-1}^{nm} - K_t^{nm} - p_t c_t^n$ і кредитоспроможності $\Phi_t^n \geq 0$, управляючи: чистими заощадженнями Φ_t^n , капіталовкладеннями $K_t^{nm} \geq 0$ і обсягами споживання $c_t^n \geq 0$ при заданій постійній ціні капіталу θ_0^m і прогнозі цін p_t .

Виробник $m \in M$ максимізує свою капіталізацію $\theta_0^m \sum_{n \in N} K_0^{nm} \rightarrow \max$ при обмеженнях фінансового балансу

$$\Phi_t^m = \Phi_{t-1}^m - \sum_{n \in N} \theta_0^m K_{t-1}^{nm} + p_t y_t^m, \quad (5)$$

і кредитоспроможності $\Phi_t^m \geq 0$, управляючи ціною капіталу θ_0^m , чистими заощадженнями Φ_t^m і чистими продажами $y_t^m \in Y^m$ при заданій власниками програмі капіталовкладень $\sum_{n \in N} K_t^{nm}$ і заданому прогнозі цін p_t . Тоді ціни на продукти p_t визначаються умовою виконання матеріального балансу:

$$\sum_{m \in M} y_t^m \geq \sum_{n \in N} c_t^n, t \in T \quad (6)$$

Тобто, за певних умов регулярності моделі рівновага існує і вона є ефективною. Рівноважні траєкторії натуральних показників – виробництва й споживання – ті ж, що й у моделі міжчасової рівноваги Ерроу-Дебре. Але введені додатково фінансові показники Φ_t^m і K_t^{nm} відіграють роль змінних стану. Якщо їх задати, то можна обчислити кінець рівноважної траєкторії як рівновагу в «усіченій» моделі функціонування мезоекономічної системи.

Література

1. Debreu G. Theory of Value. An axiomatic analysis of economic equilibrium. New York: John Wiley & Sons Inc., 1959. P 114.
2. Поспелов И. Г. Модели экономической динамики, основанные на равновесии прогнозов экономических агентов [монография]; ВЦ РАН, Москва, 2003. – 204 с.
3. Андреев М. Ю., Поспелов И. Г., Поспелова И. И., Хохлов М. А. Новая технология моделирования экономики и модель современной экономики России. [монография]. – М. : МИФИ, 2007. – 262 с.

ФОРМУВАННЯ МЕТОДИКИ МОДЕЛЮВАННЯ ЩОДО УПРАВЛІННЯ ВИРОБНИЧИМИ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Становлення ринкових відносин вимагає зміни поглядів на управління виробничими витратами з врахуванням новацій, що відбуваються в технології виробництва, в споживчих перевагах і в конкурентному середовищі.

Ці обставини визначають перспективні напрями розвитку практики управління витратами виробництва і викликають необхідність розробки комплексного методологічного підходу до удосконалення управління виробничими витратами. Для підвищення ефективності діяльності підприємств машинобудування необхідна повніша реалізація функцій управління витратами і приведення системи управління витратами у відповідність з тими вимогами, які висувають нові умови господарювання.

Основними елементами системи управління витратами є об'єкти управління витратами (рівень, формування і структура витрат), технологія управління витратами (здійснення процедур, необхідних для виявлення відхилень фактичних показників витрат від планових), суб'єкти управління витратами (структурні підрозділи підприємств, що здійснюють процедури управління витратами), предмети управління витратами (окремі характеристики стану витрат: дотримання лімітів, витрати сировини і матеріалів, тощо).

У сучасних умовах господарювання важливого значення набуває інформація про витрати не тільки загалом по підприємству, а й в перерізі деталізованих об'єктів формування витрат, тобто саме локалізація інформації, відображення у ній стадійності виробництва, характеру витрат, що нарощуються, і є однією з умов якості інформації. Наявність такої інформації необхідна для правильної оцінки економічної ефективності різних організаційних і технічних рішень. Тому в умовах машинобудівного виробництва постає завдання визначення зростаючих нормативних матеріальних і трудових витрат виробництва з врахуванням коефіцієнтів технологічних витрат і регенерації на кожній технологічній операції основного виробничого процесу.

Вихідними даними для кількісного визначення зростаючих матеріальних і трудових витрат приймаємо:

k_j – нормативний коефіцієнт технологічних витрат на j -й операції основного виробничого процесу, що виражає відношення різниці між відповідними кількостями вихідного і кондиційного напівфабрикатів цієї операції до кількості вихідного напівфабрикату ($j = 0, 1, 2, \dots, n$);

k'_j – нормативний коефіцієнт технологічних витрат (по входу) на j -й операції регенераційного процесу ($j = 1, 2, \dots, L$);

r_j – нормативний коефіцієнт регенерації на j -й операції основного виробничого процесу ($j = 0, 1, 2, \dots, n$);

r'_j – нормативний коефіцієнт регенерації на j -й операції регенераційного процесу ($j = 1, 2, \dots, L$);

λ_{j-1}, λ_j – локальні нормативні матеріальні витрати відповідно на одиницю $(j-1)$ -ї, j -ї позиції у грошовому виразі;

γ_{j-1}, γ_j – локальні нормативні трудові витрати відповідно на одиницю $(j-1)$ -ї, j -ї позиції у грошовому виразі;

n_{j-1}, n_j – норма витрат $(j-1)$ -ї позиції, що входить в одиницю j -ї утвореної позиції (витрати на одиницю нормування з урахуванням відходів);

$$\lambda_j = \sum_{i(j)} n_{i(j)} c_i, \text{ де } n_{i(j)} - \text{норма витрат } i\text{-ї позиції, що входить на одиницю } j\text{-ї}$$

утвореної позиції без урахування технологічних витрат;

c_i – ціна i -го матеріального ресурсу.

Під час визначення витрат по основній заробітній платі коефіцієнти запуску ($m_{j,n}$) усіх позицій, що розглядаються, беруться «по виходу», тобто з врахуванням технологічних витрат на j -й виробничій операції, оскільки на будь-якій виробничій ділянці оплата праці здійснюється за виготовлену придатну продукцію, а при вході напівфабрикатів на j -ту операцію на ній також можуть виникати витрати, які не оплачуються. В умовах реального

виробництва на ділянці регенерації величина $\sum_{\beta} (m_{\text{рег}})_{\beta} \cdot (\gamma_{\text{рег}})_{\chi} \neq 0$, тому що трудові витрати, які йдуть на відновлення регенованих позицій, є значнішими, ніж матеріальні витрати на цій ділянці.

Таким чином запропонована модель для виробничого процесу з регенерації та встановлені залежності дає змогу визначити нормативні матеріальні та трудові витрати кожного напівфабрикату на одиницю кінцевої продукції або на одиницю напівфабрикату вищого порядку з врахуванням коефіцієнтів технологічних витрат і коефіцієнтів регенерації та можливого використання для внутрішньовиробничих логістичних систем.

Література

1. Герасименко И. Н. Исследование поведения затрат / И. Н. Герасименко // Экономико-управленческие аспекты повышения эффективности производства : сб. науч. тр. / Донецкая государственная академия управления ; ИЭП НАН Украины. – Донецк, 2000. – С. 78-83.
2. Леонов Я. В. Система управління витратами як фактор підвищення конкурентоспроможності / Я. В. Леонов, Ю. С. Герасименко // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. – № 1. – 2010. – С.175-183.
3. Минина Е. А. Формирование модели управления затратами машиностроительного предприятия / Е. А. Минина // Вестник Восточнoукраинского национального университета им. В. Даля. – 2010. – № 11 (153). – С.54-56.

МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ОЦІНКИ РІВНЯ ВІДТВОРЕННЯ ОСНОВНИХ ФОНДІВ

Моделі макроекономічної динаміки представляють собою абстрактний, спрощений вираз реального економічного процесу у формі математичних рівнянь або графіків. Цілий ряд припущень, які є в кожній з них, спочатку відсувають результат від реальних процесів, але тим не менш дають можливість проаналізувати окремі сторони і закономірності такого складного явища, як економічне відтворення.

Більшість моделей відтворення виходить з того, що збільшення реального обсягу продукції відбувається під впливом основних факторів виробництва – праці (L) і капіталу (K). Фактор «праця» зазвичай слабо піддається впливу ззовні, тоді як величина капіталу може бути скоригована за допомогою певної інвестиційної політики. Очевидно, що економічне зростання цінне не само по собі, а як основа підвищення добробуту населення, тому якісна оцінка зростання часто дається через оцінку динаміки споживання.

Кейнсіанські моделі зростання використовують в основному аналіз з боку сукупного попиту і динаміки пропозиції. Стратегічною змінною, за допомогою якої можна управляти економічним зростанням, у них є інвестиції.

Найбільш простий приклад кейнсіанської моделі відтворення є модель Є. Домара, запропонована ще в кінці 40-х рр. Вона виходить з того, що на ринку праці існує надлишкова пропозиція, яка обумовлює сталість рівня цін. Вибуття капіталу відсутнє, капіталомісткість і норма заощаджень – постійні; і фактором збільшення сукупного попиту (AD) і пропозиції (AS) служить приріст інвестицій (J).

Згідно Є. Домару, якщо в даному періоді інвестиції зросли на DJ, то відповідно до ефекту мультиплікатора сукупний попит зросте на

$$D_{yAD} = D_{Jm} = DJ \frac{1}{1-b} = DJ \frac{1}{S},$$

де m – мультиплікатор витрат;
 b – гранична схильність до споживання;
 S – гранична схильність до заощадження.

Збільшення сукупної пропозиції складе

$$\Delta Y_{AS} = a \times \Delta K,$$

де a – гранична продуктивність капіталу (за умовою постійна).

Якщо прийняти, що приріст капіталу (ΔK) забезпечується відповідним обсягом інвестицій (J), то рівноважне економічне зростання буде досягнуто за умови рівності попиту і пропозиції:

$$\frac{\Delta J}{S} = a \times J \quad \text{або} \\ \frac{\Delta J}{S} = a \times S$$

Тобто темп приросту інвестицій має дорівнювати добутку граничної продуктивності капіталу і граничної схильності до заощадження.

Таким чином, відповідно до моделі Є. Домара існує рівноважний темп приросту реального доходу, при якому повністю використовуються наявні виробничі потужності.

Є. Домар робить такий висновок: необхідною умовою динамічної рівноваги, тобто поступального руху економіки, є стійкий темп економічного зростання. "Я намагався показати, – писав він, – що існує такий темп зростання доходу, яким би приблизно він не був, котрий, якщо його досягти, не призведе до зниження норми прибутку, зникнення інвестиційних можливостей, до виникнення хронічного безробіття і подібних лих... і що тією мірою, якою ми можемо тепер це збагнути, цей темп зростання не знаходиться за межами наших фізичних можливостей" [1]. При цьому Є. Домар, стоячи на позиціях Дж.М. Кейнса, підкреслював складність вирішення проблеми динамічної рівноваги і необхідність проведення відповідної державної політики регулювання економіки.

Модель Домара була спрямована на те, щоб на базі кейнсіанства подолати статичність макроекономічної моделі Кейнса і розробити модель, розраховану на довгостроковий період. Але Є. Домар усвідомлював спрощеність своїх моделей, вважаючи, що вони є лише інструментами теоретичного аналізу. По суті це були лише перші кроки в дослідженні складних зв'язків процесу відтворення у вигляді однофакторної моделі (коефіцієнт капіталомісткості). Далі модель динамічної рівноваги розвивалась у напрямку розробки багатфакторних моделей економічного зростання, дослідження виробничих функцій, економічного програмування.

Відтворювальна модель Є. Домара має ту перевагу в порівнянні з іншими моделями, що вона дозволяє розглядати відтворювальний процес в динаміці і в ув'язці з джерелами коштів відтворення. Відносно до процесу відтворення основних фондів, ця модель обґрунтована математичним аналізом співвідношень між вибуттям основних фондів і капітальними вкладеннями.

Література

1. Domar E. Essays in the Theory of Economic Growth. – N.-Y., 1957. – P.18.

МОДЕЛЬ ВЗАЄМОДІЇ МАЛОГО ТА ВЕЛИКОГО ПІДПРИЄМСТВ

Однією з характерних рис сучасного підприємництва є наявність і розвиток різних форм кооперації великого і малого виробництва, що дає можливість вдало поєднувати підприємницьку чутливість, безінерційність та динамічну реакцію малого підприємства (МП) з системою менеджменту, комерційними, технічними і ресурсними потужностями великого підприємства (ВП) [1].

Цей факт свідчить про можливість виникнення в структурі взаємодії МП і ВП спонтанної чи свідомої самоорганізації, спрямованої на зміну економічними агентами самих себе.

Для дослідження динаміки розвитку МП і ВП в роботі були зроблені такі припущення: виробнича діяльність описується однофакторною виробничою функцією, ОВФ – єдиний фактор, що визначає випуск продукції; час t вимірюється в місяцях; продукція ВП явно не розглядається.

Нехай A і K , відповідно, основні виробничі фонди (ОВФ) МП і ВП. Розглянемо ситуацію, коли взаємодія між МП і ВП є такою, що продукція МП може використовуватись для забезпечення ремонтно-відновлювальних робіт ОВФ ВП. Крім того, прибуток ВП ($M_{ВП}(t)$) розподіляється в частинах η та $1-\eta$ ($0 \leq \eta \leq 1$) на створення фонду розвитку F_R та фонду нагромадження F_N . Тоді зазначені величини дорівнюють:

$$F_R = \eta \cdot M_{ВП}(t), \quad F_N = (1-\eta) \cdot M_{ВП}(t). \quad (1)$$

У випадку кооперації з МП частка фонду розвитку може використовуватись в якості інвестицій для розвитку МП. Тоді F_R розподіляється на інвестування та реінвестування у величинах

$$M_{ВП}^1(t) = q\eta \cdot M_{ВП}(t), \quad M_{ВП}^2(t) = (1-q)\eta \cdot M_{ВП}(t), \quad (2)$$

де q та $1-q$, відповідно, долі на інвестування в МП та реінвестування у ВП ($0 \leq q \leq 1$).

У такому випадку динамічна модель зміни ОВФ МП і ВП, може бути представлена у вигляді системи [1]:

$$\begin{cases} \frac{dA}{dt} = a_1 A(t) + b_1 K(t), \\ \frac{dK}{dt} = \lambda \cdot f_A \cdot A(t) + b_2 K(t), \end{cases} \quad (3)$$

де a_1 – коефіцієнт приросту ОВФ МП за рахунок реінвестування; b_1 – коефіцієнт, що характеризує рівень інвестування ВП у ОВФ МП; b_2 – коефіцієнт, що характеризує рівень реінвестування ВП; f_A – рівень фондovіддачі МП; λ – частка продукції МП, що постачається на ВП.

Система (3) враховує залежності (2), є лінійною системою диференціальних рівнянь і частково досліджувалась в роботі [2].

У випадку, коли продукція МП використовується для модернізації з метою збільшення рівня фондівддачі ВП, то систему (3) слід розглядати у формі:

$$\begin{cases} \frac{dA}{dt} = a_1 A(t) + b_1^* \cdot f_K(t) \cdot K(t), \\ \frac{dK}{dt} = \lambda \cdot f_A \cdot A(t) + b_2^* \cdot f_K(t) \cdot K(t), \end{cases} \quad (4)$$

де $f_K(t)$ – рівень фондівддачі ВП в момент часу t ; b_1^* – коефіцієнт, що характеризує частку доходу ВП, що інвестується у ОВФ МП; b_2^* – коефіцієнт, що характеризує частку доходу ВП на реінвестування.

Так, у випадку поетапного, однакового для кожного кроку, оновлення ОВФ ВП спостерігається сталий темп приросту фондівддачі

$$f_K(t) = f_K^0 (1 + \alpha_1 t), \quad (5)$$

де f_K^0 – початкове значення рівня фондівддачі ВП; α_1 – відсоток приросту фондівддачі ВП за одиницю часу.

Якщо приріст рівня фондівддачі здійснюється із сталим темпом, але відносно рівня, що було досягнуто на попередньому кроці, то залежність рівня фондівддачі ОВФ ВП від часу може бути представлена у формі

$$f_K(t) = f_K^0 (1 + \alpha_2)^t, \quad (6)$$

α_2 – відсоток приросту фондівддачі ВП за одиницю часу.

Модернізація ОВФ ВП шляхом введення нового обладнання передбачає наявність двох стадій: установка та налагодження; введення в роботу. У цьому випадку зростання рівня фондівддачі ВП не є монотонним, а кусково-неперервна функція, що описує зміну рівня фондівддачі при зазначеному варіанті модернізації виробництва, має вигляд

$$f_K(t) = \begin{cases} f_K^0, & 0 \leq t \leq t_1; \\ f_K^0 \cdot e^{\alpha_3(t-t_1)}, & t_1 \leq t \leq T, \end{cases} \quad (7)$$

де α_3 – інтенсивність приросту фондівддачі ВП за одиницю часу (місяць), T – горизонт планування.

На основі системи (4) з урахуванням функцій (5)-(7) може бути ґрунтовно досліджено вплив окремих ендогенних параметрів на динаміку розвитку підприємств в різних умовах інвестиційної політики ВП.

Література

1. Полтарак Н. И. Основные формы взаимодействия малого и крупного предприятия / Н. И. Полтарак // Бізнесинформ. – 2009. – № 5. – С. 9-11.
2. Шерстенников Ю. В. Модель малого предприятия в структуре промышленного комплекса / Ю. В. Шерстенников // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 5. – С. 278-287.

Мельничук Л.Ю.

к.е.н., доцент,

Мельничук В.С.

к.ф.-м.н., доцент

Одеський інститут фінансів УДУФМТ (Україна)

НОРМУВАННЯ ДАНИХ ПРИ НЕЙРОМЕРЕЖЕВОМУ АНАЛІЗІ

В останні роки відновився інтерес до штучних нейронних мереж внаслідок накопичення нових знань про діяльність мозку, а також значного прогресу в області мікроелектроніки і комп'ютерної техніки.

В економіці і бізнесі нейромережі можна використовувати в передбаченні ринків, в автоматичному дилінгу, в оцінці ризику неповернення кредитів, в передбаченні банкрутств, в оцінці вартості нерухомості, в виявленні переоцінених та недооцінених компаній, в автоматичному рейтингуванні, в оптимізації портфелів, в оптимізації товарних і грошових потоків, в автоматичному зчитуванні чеків і форм, в безпеці транзакцій з пластиковими картками.

Доступність і збільшення обчислювальних можливостей сучасних комп'ютерів привели до широкого поширення програм, що використовують принципи нейромережевої обробки даних, але виконуваних на послідовних комп'ютерах. Цей підхід не використовує переваг паралелізму властивого нейрообчисленням, а орієнтується виключно на здатність нейромереж вирішувати завдання, що не формалізуються [1, с.22].

Перше, з чим стикається користувач будь-якого нейропакету – це необхідність підготовки даних для нейромережі. На практиці саме попередня обробка даних може стати найбільш трудомістким елементом нейромережевого аналізу. Причому, знання основних принципів і прийомів попередньої обробки даних не менше, а можливо навіть більш важливіше, ніж знання власне нейромережевих алгоритмів. Останні як правило, вже “зашиті” в різних нейроемуляторах, доступних на ринку. Сам же процес вирішення прикладних завдань, у тому числі і підготовка даних, цілком лягає на плечі користувача.

Хоча попередня обробка не пов'язана безпосередньо з нейромережами, вона є одним з ключових елементів цієї інформаційної технології. Успіх навчання нейромережі може вирішальним чином залежати від того, в якому вигляді представлена інформація для її навчання [2, с.93].

Однією з основних інформаційних проблем є нормування даних: результати нейроаналізу не повинні залежати від вибору одиниць виміру.

Як входами, так і виходами нейромережі можуть бути абсолютно різнорідні величини. Вочевидь, що результати нейромережевого моделювання не повинні залежати від одиниць виміру цих величин. А саме, аби мережа трактувала їх значення одноманітно, всі вхідні і вихідні величини мають бути приведені до єдиного – одиничного – масштабу [3, с.12]. Крім того, для підвищення швидкості і якості навчання корисно провести додаткову попередню обробку даних, вирівнюючи розподіл значень ще до етапу навчання.

Приведення даних до одиничного масштабу забезпечується нормуванням кожної змінної на діапазон розкиду її значень. У простому варіанті це – лінійне перетворення:

$$\tilde{x}_i = \frac{x_i - (x_i)_{\min}}{(x_i)_{\max} - (x_i)_{\min}} \quad \text{в одиничний відрізок } \tilde{x}_i \in [0,1]. \quad (1)$$

Лінійне нормування оптимальне, коли значення змінної, щільно заповнюють деякий інтервал. Але подібний “прямолінійний” підхід застосовний далеко не завжди. Так, якщо в даних є відносно рідкі викиди, що набагато перевищують типовий розкид, саме ці викиди визначають згідно з попередньою формулою масштаб нормування. Це приведе до того, що основна маса значень нормованої змінної \tilde{x}_i зосередиться поблизу нуля: $|\tilde{x}_i| \ll 1$.

Набагато надійніше, тому, орієнтуватися при нормуванні не на екстремальні значення, а на типові, тобто статистичні характеристики даних, такі як середнє і дисперсія:

$$\tilde{x}_i = \frac{x_i - \bar{x}_i}{\sigma_i}, \quad \bar{x}_i = \frac{1}{P} \sum_{\alpha=1}^P x_i^{\alpha}, \quad \sigma_i^2 = \frac{1}{P-1} \sum_{\alpha=1}^P (x_i^{\alpha} - \bar{x}_i)^2. \quad (2)$$

У цьому випадку основна маса даних матиме одиничний масштаб, тобто типові значення всіх змінних будуть порівняними.

Проте, тепер нормовані величини не належать гарантовано одиничному інтервалу, більш того, максимальний розкид значень \tilde{x}_i заздалегідь невідомий. Для вхідних даних це може бути і не важливо, але вихідні змінні використовуватимуться як еталони для вихідних нейронів. У разі, якщо вихідні нейрони – сигмоїдні, вони можуть набувати значень лише в одиничному діапазоні. Аби встановити відповідність між навчальною вибіркою і нейромережею в цьому випадку необхідно обмежити діапазон змінних.

Лінійне перетворення, як ми переконалися, не здібне віднормувати основну масу даних і одночасно обмежити діапазон можливих значень цих даних. Природний вихід з цієї ситуації – використовувати для попередньої обробки даних функцію активації тих же нейронів. Наприклад, нелінійне перетворення

$$\tilde{x}_i = f\left(\frac{x_i - \bar{x}_i}{\sigma_i}\right), \quad f(a) = \frac{1}{1 + e^{-a}} \quad (3)$$

нормує основну масу даних одночасно гарантуючи, що $\tilde{x}_i \in [0,1]$.

Література

1. Уоссермен, Ф. Нейрокомпьютерная техника: Теория и практика = Neural Computing. Theory and Practice. – М. : Мир, 1992. – 240 с.
2. Еремін Д. И. Контрастирование // Нейропрограммы/ под. ред. А. Н. Горбаня. – Красноярск : изд. КГТУ, 1994. – С. 88-108.
3. Мак-Каллок У. С., Питтс У. В. Логическое исчисление идей, относящихся к нервной активности // в сб. Нейрокомпьютеры и их применение, ред. А. И. Галушкин, Я. З. Цыпкин, кн.5. – М. : ИПРЖР, 2001. – С.5-22.

СТАТИСТИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ НЕФІНАНСОВИХ КОРПОРАЦІЙ

У системі національних рахунків (СНР) економіка країни визначається як сукупність резидентських інституційних одиниць. Інституційні одиниці здатні від свого імені володіти активами, приймати на себе зобов'язання, брати участь у економічній діяльності та здійснювати операції з іншими одиницями. Повна послідовність рахунків СНР може бути побудована для однієї інституційної одиниці або для групи одиниць.

Є два типи одиниць, які можуть розглядатися як інституційні: фізичні особи (чи групи фізичних осіб у формі домашніх господарств) та юридичні особи (корпорації, некомерційні організації (НКО) й органи державного управління). У СНР термін «корпорація» використовується до одиниць, які, по-перше, здатні створювати прибуток; по-друге, визнані законом як юридичні особи, що відокремлені від їх власників і які мають обмежені обов'язки; по-третє, засновані для участі в ринковому виробництві. НКО – це юридичні особи або громадські організації, що створені з метою виробництва товарів і послуг, чий статус не дозволяє бути джерелом доходу, прибутку чи іншої фінансової вигоди для одиниць, які їх створюють, контролюють або фінансують. Органи державного управління являють собою типи юридичних осіб, що створені в результаті політичних процесів, які володіють законодавчою, судовою або виконавчою владою по відношенню для інших інституційних одиниць у межах певної території.

Подібні за характером економічної діяльності одиниці групуються в п'ять інституційних секторів: сектор нефінансових корпорацій (НФК), сектор фінансових корпорацій, сектор державного управління, сектор некомерційних організацій, які обслуговують домашні господарства, сектор домашніх господарств.

Метою роботи є визначення місця сектора НФК в економіці України та статистичне оцінювання основних показників результатів діяльності даного сектора.

Нефінансові корпорації – це корпорації, основним видом діяльності яких є виробництво ринкових товарів та нефінансових послуг. Даний сектор складається із сукупності таких резидентських інституційних одиниць: усі резидентські НФК; філіали нерезидентських підприємств, які зайняті нефінансовою виробничою діяльністю на економічній території даної країни впродовж тривалого проміжку часу; усі резидентські некомерційні організації, які є ринковими виробниками товарів або нефінансових послуг.

Характеристиками результатів економічної діяльності нефінансових корпорацій є валовий випуск, валова додана вартість, валовий прибуток, валове

сальдо первинних доходів, валовий наявний доход, валове заощадження, чисте кредитування (+), чисте запозичення (-).

Впродовж 2007-2010 рр. валовий випуск НФК змінювався нерівномірно. Після зростання в 2007 р. та в 2008 р. на 31,9 % і на 30, 6 % відповідно, у 2009 р. випуск зменшився на 8,1 %, а в 2010 р. – знов продемонстрував зростання (на 23,3 %). За 4 роки частка НФК у загальному валовому випуску України зменшилася на 2,6 в. п.

Сектор нефінансових корпорацій здійснює основний внесок у загальну додану вартість України. Впродовж усього періоду 2007-2010 рр. питома вага сектора в створенні доданої вартості складала більше 60 %, проте останніми роками вона зменшується (перш за все, на користь домогосподарств). Якщо в 2006 р. питома вага НФК у загальній валовій доданій вартості країни складала 65,6 %, то в 2010 р. – лише 62,1 %.

У СНР складають два рахунки, які відображають, як доходи, що утворилися в результаті виробництва або в результаті володіння активами, розподіляються між інституційними одиницями: рахунок утворення доходу й рахунок розподілу первинного доходу. Рахунок утворення доходу відображає первинні доходи інституційних одиниць, які безпосередньо беруть участь у виробництві. Аналіз розподілу між секторами балансуєвої статті рахунка – валового прибутку (змішаного доходу) довів, що впродовж останніх років найбільша питома вага належить нефінансовим корпораціям (більше 60,9 % у 2006 р. і 56,4 % у 2010 р.) і домогосподарствам.

Рахунок розподілу первинних доходів описує залишкову частину процесу первинного розподілу доходу. Він відображає для кожного сектора дані про прибуток, отримані та передані доходи від власності, а також оплату праці й податки на виробництво та імпорту за виключенням субсидій, отримані відповідно домашніми господарствами та державним управлінням. Балансуюча стаття рахунка – сальдо первинних доходів. Аналізований період характеризується збільшенням частки домогосподарств та скороченням сектора нефінансових корпорацій (з 15,4 % до 8,3 %) у валовому національному доході, який являє собою суму валового сальдо первинних доходів усіх секторів економіки.

Національний доход на рівні економіки або валове сальдо первинних доходів на рівні сектора трансформується (через одержання й сплату поточних трансфертів) у наявний доход (процес відображається в рахунку вторинного розподілу доходу). Наявний доход НФК за період 2007-2010 рр. суттєво скоротився, а його частка в наявному доході країни зменшилася на 6,1 в. п. і склала в 2010 р. 3,6 %. Значне скорочення демонструє й частка заощадження сектора у валовому заощадженні України (з 42,1 % у 2006 р. до 20, 0 % у 2010 р.).

Протягом усього періоду, що аналізується, сектор нефінансових корпорацій є чистим позичальником. Кредиторами НФК виступають як інші сектори економіки, перш за все сектор домогосподарств, так і інші країни світу. На жаль, тенденції скорочення боргів сектора останніми роками не спостерігається.

Оснач О.Ф.
к.е.н., доцент,
Архипов С.В.
викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ЗАПАСІВ ЯК ДЖЕРЕЛО СКОРОЧЕННЯ ВИТРАТ ПІДПРИЄМСТВА

Матеріально-технічне забезпечення робить вплив практично на усі основні показники роботи підприємств, чітке функціонування служби постачання підприємства – одне з найважливіших умов ритмічної і надійної його роботи.

Тому діяльність працівників матеріально-технічного постачання вимагає від них відповідності високому рівню економічної підготовки, оперативного прийняття і виконання оптимальних рішень в області планування формування запасів і матеріального споживання продукції з використанням маркетингових і логістичних основ.

Однією з основних форм контролю виконання виробничої програми підприємства є перевірка виконання планових завдань служби постачання, яка потрібна для загальної оцінки, виявлення відхилень і встановлення їх причин. Змістом перевірки є аналіз даних, який допомагає визначити сильні і слабкі сторони діяльності підприємства, і потрібний навіть тоді, коли фірма в цілому досягає поставлених цілей і завдань. В цьому випадку він дозволяє знайти додаткові резерви випуску продукції і зниження її собівартості, зростання продуктивності праці.

В процесі аналізу виконання плану матеріально-технічного постачання підприємства встановлюється наскільки своєчасно, повно і комплексно забезпечувалося виробництво матеріальними ресурсами, чи раціонально вони використовувалися, вивчається стан виробничих запасів, показується вплив матеріально-технічного забезпечення на ефективність роботи підприємства. Джерелом для аналізу служать дані бухгалтерського і оперативного обліку, матеріали перевірок і спеціальних спостережень.

У організації постачання дуже важлива роль належить запасам. До виробничих запасів відносяться матеріали, що поступили до споживача, але ще не піддані переробці в процесі виробництва. Ці запаси зберігаються на складах служби постачання і після виникнення потреби в них передаються в цехи в необхідних кількостях.

Досвід виробничих фірм свідчить про підвищення ефективності матеріально-технічного забезпечення за рахунок зниження рівня виробничих запасів основної технологічної сировини з метою економії і зниження витрат по забезпеченню підприємства матеріально-технічними ресурсами. Так, на Одеському припортовому заводі можливо зменшити норми виробничих запасів,

оскільки відхилення термінів постачань основної технологічної сировини від запланованих не викликає загрозу зриву виробництва.

Окрім зменшення норм виробничих запасів сировини і матеріалів, одним з основних чинників, сприяючих оптимізації запасів сировини і матеріалів являється збільшення частоти постачань. Проте збільшення частоти постачань обґрунтоване лише у тому випадку, коли економія від витрат(які зменшуються при збільшенні частоти постачань) перекидає витрати, що зростають при збільшенні частоти постачань.

При збільшенні частоти постачань зменшується розмір партії матеріальних ресурсів, що завозяться, збільшується коефіцієнт оборотності обігових коштів. Зменшується потреба в обігових коштах за рахунок їх вивільнення.

Таким чином, проведені дослідження показують, що при збільшенні частоти постачань :

- збільшуються витрати по завезенню матеріальних ресурсів, управлінню постачанням;
- витрати по зберіганню не змінюються(в даному випадку);
- досягається економія капітальних вкладень;
- вивільняються грошові кошти.

Для визначення економічного ефекту від збільшення частоти постачання необхідно порівняти витрати по завезенню матеріальних ресурсів при базовій і при новій частоті постачання.

Для цього пропонується наступна методика.

Приведені витрати при базовій частоті постачання визначаються за формулою:

$$Z_{n_1} = P_{np} + Z_c + Z_n \times n_1 + Z_k \times n_1 + Z_g + Z_{nc(n_1)},$$

- де P_{np} – витрати на вантажно-розвантажувальні роботи;
 Z_c – загальні умовно-постійні витрати на заробітну плату;
 Z_n – умовно-змінні витрати по заробітній платі на одне постачання;
 Z_k – витрати на відрядження на одне постачання;
 Z_g – загальні витрати на діловодство;
 Z_{nc} – залучені кошти на партію матеріальних ресурсів.

$$Z_{nc} = \frac{Q \times C}{n},$$

- де C – ціна одиниці матеріальних ресурсів, грн.;
 Q – загальний об'єм постачання матеріальних ресурсів за відповідний період.

МНОГОМЕРНЫЕ МЕТОДЫ – ИНСТРУМЕНТ СТАТИСТИЧЕСКОГО АНАЛИЗА ЭКОНОМИКИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Нарастание негативных процессов в экономике, продолжающийся финансовый кризис, преобразовывают среду функционирования предприятий. Одним из условий выживания производителей становится создание системы управления, адекватной происходящим внешним и внутренним изменениям. Основой такой системы выступает качественная статистическая информация, ее обработка и анализ.

В зарубежной и отечественной литературе исследуются и предлагаются к практическому применению разнообразные методы и методики оценки экономики предприятия, например, многофакторные модели Тафлера, модели Тишоу, модель Альтмана, комплекс Бивера, метод Дюпона и др. Отметим, что существующие методы в основном акцентируются на каком-то одном аспекте деятельности предприятия, чаще всего финансовом, оставляя другие аспекты деятельности без надлежащего внимания [1]. При этом неучтенная информация приводит к неправильной выработке тактики и стратегии управления производством. В то же время переизбыток информации грозит снижением ее качества и оперативности и повышением затрат по ее обработке и интерпретации [2]. Поэтому поиск и внедрение методов, способных дать объективную и точную картину экономического состояния предприятия, остается актуальным. Для решения данной проблемы в современных условиях целесообразно использовать многомерные статистические методы, которые позволяют перегруппировать и классифицировать показатели, сжать исходное признаковое пространство без существенных потерь информации и количественно оценить латентные показатели экономики предприятия [3].

Предшествующим этапом статистического исследования экономики предприятия является формирование признакового пространства (табл.).

Таблица

Диагностические признаки предприятия

Поле действия	Статистические показатели
1. Производственная деятельность	Производственные мощности и их использование; объемы выпускаемой продукции, ее ассортимент; показатели состояния и использования основных и оборотных средств; себестоимость продукции и ее структура.
2. Инновационная деятельность	Абсолютные и относительные характеристики внедрения новых видов техники и технологий; модернизация оборудования; обновление продукции
3. Трудовые ресурсы и их использование	Численность занятых на предприятии, фонды рабочего времени, производительности труда, оплаты труда

4. Финансовое состояние	Прибыль, рентабельность, ликвидность и платежеспособность, стабильность предприятия, финансовая устойчивость, деловая активность.
5. Маркетинговая деятельность	Конъюнктура рынка, ценовая эластичность, рекламная деятельность по продвижению продукции.

На наш взгляд, предложенный перечень диагностических признаков, всесторонне характеризует экономику предприятия. При этом набор показателей может быть сокращен либо дополнен в зависимости от цели исследования с учетом соблюдения принципа допустимой мультиколлинеарности.

Поскольку отобранные признаки имеют различные единицы измерения, в рамках многомерного анализа признаков пространство подлежит стандартизации с помощью центрирования и нормирования [3, с.17].

С помощью математико-статистического аппарата многомерного факторного анализа строятся ортогональные линейные комбинации исходных признаков предприятия, называемых общими факторами. Они максимально полно воспроизводят взаимные корреляционные связи между исходными данными. Следовательно, вместо набора из множества показателей, мы получаем один–два фактора, которые комплексно характеризуют конкретное поле деятельности предприятия без значительных потерь информации. Затем полученные факторы целесообразно подвергнуть процедуре таксономического анализа, благодаря которому можно выделить приоритетные, благополучные направления деятельности на предприятии и слабые стороны деятельности, которые нуждаются в дальнейшей доработке [3].

Таким образом, благодаря совместному использованию многомерных статистических методов, проблема переизбытка информации и ее надежности может быть решена. С помощью современной техники и программного обеспечения применение многомерного факторного анализа и таксономического анализа позволяют достаточно быстро получить надежную комплексную количественную оценку экономики предприятия.

Литература

1. Раева И. В. Сфера и проблемы применения интегральных методов оценки финансовой устойчивости в рамках проведения финансового анализа при оценке бизнеса // Управление корпоративными финансами. – № 01 (37). – 2010. – С. 14-24 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : support@grebennikov.ru
2. Окладников Д. Финансовый анализ в условиях переизбытка информации // Управленческий учет и финансы. – № 3. – 2005. – С. 52–60 // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : support@grebennikov.ru
3. Янковой А. Г. Многомерный анализ в системе STATISTICA. – Одесса : Оптимум, 2001. Вып. 1. – 216 с.

ПРОБЛЕМИ ОЦІНКИ РИЗИКІВ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Усім формам ділової активності притаманні ризики. Вони викликані спонтанним і суперечливим характером процесів, що протікають у складних соціально-економічних системах.

Ризик відображає міру (ступінь) відхилення від цілей, від бажаного (очікуваного) результату, міру невдачі (збитків) з урахуванням впливу керованих і некерованих чинників, прямих та зворотних зв'язків стосовно об'єкта керування.

Наслідки ризику найчастіше проявляються у вигляді фінансових втрат або неможливості отримання очікуваного доходу. Однак ризик – це не тільки небажані результати прийнятих рішень. За певних обставин існує не тільки небезпека недосягнення наміченого результату, але й можливість перевищити очікуваний прибуток. Тому невід'ємною умовою прийняття будь-якого господарського рішення є оцінка можливих ризиків. Мета оцінки ризику – прийняття рішення щодо доцільності вкладання часу і грошей у конкретну справу. Якщо потенційний виграш переважає ризик, то компанія приступає до реалізації проекту. Якщо цього не відбудеться, то проект, зазвичай, не перетворюється у життя.

Для мінімізації ризиків підприємницької діяльності здійснюється їх оцінка на основі якісного і кількісного аналізу.

Під час проведення якісного аналізу ризику виникає проблема наявності ґрунтовних знань, досвіду, інтуїції в тій чи іншій сфері економічної діяльності. Головна мета цього аналізу – визначити чинники і зони ризику, після чого ідентифікувати всі можливі ризики. Проведення його базується на таких аспектах.

По-перше, необхідно порівняти очікувані позитивні (сприятливі) результати з можливими економічними, соціальними (як сьогоденними, так і майбутніми) несприятливими наслідками. У зв'язку з цим виникають проблеми ідентифікації причин виникнення ризику, виявлення його чинників, видів невизначеності та конфліктів, які зумовлюють ризик.

По-друге, необхідно виявити вплив рішень, які приймаються в умовах ризику, на інтереси суб'єктів господарювання. Без урахування інтересів (заінтересованості) неможливі якісні перетворення в соціально-економічному житті як на макрорівні, так і на мезо- та мікрорівнях. Насамперед необхідно виявити, для кого і якою мірою цей ризик корисний та чиїм інтересам він відповідає. Оскільки, якщо немає зацікавленості в результатах економічних рішень, то не виникає загрози ризику.

Якісний аналіз ризиків може проводитися в будь-якій точці життєвого циклу проекту, проте він повинен проводитися принаймні один раз на початку нового проекту.

Більш складним є кількісний аналіз ризиків, який базується на теорії ймовірностей, статистиці, теорії дослідження операцій. Він покликаний кількісно визначити ступінь окремих ризиків і ризику певного виду діяльності в цілому.

Вирізняють два основних параметри кількісного оцінювання ступеня ризику:

- ймовірність появи втрат (ймовірність реалізації ризику) – чим вона вища, тим більший ризик;
- величину втрат (розмір можливих збитків) – чим вона більша, тим більший ризик.

Для кількісної оцінки ризиків використовують абсолютні та відносні показники. Деякі з них, на наш погляд, є достатньо умовними.

В абсолютному вираженні ризик може визначатися величиною можливих втрат у матеріально-речовинному (фізичному) або вартісному (грошовому) вираженні.

У відносному вираженні ризик визначається як величина можливих втрат, віднесена до деякої бази, у вигляді якої найбільш зручно приймати або майновий стан підприємства, або загальні витрати ресурсів на даний вид підприємницької діяльності, або очікуваний дохід (прибуток).

Для абсолютного вимірювання ступеня ризику використовують такі показники, як абсолютна величина ризику (абсолютний рівень втрат), ймовірність виникнення збитків або недоотримання доходів, математичне сподівання (середня величина), дисперсія, середнє квадратичне відхилення, семіваріація, семіквадратичне відхилення.

На наш погляд, абсолютна величина ризику та математичне сподівання дають лише загальне уявлення про можливі наслідки прийняття того чи іншого рішення, тому їх обов'язково потрібно доповнювати іншими показниками.

Класичним вважається підхід до оцінки ризику, що спирається на середньоквадратичне відхилення. Його часто називають величиною ризику. Чим більшою є ця величина, тим більшим буде ступінь ризику, пов'язаного з певною стратегією, тобто більшою буде величина ризику.

Більш глибоку характеристику ступеня ризику можна отримати використовуючи відносні показники, серед яких найпоширенішим є коефіцієнт варіації. Він характеризує співвідношення між ризиками та ефективністю. Чим менше значення коефіцієнту варіації, тим меншими є ризики для прогнозованої ситуації.

Для відносного вимірювання ступеня ризику використовують також більш складний показник, який називають коефіцієнтом ризику. Він дозволяє визначити, у скільки разів можливі середні втрати можуть перевищити можливі додаткові прибутки. Чим менший коефіцієнт ризику, тим меншими є ризики і в стратегії підприємства. І хоча на практиці цей показник рідко використовується внаслідок складності розрахунку, на наш погляд, його не слід ігнорувати.

Крім наведених показників у рамках відносного вимірювання ризику можна також порівнювати розмір понесених збитків з активами підприємства, прибутком, витратами на виробництво тощо.

МОДЕЛИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ БЮДЖЕТИРОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Современные процессы корпоратизации и глобализации приводят к укрупнению предприятий, усложнению их структуры как в горизонтальном (развитие территориально-разнесенных структур), так и вертикальном (многопрофильность, диверсификация направлений) аспектах и требуют применения технологий согласованности и сбалансированности финансового управления с целью оптимизации финансовых потоков и ресурсов предприятия.

Эффективными инструментами финансовой политики, направленной на оптимизацию управления организацией, являются система сбалансированных показателей, основывающаяся на анализе набора отдельных финансовых и нефинансовых показателей [1, с.27-34] и система бюджетирования.

Бюджетное управление (бюджетирование) представляет собой комплексный подход к управлению финансовыми показателями предприятия через делегирование полномочий по центрам финансовой ответственности в зависимости от типа затрат и является первым этапом разработки системы регулярного экономического управления. Бюджетирование является важнейшим связующим звеном между стратегическим и оперативным управлением всеми хозяйственными операциями крупных интегрированных предприятий, направленным на координацию экономических процессов внутри предприятия и, как следствие, на повышение его конкурентоспособности.

Однако бюджетное управление не следует рассматривать в узком аспекте, как процесс разработки сводного и частичных бюджетов предприятия (финансовых документов, созданных до того, как предполагаемые действия выполняются), согласования бюджетов и контроля за их исполнением [2, с.145].

При постановке бюджетирования важно не просто понимать общее назначение финансового планирования для принятия управленческих решений, но и то, какие задачи в условиях конкретного предприятия призвано обеспечить бюджетирование. Прежде всего, имеются в виду задачи, соответствующие главным целям компании. Назначение бюджетирования при принятии управленческих решений должно находиться во взаимосвязи с главными целями предприятия. Разработка модели бюджетирования предприятия должна носить системный характер, охватывать полный цикл управления и включать в себя следующие этапы: постановка целей; разработка организационных мероприятий, учет, контроль и обратную корректирующую связь. Особая сложность состоит в обеспечении комплексности организационных мероприятий на верхнем уровне иерархии. Основными элементами модели являются: созданные финансовые структуры, выделенные центры финансовой ответственности (с учетом их типов, иерархии, приоритетов), целевые контрольные вехи, регламенты ответственности и полномочий.

Для торговых предприятий ограничивающим фактором планирования является объем сбыта, поэтому бюджетирование таких предприятий начинается с бюджета продаж, под который подстраивается бюджет закупок, на основании которого разрабатываются и соизмеряются все остальные бюджеты.

Поскольку бюджет продаж отличается большой неопределенностью показателей, для его обоснования возможно использование следующих методов: прогноз на основе договоров (оценок) с клиентами, позволяет получить наибольшую достоверность оценок, особенно если используются уже заключенные договора, охватывающие значительную часть продукции (технически данный метод трудно применить при большом числе клиентов и их нестабильном составе); прогнозирование на основе трендовых кривых (может быть использовано для разработки прогноза при наличии устойчивых тенденций продаж и при отсутствии в плановом периоде существенных изменений экономических условий базового периода); прогнозирование с учетом сезонности на основе соответствующих коэффициентов.

В основе прогноза продаж лежат следующие факторы: прошлые данные об объемах продаж; перспективы ценовой политики; задолженность по выполненным заказам; исследование рынка; общие экономические условия; экономические условия в отрасли; движение таких индикаторов, как валовой национальный продукт, занятость, цены и персональные доходы; реклама и условия продвижения продукта; отраслевая конкуренция.

Среднесрочное и краткосрочное финансовое планирование (бюджетирование) обеспечивает возможность осуществления контроля за текущей деятельностью, однако для обеспечения эффективной стратегии в долгосрочном периоде необходимо внедрить процессы стратегического планирования. Дальнейшее совершенствование бюджетных процессов возможно путем внедрения специализированной информационной системы бюджетного управления: Инталев:Бюджетное управление, КИС-Бюджетирование, разработки на базе платформы 1С:Предприятие.8.

Грамотная постановка бюджетирования на предприятии приводит к тому, что финансовые потоки компании становятся для руководителя прозрачными. Появляется возможность определять приоритеты платежей; отслеживать и контролировать финансовые результаты деятельности компании в целом и по отдельным центрам финансовой ответственности; планировать движение денежных средств и движение товарно-материальных ценностей; планировать доходы и расходы компании; строить и оценивать внутренние показатели ликвидности и рентабельности компании и отдельных ее бизнесов.

Литература

1. Каплан Роберт С., Нортона Дейвид П. Сбалансированная система показателей. От стратегии к действию: Пер. с англ. – М. : ЗАО Олимп-Бизнес, 2004. – 304 с.
2. Аньшин В. М., Царьков И. Н., Яковлева А. Ю. Бюджетирование в компании: современные технологии постановки и развития. – М. : Дело, 2005. – 240 с.

СВЯЗЬ ПОКАЗАТЕЛЯ ПРИБЫЛИ С ДРУГИМИ ПОКАЗАТЕЛЯМИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

В современной экономической науке показатель прибыли считается одним из важнейших показателей эффективности деятельности предприятия. Данное положение было закреплено на законодательном уровне: в Хозяйственном кодексе Украины, хозяйственную деятельность разделили на два вида: предпринимательскую (с целью получения прибыли) и некоммерческую (без цели получения прибыли). В традиционной экономической литературе [1-4] прибыль предприятия получает двойную трактовку: во-первых, прибыль – это цель деятельности любого предприятия (которое осуществляет предпринимательскую деятельность); во-вторых, прибыль – это источник инвестиций. В последнее время появляются новые концепции прибыли предприятия в рыночных условиях [5], в которых ставится под сомнение прямая однозначная зависимость показателя прибыли с другими показателями эффективности деятельности предприятий.

Целью данной статьи является проведение анализа взаимосвязей прибыли с другими показателями эффективности деятельности предприятий. Для достижения данной цели автором был проведен парный корреляционный анализ отдельных показателей эффективности деятельности предприятий. Анализ проводился на основании данных статистических ежегодников Украины за период 2000-2010 годов. В ходе анализа рассматривались следующие показатели: рентабельность операционной деятельности; прибыль; среднемесячная заработная плата наёмных работников; инвестиции в основной капитал; среднегодовая численность наёмных работников; степень износа основных средств; ввод в действие новых основных средств.

Рассмотренные выше показатели анализировались как по народному хозяйству в целом, так и для отдельных видов экономической деятельности: народное хозяйство в целом; сельское хозяйство; промышленность; строительство; торговля; деятельность отелей и ресторанов; деятельность транспорта и связи; финансовая деятельность; операции с недвижимостью; предоставление коммунальных и индивидуальных услуг.

Анализ тесноты связи между выбранными показателями в динамике для каждой отрасли в отдельности позволяет сделать следующие выводы:

1. Между показателями прибыли и рентабельности существует достаточно сильная зависимость ($K = 0,73$), что в принципе подтверждает функциональную зависимость между данными показателями.

2. Показатели прибыли и рентабельности никак не связаны с другими показателями, которые были включены в анализ (инвестиции, численность, заработная плата и др.). Таким образом, уровень прибыли не оказывает на эти показатели никакого существенного влияния. Это может свидетельствовать о

том, что ни прибыль, ни рентабельность для отраслей народного хозяйства Украины не могут рассматриваться как основная цель деятельности предприятия.

3. Из остальных показателей, которые рассматривались в статье, тесная связь выявлена между следующими тремя показателями: инвестиции и ввод в действие основных фондов ($K = 0,89$); инвестиции и заработная плата ($K = 0,80$); заработная плата и ввод в действие основных фондов ($K = 0,92$).

Такая форма связи позволяет сделать вывод об интенсивном характере инвестиционного процесса в рассматриваемых отраслях, так как инвестиции направляются на ввод в действие основных фондов и приводят к росту средней заработной платы наёмных работников.

Анализ тесноты связи между выбранными показателями в динамике по народному хозяйству в целом позволяет сделать следующие выводы:

1. Существует тесная взаимосвязь между четырьмя показателями: прибыли, численности рабочих, инвестициями и вводом в действие основных фондов: прибыль и численность ($K = 0,73$); прибыль и ввод в действие основных фондов ($K = 0,74$); прибыль и инвестиции ($K = 0,65$); инвестиции и численность ($K = 0,93$); инвестиции и ввод в действие основных фондов ($K = 0,95$); численность и ввод в действие основных фондов ($K = 0,99$).

2. Практически отсутствует корреляционная зависимость между показателями рентабельности, средней заработной платы и уровнем износа основных фондов.

Такая форма зависимости позволяет сделать вывод о том, что в Украине:

- до настоящего времени сохранился экстенсивный подход к развитию как отдельных предприятий, так и народного хозяйства в целом;
- прибыль не является стимулом развития предприятий в целом, и тем более не представляет интереса для основной массы работников предприятий;
- в экономике Украины отсутствует механизм по обеспечению перетока финансовых средств в отрасли с более высоким уровнем прибыльности.

Литература

1. Розенберг Д. И. Комментарии к «Капиталу» К. Маркса / Д. И. Розенберг / Под ред. Н. А. Цаголова. – М. : Экономика, 1984. – 720 с.
2. Найт Ф. Х. Риск, неопределённость и прибыль / Ф. Х. Найт: пер. с англ. – М. : Дело, 2003. – 360 с.
3. Богачёв В. Н. Прибыль?!.. (О рыночной экономике и эффективности капитала) / В. Н. Богачёв. – М. : Финансы и статистика, 1993. – 287 с.
4. Чемберлин Э. Теория монополистической конкуренции: (Реориентация теории стоимости) / Э. Чемберлин: пер. с англ. Э. Г. Лейкина и Л. Я. Розовского; под. ред. Ю. Ольсевича. – М. : Экономика, 1996. – 351 с.
5. Шарманська С. О. Економічна теорія прибутку: теоретико-методологічні підходи і сучасність / С. О. Шарманська // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. – 2006. – № 90. – С. 38-41.

БАЗОВІ МАТЕМАТИЧНІ МОДЕЛІ ОТРИМАННЯ ПРОГНОЗІВ ЗБУТУ ПІДПРИЄМСТВА

Від сучасного маркетолога роботодавці вимагають не лише креативних підходів щодо просування продукції на ринки збуту, а й глибоких знань стосовно аналізу динаміки продажів та прогнозування збуту.

Обсяги продажу, розташовані в хронологічному порядку, є вихідними даними для отримання трендів (регресія від часу) і прогнозування майбутніх продажів. Як опорні моделі застосовуються тренди, які одержали широке поширення в економіці завдяки наочності й простоті тлумачення. Це моделі виду:

$y = a_0 + a_1 t$ – лінійна першого ступеня – за допомогою лінійної моделі можуть бути описані процеси, що характеризуються рівномірним ростом (при $a_1 > 0$) або рівномірним спадом (при $a_1 < 0$);

$y = a_0 + a_1 t + a_2 t^2$ – квадратична (парабола) – з її допомогою описуються економічні процеси з деяким уповільненням або прискоренням, залежно від значень параметрів. Багаточлени вищих ступенів звичайно не застосовуються для моделювання на коротких рядах динаміки;

$y = a_0 t^b$ – степенева – характерним для економічних процесів є випадок $a_0 > 0$. Залежно від знаку параметра b степенева функція описує різні економічні процеси: прискорений ріст, уповільнений ріст і спад;

$y = a_0 + a_1/t$ – лінійна гіперболічна – залежно від значень параметрів a_0 та a_1 гіперболічна функція (іноді її називають зворотною) описує економічні процеси з насиченням і спадом;

$y = a_0 + a_1 \ln(t)$ – лінійна логарифмічна (найчастіше зустрічається у вигляді характеристики процесів з уповільненим ростом або ж уповільненим спадом);

$y = a_0 + a_1 e^t$ – експонентна – функція використовується для опису процесів інтенсивного зростання. Такі процеси іноді називають лавиноподібними й спостерігаються в періоди підйому економіки, рекламного просування товару і т.д.;

$y = a_0 + a_1 e^{-t}$ – модифікована експонента – залежно від значення параметру a_1 модель може характеризувати зростаючі або спадаючі економічні процеси з насиченням.

Здійснивши вибір декількох опорних функцій, які підходять для характеристики рівнів динаміки досліджуваних економічних показників, приступають до оцінки параметрів моделей і тестування отриманих трендів на точність, надійність та адекватність.

Розглянемо, як поширення Інтернету може впливати на збільшення продажу продукції підприємства. Наприклад, підприємство розробляє та реалізує системи ЦСК-квант з технологією ADSL (англ. Asymmetric Digital Subscriber Line) – технологія широкосмугового доступу, яка забезпечує

передачу швидкісного цифрового сигналу звичайною аналоговою телефонною лінією, та дозволяє одночасно користуватися телефоном і Інтернетом. Така технологія не потребує значних витрат ані з боку абонентів, ані з боку провайдерів, її перевагою є можливість прокладання у будь-якому районі де є звичайна телефонна лінія. Вихідні дані для аналізу наведено в табл. 1.

Надамо нумерацію рівням ряду динаміки від одного. В табл. 1 також наведено декілька допоміжних стовпчиків для отримання різних моделей.

Таблиця 1

Допоміжні дані для отримання трендових моделей

Рік	Період, t	Обсяг збуту (грн.), Y	t^2	$\ln(t)$	$1/t$	e^t	$\ln(Y)$
2007	1	3288000	1	0	1	2,72	15,01
2008	2	5055000	4	0,69	0,5	7,39	15,44
2009	3	8858200	9	1,10	0,33	20,09	15,00
2010	4	11258700	16	1,39	0,25	54,60	16,24
2011	5	13895000	25	1,61	0,2	148,41	16,45

Далі скористаємося табличним процесором Excel: «Сервис» – «Анализ данных» – «Регрессия» для отримання базових трендових моделей динаміки та прогнозу продажу на наступні роки. Залежна змінна – Y, незалежна – t (табл.2).

Таблиця 2

Прогнози обсягів збуту підприємства за трендами

№ моделі	Назва тренду	Рівняння тренду	Прогноз на 2012 (t = 6), грн.	Прогноз на 2013 (t = 7), грн.
1	Лінійний	$\hat{Y} = 245670 + 2741770 t$	16696290	19438060
2	Параболічний без лінійної складової	$\hat{Y} = 3622683 + 440754 t^2$	19489837	25219643
3	Логарифмічний	$\hat{Y} = 2157641 + 6593577 \ln(t)$	13971745	14988150
4	Експонентний	$\hat{Y} = 5513115 + 63417,93 e^t$	31097732	75059316
5	Степеневий	$\hat{Y} = 3076239 t^{0,92}$	16122656	18592177

Зазвичай, всі отримані моделі оцінюються за статистичними критеріями на точність, надійність та адекватність. Моделі, які виявляються точними, надійними та адекватними, утворюють так зване «віяло» прогнозів. Серед отриманих прогнозів є дуже оптимістичні – за експонентним трендом, є песимістичні – за логарифмічним трендом і є реалістичні – інші тренди. Який обрати – вирішує дослідник, спираючись на рівень ринкового попиту.

МАРЖИНАЛЬНИЙ АНАЛІЗ НА РІВНІ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасний економічний аналіз операційної, фінансової та інвестиційної діяльності підприємства потребує подальшого вдосконалення як за рахунок нових методів, так і шляхом використання вже відомих підходів на більш високому рівні – суб'єкта господарювання. На наш погляд, у рамках управлінського аналізу в короткостроковому періоді прийняття рішень в системі показників «витрати – об'єм – прибуток» доцільно застосовувати інструментарій *CVP*-аналізу не тільки на рівні окремого виду продукції (робіт, послуг), а й на рівні всього підприємства [1]. Ми пропонуємо в зоні беззбитковості на основі розрахованих значень виробничого важеля для окремих видів продукції визначати рівень ризикованості операційної діяльності по випуску і реалізації даних товарів.

Окрім того, для підприємства в цілому ми рекомендуємо розраховувати показники середнього виробничого, середнього фінансового та середнього сукупного ризику, що дає змогу відслідковувати й уникати загрози банкрутства внаслідок прийняття необґрунтованих рішень в області виробничої та фінансової діяльності.

При цьому важливіші узагальнюючі характеристики аналізу беззбитковості повинні будуватися з урахуванням вимог статистичної методології, зокрема теорії середніх величин. На нашу думку, коректність їх застосування, перш за все, лежить у площині обґрунтованого агрегування, тобто переходу на більш високий рівень узагальнення. Виконання вказаної передумови забезпечується тим, що такі показники, як точка беззбитковості, маржинальний прибуток, коефіцієнт маржинального прибутку, запас міцності, виробничий важіль на рівні підприємства повинні будуватися у суворій відповідності до основних положень статистичної науки.

Це означає, що указані характеристики розраховуються за змістовними формулами середніх величин і в ніякому разі – як прості середні з окремих значень відповідних параметрів. Наприклад, правильною буде така змістова формула виробничого важеля для всього підприємства:

$$\text{Виробничий леверидж підпр.} = \frac{\text{Маржинальний прибуток підприємства}}{\text{Прибуток від реалізації підприємства}}.$$

Література

1. Янковий В. О. Управління прибутком промислових підприємств : автореф. десерт. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / В. О. Янковий. – Одеса, 2011. – 20 с.

СТАТИСТИЧНЕ ОЦІНЮВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЗА МІЖНАРОДНИМИ СТАНДАРТАМИ

На сучасному етапі інноваційний розвиток економіки належить до головних державних пріоритетів внутрішньої політики всіх високорозвинених країн.

Статистичні дослідження повинні надати повну, достовірну та об'єктивну інформацію про стан інноваційної діяльності підприємств, необхідну для адекватної оцінки її рівня та прийняття певних управлінських рішень.

Найбільш оптимальною системою статистичних показників, що характеризують інноваційну діяльність підприємств, є система, розроблена за методологією Офісу Європейського Співтовариства (Євростату) та Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР).

Є два основних та взаємопов'язаних інструмента, що застосовують у європейських дослідженнях:

- статистичне обстеження інновацій Співтовариства (CIS);
- європейське інноваційне табло (EIS);

Країнами Європейського Союзу було проведено чотири обстеження інновацій за єдиною анкетною CIS. Усі вони базувалися на відповідній версії Керівництва Осло. При цьому як можливості обстежень, так і перелік країн, що брали в них участь, кожного разу розширювалися. Перше обстеження проводилося у 1993 р. Україна долучилася до обстеження інновацій за міжнародною методологією лише у 2006 р. Необхідність і доцільність проведення такого обстеження зумовлені вимогами часу. Дотепер обстеження інноваційної діяльності в Україні за рядом ознак не відповідало вимогам міжнародної статистики, а саме:

- обстеженням охоплювалися лише підприємства, діяльність яких класифікована за секціями С, Д, і Е згідно з КВЕД;
- обстеження проводилися за квартал та рік, хоча інновації мають тривалий термін розроблення і впровадження;
- обстеження базувалися на суцільному спостереженні середніх та великих підприємств;
- обстежувалися лише інноваційні продукти та процеси;
- розглядалися в основному кількісні показники;
- об'єктом дослідження були в основному, науково-технічні розробки та витрати на них, патенти [1, с.71-76].

Все це не давало можливості порівнювати дані української статистики з даними інших країн та повно відобразити стан інновацій на вітчизняному ринку. У 2006 р. Євростатом та ОЕСР підготовлена чергова редакція Керівництва Осло, в якій враховані сучасні вимоги до проведення статистичного дослідження інновацій. На його основі розроблена анкета CIS

2006, рекомендована для використання в усіх національних обстеженнях інноваційної діяльності. За цією анкетой обстежується інноваційна діяльність у 50-60-ти країнах світу.

У результаті співробітництва за програмою TASIC у 2006 р. Держкомстат України прийняв рішення провести пілотне обстеження за новою методологією, використовуючи анкету Євростату. Питання анкети логічно пов'язані між собою, переважно якісні, доступні для розуміння.

Анкета містить 11 розділів:

1 розділ – загальна інформація щодо організації, яка дає відповідь на запитання; 2 розділ – опис інноваційного продукту; 3 розділ – якісні показники впровадження нових або вдосконалених методів обробки чи виробництва товарів та послуг; 4-8 розділи – всі аспекти, пов'язані з інноваційною діяльністю підприємств; 9 розділ – інтелектуальні права власності; 10 розділ – організаційні та маркетингові інновації; 11 розділ – основна економічна інформація про діяльність підприємства.

У пілотному обстеженні взяли участь: АР Крим, Донецька, Чернівецька Харківська області та місто Київ. Результати обстеження показали, що у вибраних регіонах рівень інноваційної активності становив 10-30 %, водночас у 27-ми країнах ЄС він сягає 40 %. Здійснювати інновації підприємствам перешкоджали численні фактори: фінансові та ринкові перешкоди, складність знаходження партнерів по співпраці, занадто високі інноваційні витрати, сильна конкуренція на ринку, тощо. Таким чином, статистичне вивчення інноваційної активності підприємств за європейською програмою CIS 6 дозволяє широко та поглиблено охарактеризувати чотири типи інновацій: продуктові, процесові, організаційні та маркетингові [2, с.39-45].

Пошук шляхів виходу країн Євросоюзу з глобальної фінансово-економічної кризи безпосередньо пов'язаний із напрямками інноваційної політики, що визначені у стратегії «Європа 2020». Основним інструментом реалізації нової стратегії ЄС є Табло інноваційного Союзу (TIC), яке уявляє собою систему індикаторів: кадрові ресурси, фінанси та підтримка інвестицій, інтелектуальні ресурси, зв'язки та підприємництво. За індикаторами TIC розраховують загальний інноваційний індекс, що відображає рівень інноваційності кожної країни та її позицію серед країн-членів ЄС щодо інноваційного розвитку.

Особливості соціально-економічного розвитку України на сучасному етапі зумовлюють необхідність активної участі у розрахунку індикаторів TIC та здійснення порівнянь з іншими країнами.

Література

1. Єгоров І. Ю. Європейське інноваційне табло: система індикаторів інноваційного розвитку // Статистика України. – 2006. – № 1. – С. 71-76.
2. Ротар А. В. Особливості статистичного оцінювання інноваційної активності підприємств за європейською програмою CIS // Статистика України. – 2010. – № 1. – С. 39-45.

МОДЕЛЮВАННЯ ПРИБУТКОВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Для забезпечення прибутковості підприємств в умовах ринкової економіки, безумовно, важливе створення ефективного фінансового механізму. Наявність надійної інформації щодо прибутковості підприємства є чинником, від якого залежить прийняття своєчасних управлінських рішень. У діяльності вітчизняних підприємств на практиці спостерігається неефективність фінансового механізму, слабе використання фінансових важелів та аналітичних інструментів забезпечення прибутковості підприємств.

Досягнення поставлених цілей і завдань фінансового механізму забезпечення прибутковості підприємства пропонується оцінювати шляхом аналізу певних базових фінансових параметрів, що характеризують його діяльність: капітал, фінансова стійкість, прибутковість.

Об'єктивною основою виникнення і подальшої діяльності підприємств є капітал. Для дослідження взаємозв'язку прибутку та капіталу підприємства прибуток потрібно розглядати, з одного боку, як результат функціонування капіталу, а з іншого – як джерело фінансування, що використовується на відтворення капіталу і на поточне споживання.

Вплив прибутку на відтворення капіталу проявляється в процесі розподілу прибутку, що залежить від багатьох факторів, зокрема дивідендної політики. У період технічного переозброєння й модернізації виробництва, освоєння нових видів продукції й нових технологій зростають потреби підприємства у фінансових ресурсах, і надати їх повинні в першу чергу власники. Це не означає необхідність відмови від очікувань щодо одержання доходу на вкладений капітал. Мова йде про відкладені очікування, тобто власники зможуть одержати свої дивіденди після виходу виробництва на проектну потужність, коли підприємство почне отримувати прибуток у достатньому розмірі. Вплив прибутку на ефективність використання капіталу підприємства пропонується оцінювати на основі коефіцієнту реінвестування, який визначає частку прибутку, спрямовану на розвиток бізнесу: $K_{pin} = \frac{B_k}{ДВ}$ (B_k – капітальні витрати, $ДВ$ – додана вартість).

Розмір прибутку нерозривно пов'язаний із фінансовою стійкістю і стабільністю підприємства. Прибуток, що залишається в розпорядженні підприємства може бути спрямований на приріст власного капіталу, що забезпечує фінансову стійкість. Розмір прибутку від реалізації продукції впливає на прибутковість власного капіталу, тому стійке одержання чистого прибутку й зростання відносних показників прибутковості (прибутковості активів і прибутковості акціонерного капіталу) забезпечує стійкість фінансового стану компанії й зростання курсу її акцій.

Показника абсолютної суми прибутку підприємства недостатньо для обґрунтованого висновку щодо ефективності його діяльності. Тому представляє

інтерес кількісне вимірювання і оцінка впливу прибутку на показники прибутковості: продуктивність праці, рентабельність виробництва, коефіцієнт чистого доходу, точку беззбитковості.

Для визначення впливу прибутку на динаміку показників, які функціонально залежать від нього, пропонується використовувати метод факторних моделей. Розроблені моделі оцінки впливу прибутку на показники прибутковості підприємств наведено в табл. Зміна рентабельності виробництва та коефіцієнту чистого доходу під впливом прибутку розраховується у формі окремого індексу, що вказує на прямо пропорційну залежність.

Таблиця

Моделі оцінки впливу прибутку на фінансові показники підприємства

Алгоритм розрахунку зміни показника	Моделі оцінки впливу прибутку на динаміку показника	Моделі оцінки впливу інших чинників на динаміку показника
Продуктивність праці (ПП)		
$ПП = \frac{ПП^i}{ПП^{i-1}} = \frac{ЧД^i}{ЧД^{i-1}} \cdot \frac{Ч_n^{i-1}}{Ч_n^i} =$ $= \frac{(ЗП + П)^i}{Ч_n^i} \cdot \frac{Ч_n^{i-1}}{(ЗП + П)^{i-1}} = I\left(\frac{1}{Ч_n}\right) + I(ЗП + П)$	$ПП_{\Delta П} = \frac{ЗП^{i-1} + П^i}{ЗП^{i-1} + П^{i-1}}$	$ПП_{\Delta ЗП} = \frac{ЗП^i + П^i}{ЗП^{i-1} + П^i}$
Рентабельність виробництва (РВ)		
$IPB = \frac{РВ^i}{РВ^{i-1}} = \left(\frac{П}{НА + ОА}\right)^i \cdot \left(\frac{НА + ОА}{П}\right)^{i-1} = IP \cdot I\left(\frac{1}{НА + ОА}\right)$	$IPB_{\Delta П} = IP = \frac{П^i}{П^{i-1}}$	$IPB_{\Delta НА, ОА} = \frac{(НА + ОА)^{i-1}}{(НА + ОА)^i}$
Коефіцієнт чистого доходу (КЧД)		
$IKЧД = \frac{КЧД^i}{КЧД^{i-1}} = \frac{П^i}{ЗП^i} \cdot \frac{ЗП^{i-1}}{П^{i-1}} = IP \cdot I\left(\frac{1}{ЗП}\right)$	$IKЧД_{\Delta П} = IP = \frac{П^i}{П^{i-1}}$	$IKЧД_{\Delta ЗП} = \frac{ЗП^{i-1}}{ЗП^i}$
Точка беззбитковості (ТБ)		
$ITB = \frac{ТБ^i}{ТБ^{i-1}} = \frac{В_n^i}{В_n^{i-1}} \cdot \frac{(В'_n + П')^{i-1}}{(В'_n + П')^i} =$ $= IB_n \cdot I\left(\frac{1}{В'_n + П'}\right)$	$ITB_{\Delta П'} = \frac{В_n^i + П'^{i-1}}{В_n^i + П'^i}$	$ITB_{\Delta В'_n} = \frac{В_n^{i-1} + П'^{i-1}}{В_n^i + П'^{i-1}}$
Позначення: ПП – індекс зміни показників, і – звітний період, і-1 – попередній період, ЧД – чистий дохід, Чп – чисельність працюючих, ЗП – заробітна плата, П – прибуток, В _п , П' – постійні витрати та прибуток на одиницю продукції, НА, ОА – середньорічна вартість необоротних та оборотних активів, В _п – постійні витрати за період		

Використання запропонованих методичних положень оцінки впливу прибутку на фінансові показники діяльності підприємств дозволить визначити можливості реалізації та шляхи розвитку фінансового механізму для забезпечення прибутковості підприємств.

**Ladutko Yulia V.,
Bashorina Olga V.**
senior lecturer

Ural Federal University named after the first President of Russia B. Yeltsin (Russia)

THE EFFECTS OF THE FINANCIAL CRISIS ON ENTREPRENEURSHIP AND FIRM CREATION

Entrepreneurship is essential for the continued dynamism of the modern market economy and a robust entry rate of new businesses can foster competition and economic growth. Entrepreneurial activity can also contribute to employment generation. For instance, in the United States, young firms accounted for nearly all net job creation between 1980 and 2005. In the wake of the 2009-09 financial crisis, a better understanding of new firm creation, and its relationship with macroeconomic indicators and the local business environment, can help policymakers working towards economic recovery.

This thesis paper uses a panel dataset for 95 countries on the number of newly registered limited liability firms to study the dynamics of entrepreneurial activity. The 2010 World Bank Group Entrepreneurship Snapshots (WBGES) offer a unique methodology for collecting comparable, international data on new business creation [1]. The author uses the data to study the relationship between the regulatory environment, institutional quality, and entrepreneurship.

It has been determined that the ease of starting a business, country-level governance and corporate tax rate are significant indicators of new firm registrations, even after controlling for the overall level of economic development [2]. These results are consistent with prior work on the efficient allocation of inputs and other resources to entrepreneurial activities and the impact of regulatory reform and institutional quality.

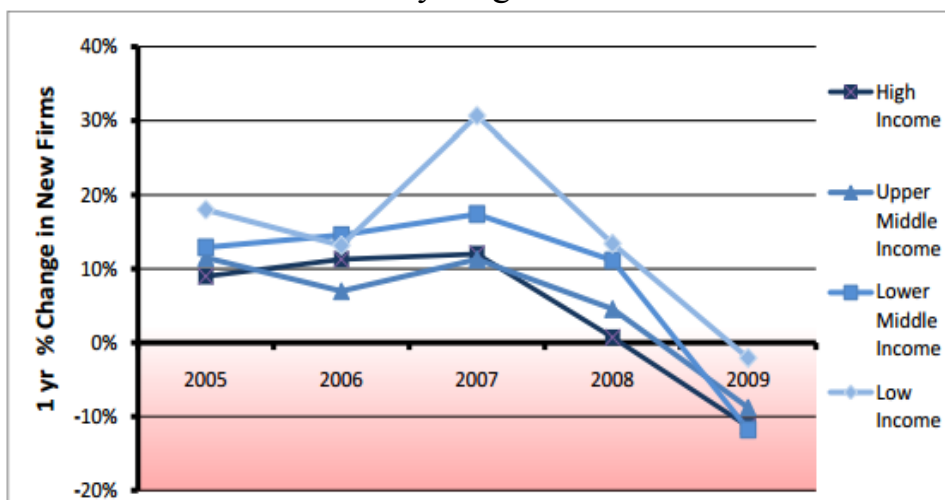
The goal of this paper is studying the impact of the 2008/09 global financial crisis on new firm creation. The author finds that with the onset of the financial crisis, new business creation slowed down, first in developed countries and then in the rest of the world, paralleling the spread of the crisis. Also the author states that more developed countries as well as countries that were more severely affected by the crisis have experienced sharper declines in new business registrations during the crisis. Finally, the author establishes that countries with more developed financial markets have experienced larger contractions in new firm creation, most likely because of the credit crunch that has characterized this crisis.

Cross-country data has been used to demonstrate a U-shaped relationship between new firm creation and levels of economic development. Furthermore, from an evolutionary economics perspective, research suggests that disparities in economic growth between advanced and less developed countries can narrow owing precisely to the growth of entrepreneurial activity. On a country-level U.S. Census data demonstrates that young firms, not small firms as is commonly believed, are the principal force behind both gross and net job creation. The author is not aware of any

other longitudinal, cross-country studies that examine the impact of the 2008-2009 financial crisis on entrepreneurial activity [5].

Business Entry, for the most part, has been increasing gradually between 2004 and 2007. Looking at an even longer horizon, new limited-liability firm creation in high income countries increased from less than 3 percent in 2002 to about 4.5 percent in 2008. With the onset of the financial crisis in 2008, however, the trend reversed and Entry Density declined [5]. While the drop appears to be most pronounced for high and upper-middle income countries, a closer look at other income groups shows that the crisis also impacted new business entry in other countries, though notably, entry density generally did not decrease in many lower income countries until 2009. For example, in the United Kingdom, the number of newly registered limited-liability firms steadily declined from 449,700 in 2007 to 372,400 in 2008 and 330,100 in 2009. In comparison, new firm registrations in Madagascar were 1,050 in 2007 and 1,183 in 2008, and then declined to 724 in 2009 [3].

The author also calculates the one-year growth rate of new firms from 2005 to 2009.



The data show that a period of high-growth in entrepreneurship (2005 to 2007) was followed by a quick and sharp drop in new firm creation, and by 2009, the impact of the crisis can be seen across all income-groups [4].

In conclusion, the author would like to present the result of usage of panel data on the number of new firm registrations in 95 countries in studying the impact of the 2008-09 financial crisis on new firm creation. The data show that dynamic business creation occurs in countries that provide entrepreneurs with reduced red tape and a stable investment climate.

References

1. World Bank, 2010. World development indicators, 2010.
2. United Nations, 2005. Small and medium-sized enterprises in countries in transition.
3. Klapper, L., Amit, R., Guillen. R., 2010. "Entrepreneurship and Firm Formation Across Countries".
4. Klapper, L., L. Laeven, and R. Rajan, 2006, "Entry regulation as a barrier to entrepreneurship".
5. Federal Reserve Bank of Atlanta site (<http://www.frbatlanta.org/>)

МОДЕЛЬ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Рентабельність власного капіталу є одним із головних показників ефективності діяльності підприємства, що відображує загальну ефективність відносно використаних коштів. Цей коефіцієнт показує наскільки підприємство уміло користується ресурсами і характеризує привабливість для вкладення інвестицій.

Для підприємства важливо не лише визначити рентабельність власного капіталу, але й прослідити динаміку показника, вивчити чинники, що вплинули на його зміну. Тому на практиці зазвичай застосовуються моделі, за допомогою яких можна виявити, які чинники вплинули на рентабельність і в якій мірі.

Спочатку факторні моделі рентабельності власного капіталу були розроблені відомою фірмою «DuPont». Менеджери компанії запропонували дві моделі (3-х і 5-ти факторну) [1, с.48-53]:

$$\frac{ЧП}{ВК} = \frac{ЧП}{В} \times \frac{В}{А} \times \frac{А}{ВК} . \quad (1)$$

Вони відзначили, що таким чином був охоплений вплив результатів операційної ($\frac{ЧП}{В}$), інвестиційної ($\frac{В}{А}$), фінансової діяльності ($\frac{А}{ВК}$).

$$\frac{ЧП}{ВК} = \frac{ЧП}{В} \times \frac{А}{ВК} \times \frac{ПП}{А} \times \frac{ПА}{ПП} \times \frac{В}{ПА} , \quad (2)$$

де $ЧП$ – чистий прибуток підприємства;
 $А$ – середня величина активів підприємства;
 $ВК$ – власний капітал підприємства;
 $В$ – виручка від реалізації продукції;
 $ПП$ – поточні пасиви підприємства;
 $ПА$ – поточні активи підприємства.

Г.В. Савіцька запропонувала розглядати рентабельність власного капіталу як добуток двох показників: 1) рентабельності діяльності підприємства ($\frac{ЧП}{В}$); 2) оборотності власного капіталу ($\frac{В}{ВК}$) [2, с.416]. Модель виглядає так:

$$\frac{ЧП}{ВК} = \frac{ЧП}{В} \times \frac{В}{ВК} . \quad (3)$$

Проте на підприємствах окрім власного капіталу застосовується і позикові кошти, тому аналізуючи рентабельність власного капіталу, вважаємо за доцільне включити позиковий капітал в модель. Як відомо, першим кроком при побудові моделі є визначення такого порядку розташування чинників, щоб їх послідовне перемножування зберігало реальний економічний сенс. Ми визначили єдиний можливий варіант запису:

$$\frac{ЧП}{ВК} = \frac{А}{ВК} \times \frac{ПК}{А} \times \frac{В}{ПК} \times \frac{ЧП}{В} \quad (4)$$

де $ПК$ – позиковий капітал підприємства.

В нашому випадку вимога виконується:

$$\frac{ПК}{ВК} = \frac{А}{ВК} \times \frac{ПК}{А}, \quad (5)$$

де $\frac{ПК}{ВК}$ – відношення позикового капіталу до власного, коефіцієнт заборгованості.

$$\frac{В}{ВК} = \frac{А}{ВК} \times \frac{ПК}{А} \times \frac{В}{ПК}, \quad (6)$$

де $\frac{В}{ВК}$ – оборотність власного капіталу підприємства.

$$\frac{ЧП}{ПК} = \frac{В}{ПК} \times \frac{ЧП}{В}, \quad (7)$$

де $\frac{ЧП}{ПК}$ – прибутковість, рентабельність позикового капіталу підприємства.

При управлінні рентабельністю власного капіталу необхідно враховувати позикові кошти, які знаходяться в розпорядженні підприємства. Таким чином, аналізуючи рентабельність власного капіталу, окрім рентабельності діяльності і інших показників, треба враховувати також оборотність позикових коштів. Це сприяє здійсненню повному аналізу ефективності діяльності і ухваленню важливих управлінських рішень, які в свою чергу позитивно впливатимуть на інвестиційну привабливість підприємства, величину дивідендних виплат.

Література

1. Ізмайлова К. В. Фінансовий аналіз: Навч. посіб. / К. В. Ізмайлова. – К. : МАУП, 2001. – 141 с.
2. Савицкая Г. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия: Учеб. пособие / Г. В. Савицкая. – Мн. : Новое знание, 2002. – 704 с.

МНОГОАГЕНТНАЯ МОДЕЛЬ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАВНОВЕСИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

В условиях переходной экономики, когда происходит замена института государственной собственности развивающимся институтом частной собственности, проблема взаимоотношений между собственником предприятия и наемными рабочими может стать фактором, дестабилизирующим работу предприятия. Национальная служба посредничества и примирения свидетельствует о растущем уровне социальной активности на предприятиях Украины [1]. Целями забастовок и акций социального протеста среди прочих являются: устранение задолженности по оплате труда и повышение уровня заработной платы. Стремление собственника получить максимальную прибыль встречает желание рабочего получать достойное вознаграждение за свой труд. Оптимальным для собственника будет такой уровень зарплаты рабочего, который позволяет обеспечить высокую рентабельность предприятия и, в то же время, сохранить социальную стабильность на предприятии.

Нами разработана многоагентная модель, учитывающая взаимодействие собственника предприятия и наемных рабочих. Агент-рабочий может находиться в нескольких состояниях: удовлетворённом, неудовлетворенном и бастующем. Поводом для перехода в неудовлетворённое состояние может стать задержка в выплате зарплаты или несправедливо низкая, по его мнению, зарплата. Забастовка начинается, если более половины рабочих испытывают неудовлетворённость. Агент-собственник может либо отреагировать на требования, либо ждать, пока забастовка сама собой прекратится (например, в связи с истощением стачечного фонда). Оценив убытки, которые произошли в результате простоя производства, собственник повышает зарплату рабочим, стремясь при этом максимизировать валовую прибыль.

Модель реализована в среде AnyLogic [2, с.8]. Целью моделирования является выявление зависимости эффективности производства в условиях высокой социальной активности трудящихся от доли заработной платы в цене выпускаемого продукта. Приведены результаты компьютерных экспериментов с варьированием параметров ментальности агентов, отраслевой предрасположенности к забастовкам [3, с.242], дефицитности профессии и других факторов.

Литература

1. Официальный сайт Национальной службы посредничества и примирения [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.nspp.gov.ua/>
2. Карпов Ю. Г. Имитационное моделирование систем. Введение в моделирование с AnyLogic 5. – СПб. : БХВ-Петербург, 2005. – 400 с.
3. Зайцев А. К. Социальный конфликт. – М. : Academia, 2001. – 464 с.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОСТРОЕНИЯ ДИНАМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРИБЫЛИ НА ПРЕДПРИЯТИИ

В условиях рыночных отношений предприятия являются экономически обособленными хозяйствующими субъектами. Это объективно усложняет их ориентацию в системе социально-экономических взаимоотношений, ставит перед ними сложные и многоплановые задачи. Отечественные предприятия в современных условиях трансформации экономики Украины решают вопросы регулирования массы и динамики прибыли, увеличения имущества акционеров, дивидендной политики, повышения стоимости предприятия и многие другие. Основой для эффективного решения этих задач служит планирование, которое предусматривает постановку стратегических, тактических, оперативных целей и задач управления производственно-хозяйственной деятельностью предприятия на каждом этапе жизненного цикла, а также определяет оптимальные пути их реализации и ресурсное обеспечение.

Вопросы планирования, формирования различных видов планов достаточно хорошо исследованы в экономической литературе, как теоретически, так и методически. Весомый вклад в формирование теоретических основ вопросов планирования был сделан такими учеными, как Геец В.М., Гальчинский А.С., Каленюк И.С., Носков В.А. и др.

Однако динамика развития предприятий в быстро изменяющихся условиях современности требует постоянных исследований. Поэтому именно динамическая модель планирования прибыли предприятий, которая на каждом этапе его жизненного цикла позволяет решать вопросы управления прибылью, дает возможность преодолевать статичность на всех уровнях планирования, и, следовательно, более адекватно, чем статические модели, отражает развитие предприятия в быстро меняющейся рыночной среде [1; 2].

С нашей точки зрения, при рассмотрении эволюции задач управления прибылью целесообразно исследовать четыре этапа жизненного цикла предприятия: 1) этап зарождения и становления; 2) этап зрелости или стадия устойчивого функционирования; 3) этап старения или стадия стагнации; 4) этап ликвидации (частичной или полной). При этом каждый новый этап требует адаптации, изменения стратегии управления прибылью.

Стратегической целью планирования первого этапа жизненного цикла предприятия является определение основных ориентиров деятельности предприятия, включающих описание его миссии, целей и задач деятельности. Для этого необходимо провести комплексный анализ, который способствует выявлению внешних и внутренних стратегических позиций предприятия. Анализ осуществляется на основе экспертных оценок, подтвержденных статистическими данными. Точка «кризиса роста» соответствует окончанию этапа зарождения и становления предприятия. Стремление к инновационной

деятельности, генерированию новых видов продукции уступает место стабильной деятельности предприятия.

Для второго этапа жизненного цикла характерны: достаточно высокий уровень конкурентоспособности, активная деятельность на целевом рынке, устойчивое функционирование предприятия на основе отработанной технологии и организации производства, прогрессивных форм и методов управления предприятием, эффективных маркетинговых мероприятий. К концу второго этапа доля рынка достигает практически максимального размера и распределение сил на рынке становится в значительной мере стационарным, темпы прироста спроса практически равны нулю. В это время необходимо прекратить инвестиции в производство, а также снизить маркетинговые расходы до объема, достаточного для поддержания доли рынка. Главным ориентиром при обосновании выбора направления развития являются технические и финансовые возможности предприятия.

В некоторых ситуациях целесообразно осуществить переход на третий этап жизненного цикла – на стадию старения предприятия. Отсутствие прироста в торговом обороте в течение длительного времени приводит к депрессивному характеру деятельности, хронической недозагрузке оборудования, повышению себестоимости продукции, недостаточной ее реализации, уменьшению выручки, и, как следствие, – к сокращению прибыли. В итоге происходит ухудшение финансового состояния предприятия и его платежеспособности. Наступает фаза стагнации деятельности предприятия. Несмотря на то, что оно старается сохранить достигнутые результаты, продукция не находит сбыта либо из-за деятельности конкурентов, либо вследствие сужения рынка. Крайнюю точку жизненного цикла знаменует падение денежных притоков до нуля или до минимального уровня.

Стратегическими задачами данного периода являются максимизация прибыли в краткосрочной перспективе, поддержание адекватного уровня производства, позволяющего сохранить долю рынка и «выжать» из него все возможное.

Когда же производство и реализация продукции становятся нерентабельными, настает четвертый этап жизненного цикла – ликвидация предприятия, либо его объединение с более крупным, либо разбиение на более мелкие части. Окончание работы предприятия следует спланировать максимально точно, чтобы дать возможность выгодно продать активы, поддержать их ликвидационную стоимость, т.е. обеспечить собственникам выход из бизнеса с наименьшими потерями.

Литература

1. Алексеева О. В., Николаева О. Е. Стратегический управленческий учет. – М. : URSS, 2003.
2. Антонов Д. И. Планирование эволюционных кризисов предприятия // Управленческий учет и финансы. – 2011. – № 1 (25). – С. 32-41.

ОПТИМІЗАЦІЯ ВИРОБНИЧОЇ ПРОГРАМИ ПАТ «ОДЕСКАБЕЛЬ»

В процесі розробки планів підприємства завжди виникає необхідність прийняття оптимальних рішень, під якими розуміється досягнення при заданих умовах попиту на продукцію (роботи, послуги) та фіксованих обсягах виробничих ресурсів суб'єкта господарювання екстремальних значень його важливіших цільових параметрів.

Головними складовими процедури оптимізації планування на промисловому підприємстві є наступні етапи, котрі включають як елементи однокритеріальної, так і багатокритеріальної оптимізації (див. рис.) [1], [2].



Рис. Процедура оптимізації виробничої програми підприємства

Сутність блоку 6 запропонованої на рис. процедури полягає в тому, що глобальний критерій оптимальності виробничої програми підприємства розглядається як прихований, латентний показник, що не піддається безпосередньому вимірюванню. Таке теоретичне підґрунтя забезпечує застосування в ході оцінювання даного показника багатовимірних статистичних методів – кластерного і кореляційно-регресійного аналізів. Їх практичні аспекти спрямовані на побудову цільової функції задачі багатокритеріальної оптимізації, яка є середньою зваженою величиною з локальних критеріїв оптимальності.

Розроблена процедура була апробована при проведенні однокритеріальної і багатокритеріальної оптимізації виробничої програми ПАТ «Одескабель» за 2011 р. за наступними локальними критеріями: K_1 – прибуток від реалізації продукції, тис. грн.; K_2 – рентабельність реалізованої продукції, %; K_3 – об'єм реалізації продукції, тис. грн.

Однокритеріальна оптимізація виробничої програми ПАТ «Одескабель» показала, що підприємство може досягти значно більших економічних результатів, якщо воно впровадить у практику планування методи оптимізації своєї виробничої програми. На даний час цей напрямок приховує один із суттєвих резервів підвищення якості планово-аналітичної роботи і, відповідно, ефективності функціонування всього товариства в цілому.

Багатокритеріальна оптимізація виробничої програми досліджуваного підприємства приводить до плану, який повністю співпадає з оптимізованим варіантом випуску продукції за критерієм K_1 . Прибуток від реалізації за цим планом є максимальним і складає 63497,04 тис. грн. Рентабельність реалізованої продукції (13,4 %) близька до середньої величини із рівнів аналогічних показників виробничих програм, оптимальних за локальними критеріями K_1 , K_3 (18,8 і 6,6 %). Виручка від реалізації продукції (536942,83 тис. грн.) теж приблизно представляє собою середню величину по відношенню до подібних характеристик виробничих планів, знайдених за локальними критеріями K_2 , K_3 (394711,5 і 754788,73 тис. грн.).

Отже, в даному випадку можна казати про те, що прибуток від реалізації продукції (робіт, послуг) відіграє визначальну роль серед інших критеріїв функціонування промислового підприємства – рентабельності реалізованої продукції та виручки від її реалізації. Отримані вище результати, принаймні, не спростовують цю економічну гіпотезу, доказ якої вочевидь повинен базуватися на більшій кількості досліджуваних суб'єктів господарювання.

Література

1. Куперман В. В. Методи багатокритеріальної оптимізації виробничої програми підприємства / В. В. Куперман // Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки. – 2011. – № 3 (57). – С.302-307.
2. Куперман В. В. До проблеми оптимізації виробничої програми підприємства / В. В. Куперман // Формування ринкових відносин в Україні. – К. : НДЕІ Мін-ва екон. розвитку і торгівлі України. – 2011. – № 11. – С.156-160.

Пірятінська І.В.

аспірант,

Чорна М.В.

д.е.н., професор

Харківський національний університет будівництва і архітектури (Україна)

МОДЕЛЬ ОЦІНКИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ БУДІВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови розвитку будівельної галузі у значній мірі залежать від економічної безпеки будівельних підприємств, яка стає одним з визначних факторів їх ефективної діяльності. Для будівельних підприємств важливість оцінки економічної безпеки полягає в тому, що активно задіяний потенціал є визначальним стабілізуючим чинником антикризового розвитку та гарантом економічного росту. Стан і тенденції розвитку, які забезпечують економічну безпеку підприємства, виключають або мінімізують збитки не лише потенціалу конкретного підприємства, але й окремих галузей та економіки в цілому. Саме в цьому і полягає основна функція забезпечення економічної безпеки підприємства [1, с.202-206].

Оцінювання суб'єкта господарювання є складним комплексним процесом, що передбачає наявність низки взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих елементів, які можна умовно розділити на три блоки:

1) постановочний блок, що містить власне постановку проблеми оцінки, а саме визначення її мети і завдань;

2) методичний блок, який містить: методи, принципи, критерії та показники оцінки;

3) розрахунково-інтерпретаційний блок, що включає в себе елементи оцінного процесу, отримані результати та прийняті за ними рішення щодо економічної безпеки підприємства. Постійне посилення впливу чинників, які загрожують економічній безпеці будівельного підприємства та обумовлюють його депресивний розвиток ставить питання про створення системи оцінювання стану і динаміки розвитку підприємства з метою завчасного попередження несприятливих ситуацій та прийняття необхідних заходів щодо захисту та протидії.

Основні завдання оцінювання рівня економічної безпеки будівельних підприємств включають:

- оцінку стану і динаміки розвитку підприємства;
- виявлення деструктивних тенденцій і процесів розвитку потенціалу діяльності підприємства;
- виділення причин, джерел, характеру, інтенсивності дії загрожуючих чинників на потенціал діяльності;
- прогнозування наслідків дій загрожуючих чинників на потенціал діяльності;
- системно-аналітичне вивчення наявної ситуації і тенденцій її розвитку, розробка цільових заходів із протидії загроз підприємства.

Об'єктивність процесу оцінки забезпечується системою оцінних принципів, які являють собою основні правила оцінювання економічної безпеки, що покладені в основу відповідних методичних підходів [2, с.36-37].

З урахуванням проведеного дослідження процес оцінювання економічної безпеки підприємства повинний підпорядковуватися таким загальносистемним і спеціальним принципам, як: системність, об'єктивність, адекватність, комплексність, взаємоузгодженість, універсальність, однозначність, результативність тощо.

Важливе значення для оцінки має обрання узагальнюючого критерію (інтегрального показника), який задовольняв би таким вимогам [3]:

- наявність чітко фіксованих меж;
- порівнянність різночасних оцінок рівня економічної безпеки одного підприємства, а також підприємств різних галузей, при цьому показники повинні бути надійними, порівнянними в різні періоди, узагальнюючими (синтетичними) для своїх галузей і, нарешті, відносно незалежними один від одного для забезпечення адекватності порівняння;
- простота і доступність методики розрахунку, яка базується на облікових даних, її універсальності.

Розрахунково-інтерпретаційний блок оцінювання містить власне оцінку рівня економічної безпеки будівельного підприємства за обґрунтованою системою показників-індикаторів та формування за її результатами висновків, рекомендацій і практичних пропозицій з управління економічною діяльністю суб'єкта господарювання.

Таким чином, економічна безпека будівельного підприємства є складною організаційною системою, що складається з багатьох підсистем та елементів. Оціночна система економічної безпеки підприємства має базуватися на спостереженнях, аналізі та оцінці рівня економічної безпеки та слугувати цілям функціонування будівельного підприємства, бути дієвим інструментом обробки інформації щодо зовнішніх і внутрішніх загроз, засобом обґрунтування стратегічних рішень, повністю відповідати потребам управління. Тому для забезпечення комплексного підходу до оцінювання рівня економічної безпеки необхідне охоплення оціночною системою всіх складових підсистеми та елементів за визначеними блоками.

Література

1. Васильців Т. Г. Напрями зміцнення економічної безпеки підприємництва в Україні / Т. Г. Васильців, О. Ю. Соколова // Наук. вісн. Нац. лісотехн. ун-ту України : зб. наук.-техн. пр. – вип. 17.3. – Л. : РВЦ НЛТУУ, 2007. – С. 202-206.
2. Ковальов Д., Плетникова І. Кількісна оцінка рівня економічної безпеки підприємства // Економіка України. – 2001. – № 4. – С. 35-40.
3. Евдокимов Ф. И. Факторы и методы оценки экономической безопасности предприятия [Электронный ресурс] / Ф. И. Евдокимов. – Режим доступа : <http://masters.donntu.edu.ua/2011/>

ФАКТОРНА МОДЕЛЬ ПРОДУКТИВНОСТІ ПРАЦІ

Підвищення ефективності праці полягає в тому, щоб збільшення заробітної плати супроводжувалось поліпшенням виробничих показників [1, с.125]. Але на сьогодні продуктивність праці в Україні становить лише 30 % від продуктивності праці в країнах Євросоюзу. При цьому середня заробітна плата в нашій країні в порівнянні з ЄС не 30-40 %, а близько 4-17 % [2, с.461].

Згідно статистики на українських підприємствах за видами економічної діяльності наразі спостерігається високий рівень показника зарплатовіддачі (ЗВ) в розмірі 4,17 дол./дол. станом на 2011 рік (Франція – 1,94 дол./дол., Швеція – 1,84 дол./дол.). Не зважаючи на те, що продуктивність праці в даних країнах майже в 6 разів вища від значення по Україні при 9,41 дол. на одного зайнятого на годину. Виходячи також із зарплатомісткості (ЗМ) у розмірі 26,4 % в 2010 році по Україні спостерігається проблематична ситуація, за якої наявний високий рівень експлуатації праці, а вартість робочої сили оцінюється за низькими мінімальними стандартами. Низький рівень (ЗМ) продукції, в кінцевому разі, знижує рівень ефективності праці, оскільки у підприємця відсутні економічні мотиви до інвестування у механізацію і автоматизацію праці. А значення рентабельності оплати праці по Україні в 2010 році в розмірі 83% є підтвердженням того, що більша частина додаткової вартості отримується власниками українських підприємств у вигляді прибутку, а не у формі заробітної плати.

За статистичними даними в Україні в середньому по промисловості лише 62,4 % приходить на виплату основної заробітної плати. Але, як свідчить політика оплати праці західних країн, структура фонду заробітної плати є ефективною при рівні основної заробітної плати у розмірі 80-85 % [3; 4].

На підтвердження взаємозв'язку між часткою основної заробітної плати та рівнем продуктивності праці була розроблена, теоретично обґрунтована та практично використана мультиплікативна факторна модель продуктивності праці на прикладі ПАТ «Одескабель» (провідного виробника кабельної продукції), яка складається з трьох факторних показників: середньої заробітної плати, (ЗВ) основної заробітної плати, частки основної заробітної плати в фонді оплати праці. Загальний вид трьохфакторної моделі продуктивності праці:

$$ПП = \frac{ФОП}{ЧПВП} \times \frac{ВР}{ФОЗП} \times \frac{ФОЗП}{ФОП} \quad \text{або} \quad ПП = ВОП_{cp} \times ЗВ_{озп} \times dФОЗП, \quad (1)$$

де ПП – продуктивність праці, тис. грн./особу; ФОП – фонд оплати праці, тис. грн.; ВР – виручка від реалізації продукції, тис. грн.; ФОП – фонд оплати праці, тис. грн.; ФОЗП – фонд основної заробітної плати, тис. грн.; ВОП_{ср} – середньорічні витрати на оплату праці в розрахунку на одну особу промислово-виробничого персоналу, тис. грн./особу; ЗВ_{озп} – (ЗВ) основної заробітної плати,

грн.; dФОЗП – частка основної заробітної плати в фонді оплати праці. Вихідні дані для побудови факторної моделі фонду оплати праці наведені в табл. [5].

Таблиця

**Динаміка впливу економічних факторів на показник
продуктивності праці ПАТ «Одескабель»**

Показники	2008	2009	2010	Абсолютне відхилення (2010/2008)
Фонд оплати праці, тис. грн.	38009,8	31284	36034,8	-1975
Фонд основної заробітної плати, тис. грн.	21448,1	20714,8	24554,9	3106,8
Виручка від реалізації продукції, тис. грн.	513714	363745	511589	-2125
Чисельність персоналу, осіб	1118	895	848	-270
Середньорічна заробітна плата тис. грн./особу	34	34,95	42,49	8,5
Віддача основної заробітної плати, грн. / грн.	23,95	17,56	20,83	-3,12
Частки основної заробітної плати в ФОП	0,56	0,66	0,68	0,12

При розрахунку впливу факторів були використані методи ланцюгових підстановок, логарифмічний та ізольованого впливу факторів, виявивши переваги останніх двох. Згідно обчислень, проведених при використанні Microsoft Excel, аналіз динаміки 2008-2010-х років засвідчує підвищення продуктивності праці на 143,8 тис. грн. за рахунок зростання частки основної заробітної плати та середньорічних витрат на оплату праці. Негативно вплинуло зменшення показника віддачі основної заробітної плати та синергетичного ефекту.

Саме основна заробітна плата обумовлює виконання головної функції оплати праці – стимулюючої, яка полягає у встановленні залежності її розміру від кількості і якості праці конкретного працівника, його трудового внеску в результати роботи підприємства. Тому збільшення частки основної заробітної плати у витратах на оплату праці є важливою умовою підвищення мотивації до праці і, як наслідок, підвищення її ефективності.

Література

1. Гамова О. В. Методичні засади кількісної оцінки ефективності оплати праці на промисловому підприємстві / О. В. Гамова // Економічний вісник Донбасу. – 2010. – № 3. – С.125-126.
2. Семикіна М. В. Продуктивність праці: методологія вимірювання, передумови зростання // Наукові праці КНТУ. Екон. науки. – 2010.– Вип.17. – С. 457-463.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrstat.gov.ua
4. Міжнародна організація праці [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.laborsta.ilo>
5. Річна звітність емітентів (інформаційна база по ПАТ «Одескабель») [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://smida.gov.ua/support/soft/rze>

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ
ПЕРШОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

Підписано. до друку 3.10.2012. Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк.28,36.
Тираж 300 прим.

Видавництво «Атлант» ВОІ СОІУ
65029, м.Одеса, Ольгіївський узвіз, 8,
Свідоцтво ДК № 3564 от 31.08.2009,
тел.:728-45-71
e-mail: ev_atlant@mail.ru