

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА:
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ**

МАТЕРІАЛИ
ДРУГОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ
КОНФЕРЕНЦІЇ

ОДЕСА-2013

УДК 334.716 (043.2)

ББК 65.29

Економіка підприємства : сучасні проблеми теорії та практики :
Матеріали другої міжнар. наук.-практ. конф., 26-27 вересня 2013 р. –
Одеса, Атлант, 2013. – 276 с.

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.;

- кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки
підприємства ОНЕУ Семенова В.Г.

Матеріали конференції публікуються в авторській редакції з
незначною загальною правкою укладачів

ISBN 978-966-2361-93-3

© Одеський національний
економічний університет, 2013

ЗМІСТ

С.

1. Проблеми підвищення якості продукції та конкурентоспроможності підприємства

11

Juchniewicz M.	International competitiveness of polish wood and furniture industry	11
Grzybowska-Brzezińska M., Kowalkowski A.	Sensory marketing and consumer choice in the food market	12
Kowalkowski A., Rudzewicz A.	E-banking in Poland as a modern form of bank account services	13
Kuberska D., Popiołek R.	The occurrence and strength of clusters in Ukraine and Poland	14
Rudzewicz A., Grzybowska-Brzezińska M.	Customer trust to the insurance company	15
Żuchowski I.	Management styles and relations between managers and employees in polish companies	17
Figiel S., Kuberska D.	The competitiveness of Ukraine and Poland	18
Прокопенко О.В., Марочко С.С.	Підвищення якості та міжнародної конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції	19
Граждан В.Д.	Оцінка рівня конкурентоспроможності продукції методом порівняння її параметрів	21
Доброва Н.В. Ігнашкіна Т.Б.	Оцінка фінансового стану підприємства Про деякі методичні аспекти оцінювання конкурентоспроможності продукції	23 24
Карпенко Л.М.	Концептуальні підходи до формування конкурентних стратегій підприємства	26
Коваленко С.И.	Кластерная концепция повышения конкурентоспособности предприятий украинского Приднестровья	28
Кобзев П.М.	Системное состояние предприятия как базовый фактор его конкурентоспособности	30
Семенова К.Д.	Управління підприємницькими ризиками як спосіб підвищення рівня конкурентоздатності підприємства	33
Тимошик Н.С.	Удосконалення оцінювання конкурентоспроможності продукції	35
Кічук Н.В.	Вплив іноземних інвестицій на підвищення конкурентоспроможності національних підприємств	37

Малюк С.О.	Роль підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції у розвитку сільських територій	39
Єрмоленко Є.О., Воротников В.А.	Структурно-логічна модель первинного аналізу рівня привабливості ринків ракетно-космічної техніки	41
Бахвалова Н.А.	Підприємництво – основа формування конкурентного середовища	43
Горлова О.П.	Ефективність процесів управління конкурентоспроможністю на підприємстві	45
Павлоцький В.Я.	Аналіз зв'язку між конкурентоспроможністю та ринковою часткою туристичних підприємств	47
Котова І.М., Павлова Т.В.	Забезпечення конкурентоспроможності національного виробництва в умовах інноваційного розвитку	49
Александрова К.І.	Проблема розробки бізнес-процесів для покращення діяльності підприємства	51
Молла М.Г.	Якість як складова конкурентоспроможності молокопереробних підприємств	53
Телешевська С.М.	Перспективи підвищення якості хлібобулочних виробів як підґрунтя сталого розвитку хлібопекарських підприємств України	55
Цуркан С.М.	Інтегральний показник оцінки рівня конкурентоспроможності персоналу як складова показника конкурентоспроможності промислових підприємств	57
Бакута А.В.	Підвищення рівня конкурентоспроможності при створенні логістичного центру підприємствами-партнерами	59
Безнощенко Н.О.	Якість продукції як фактор підвищення конкурентоспроможності машинобудівного підприємства	61
Кузнєцова О.В.	Основні аспекти щодо визначення послуги зв'язку	63
Покариніна А.С.	Якість продукції як основний важіль забезпечення її конкурентоспроможності	65
Радулов Д.Д.	Внешние факторы мезоуровня конкурентоспособности предприятия	67
Донцова А.Ю.	Теоретичні підходи до визначення конкурентоспроможності трудового потенціалу	69
Савіцький А.В.	Роль внутрішніх факторів у формуванні якості продукції промислових підприємств	71

2. Інноваційно-інвестиційні аспекти розвитку підприємства		74
Grzybowska B.	Innovativeness of industrial enterprises in Poland compared to other countries of the European union	74
Strychalska-Rudzewicz A.	Identification of organizational culture factors that have an impact on innovation in manufacturing enterprises results of empirical research	75
Гончарук А.Г., Яцик А.А.	Функціональні аспекти управління інвестиційною привабливістю підприємства	76
Дмитрієв І.А., Горовий Д.А.	Прогноз ринку угод злиття та поглинання в Україні	77
Ващенко Н.В.	Розвиток торговельних підприємств на засадах інноваційного потенціалу персоналу	79
Дехтяр Н.А.	Фінансове забезпечення інноваційного розвитку підприємства	81
Карпенко Л.М.	Принципи синергетичного підходу до управління інвестиціями на підприємстві	83
Ластовенко Н.Г. Люта О.В.	Кризис и процесс воспроизводства капитала Альтернативні джерела формування інвестиційних ресурсів підприємства	85
Мельниченко О.В.	Проблеми розрахунків електронними грошима за товари, роботи й послуги	89
Пігуль Н.Г.	Прибуток підприємства як джерело фінансового забезпечення інноваційної діяльності	91
Семенова В.Г., Малишко В.С.	Стратегічне управління інноваційним розвитком підприємства	93
Скибінський О.С., Саталкіна Л.О.	Елементи системи формування інвестиційного портфелю підприємства	95
Сментина Н.В.	Деякі аспекти державної підтримки інноваційної діяльності підприємств	97
Стовба Т.А.	Про створення умов для реалізації політики імпортозаміщення	99
Чуркіна І.Є.	Теоретичні основи системи державної підтримки інноваційного розвитку економіки	101
Грінченко Р.В.	Інвестиційні аспекти розвитку підприємств агропродовольчої сфери	103
Обертайло М.В.	Формування алгоритму підвищення рівня інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства	105
Гагауз В.Н.	Оценка бизнеса в условиях экономической неопределенности	107

Голобродська Н.П.	Сучасні методи оцінки ефективності інвестицій	109
Сігута В.Т.	Реалізація інноваційних проектів підприємствами житлово-комунальної сфери: фінансовий аспект	111
Чаплінський В.Р.	Методологія оцінки інтелектуального капіталу	113
Симоненко Д.С.	Амортизація як джерело фінансування інноваційної діяльності підприємств	115
Толмачова О.В.	Інноваційний тип розвитку як основа довгострокової конкурентоспроможності підприємств	117
3. Особливості планування та контролю діяльності підприємства в сучасних умовах		120
Johannes N. Stelling	Modern challenges of the cost management	120
Michalak J., Kozłowski W.	Cultural marketing of Kurpiowski region	121
Michalak J., Kozłowski W., Warzocha Z.	Children perception of TV ads	122
Sheikha Nissrat Sabir, Sabadyryova A., Obnyavko A.	Improvement of evaluation of tourist enterprise assets	123
Валінкевич Н.В.	Оцінка господарювання підприємств харчової промисловості житомирської області	125
Вигуржинская С.Ю.	Экономические аспекты использования природно-ресурсного потенциала предприятиями АПК	128
Височин І.В.	Сценарний підхід у плануванні обсягів діяльності підприємства	129
Гуменюк В.В.	Типологізація фінансово-господарської діяльності підприємств курортної сфери	131
Егупов Ю.А.	Особенности планирования кадрового обеспечения предприятия	133
Родина Е.Е.	Контроллинг – технология управления	135
Сілічева Н.Є.	Управління перетвореннями як складова стратегічного планування підприємств	137
Дроздова О.Г.	Організація внутрішнього контролю на торговельних підприємствах	139
Гнип Н.О.	Механізм фінансового планування нарощення фінансового потенціалу підприємства	141
Волошан І.Г.	Оцінка якості та інформаційної ємності первинних облікових документів	143

Пудичева Г.О.	Розробка збалансованої системи показників для енергетичного господарства загально-освітньої школи	145
Сукач О.О.	Удосконалення оцінки ефективності оплати праці	148
Чернова В.В.	Опыт внедрения инструментов контроллинга на промышленных предприятиях	150
Чубар М.М.	Основні характеристики системи показників оцінки експортного потенціалу підприємства	152
4. Стратегія розвитку підприємства		155
Потьомкін Л.М.	Сучасні мотиваційні системи управління персоналом промислового підприємства	155
Козак Л.С., Федорук О.В.	Особливості забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах глобалізації економіки	158
Клевцова М.Г.	Стратегия развития предпринимательства в условиях мирового экономического кризиса	160
Лазарева О.В.	Стратегія розвитку землекористування	162
Нуд О.П.	Кластеризація в агровиробництві – стратегічний підхід	164
Положенцева Ю.С.	Инструменты стратегического развития промышленной политики региона	166
Танасюк І.М., Фам Тунг Дієп Юшкевич О.О.	Ефективність маркетингової стратегії підприємства	168
Никифороенко А.Т.	Індикатори розвитку сільськогосподарських підприємств	170
Pham Tung Diep	Стратегічні зміни – залог підвищення конкурентоспроможності підприємства	172
Міняйленко І.В., Кривошей О.О. Клевцов С.М.	Export strategy as an indispensable tool of economic growth	174
	Основні напрями вдосконалення економічного стану підприємства	176
	Воспроизводство материальных активов как основа развития предпринимательства региона	178
Близнюк А.О.	Практичні рекомендації щодо підвищення рівня економічної безпеки підприємства	180
Єфименко Г.В.	Інтеграція як стратегія забезпечення капіталізації та розвитку вітчизняних підприємств	182
Лучик М.В.	Економічна безпека аграрної галузі та її рівні	184
Маленька І.М.	Методологія кількісної оцінки рівня та ефективності державної підтримки аграрних	186

	підприємств	
Фіалковська А.А.	Активізація діяльності підприємства на основі здійснення його реструктуризації	188
Швагірева В.С.	Ефективне енерговикористання – стратегія розвитку підприємства	190
Данилко С.В.	Статистика ринку екологічних послуг в Україні	192
Конєв С.І.	Чинники розвитку експортно-імпортової діяльності підприємств легкої промисловості	194
5. Сучасні технології управління на підприємстві		197
Лігоненко Л.О.	Стейкхолдерська теорія та її використання в економічному управлінні підприємством	197
Піратовський Г.Л.	Системи оцінювання діяльності підприємства як інструмент економічного управління його діяльністю	199
Robul Y.	Fostering competitiveness of an enterprise by developing its informational capabilities	201
Бабій О.М.	Підвищення вартості підприємств шляхом виходу на фондові ринки	202
Борзенкова О.Д.	Удосконалення основних елементів податку на прибуток підприємств в Україні	204
Горова К.О.	Аналіз підходів до визначення поняття аутсорсингу	206
Гура О.Л.	Управління інноваційним розвитком підприємств паливно-енергетичного комплексу	208
Капильцова В.В.	До питання консалтингового забезпечення сучасних підприємств	210
Кошельок Г.В.	Експрес-діагностика фінансового стану підприємства за допомогою ліквідного грошового потоку	213
Кучер О.В.	Вплив особистісних якостей маркетолога на прийняття управлінських рішень	215
Літвінов О.С.	Визначення факторів економічної безпеки	216
Яркина Н.Н.	Современная государственная политика управления предприятиями рыбного хозяйства Украины	218
Гречкосій І.Д.	Сучасні проблеми та вимоги до системи економічної безпеки підприємства	220
Куклінова Т.В., Яценко В.П.	Проблеми виведення будівельних підприємств з кризи	222

Літвінова В.О.	Про співвідношення понять «ефективність» та «результативність» в економіці	223
Дискіна А.А.	Розвиток організаційно-методичних засад прийняття інвестиційних рішень	226
Іванова О.М.	Роль Інтернет-технологій в управлінні інформаційними потоками туристичних підприємств	228
Новіцька Л.Е.	Формування людського капіталу в сільських регіонах	229
Чернецька Ю.А.	Аналіз чинників рентабельності власного капіталу підприємства	230
Анохіна К.О.	Використання коефіцієнта VAIC при оцінці вартості активів	232
Гуренко В.І.	Проблеми виробництва продуктів харчування підприємствами одеської області	234
Іванченко Д.Ф.	Роль fuzzy технологій у прийнятті управлінських рішень	237
Солярчук Н.Ю.	Фріланс як інструмент зниження рівня безробіття в Україні	239
Стойловська О.М.	Інформаційне забезпечення стратегічного управління промисловим підприємством	241
Тарасевич А.П.	Концептуальна модель моніторингу в управлінні економічною діяльністю підприємств	242
Юрченко В.П.	Метод ABC та його вплив на управління витратами підприємства	245
Селютіна А.С.	Корпоративне управління: світові тенденції і ситуація в Україні	247
Своробович Л.М.	Принципи формування основних підсистем внутрішнього економічного механізму підприємства	249
Слепухіна І.Д.	Управління персоналом машинобудівного підприємства в сучасних умовах	251

6. Математико-статистичні методи і моделі економіки підприємства

253

Янковой А.Г.	Методы усложнения факторной детерминированной модели результативного экономического показателя	253
Гресько А.А., Солодухин К.С.	Выбор стратегий взаимодействия стейкхолдер-организации с заинтересованными сторонами в условиях риска	256

Гамма Т.М.	Багатокритеріальна оптимізаційна модель випуску продукції молокопереробного підприємства	258
Милашко О.Г.	Статистичний аналіз утворення ресурсів нагромадження нефінансовими корпораціями	260
Самотоєнкова О.В.	Використання стратегічних індексів для оцінки конкурентоспроможності підприємства	262
Чернишова О.Б.	Проблеми оптимізації масових безготівкових розрахунків підприємств з використанням платіжних карток	264
Мельник Н.В.	До проблеми вдосконалення інструментарію інвестиційного аналізу на підприємстві	266
Ольвінська Ю.О.	Використання статистичних методів для оцінки розвитку малих підприємств	268
Янковий В.О.	Оцінка доцільності інвестування у виробничі ресурси підприємства на основі неповної функції Кобба-Дугласа	270
Лапушкин И.И., Мазурин Э.Б.	Модель управління компанією	272
Куріненко О.В.	Вибір методів фінансового аналізу залежно від інформаційної бази	274
	ДЛЯ НОТАТОК	277

1. ПРОБЛЕМИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ТА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Juchniewicz M.

prof., dr. hab.

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF POLISH WOOD AND FURNITURE INDUSTRY

Reflections on international competitiveness of enterprises, sectors or national economies are inextricably linked with the processes of integration and globalization. Competitiveness is related to the ability of maintaining or enlarging of shares in the global markets [2, p.56]. A visible reference to the results achieved in foreign trade can be seen within those considerations on competitiveness. Referring to this concept Budnikowski [1, p.41] argues that international competitiveness of an industry can be defined as its ability to produce and sell goods to foreign markets that are better or cheaper compared to those offered by foreign competitors. This paper assesses the international competitiveness of the Polish wood and furniture industry. This industry forms an important part of the national economy – the value of its production is at about 9 % for all manufacturing. A similar value is associated to the share of exports of this industry compared to overall Polish exports.

Results of an indicator analysis evaluating the competitiveness of wood and furniture industry as well as foreign trade results demonstrate its strong position in the international markets. Coverage of import by export (TC) in 2011 amounted to 2.38 for this industry (the highest was recorded for furniture made of wood, mattresses and sleeping accessories and furniture for sitting and sleeping). Ratio of export orientation (OE) was at approximately 58 %, which indicates the export specialization of this industry and sales to foreign customers. This trend is clearly visible in the sale of furniture, about 90% of which is directed to the international markets. The smallest role in building and maintaining a competitive advantage in this industry can be associated with trading of paper and paperboard as well as articles of cork.

References

1. Budnikowski A. Międzynarodowe stosunki gospodarcze. PWE, Warszawa. – 2003.
2. Pawlak K., Poczta W. Międzynarodowy handel rolny. Teorie, konkurencyjność. scenariusze rozwoju. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa. - 2011.

Grzybowska-Brzezińska M.

Ph.D.,

Kowalkowski A.

Ph.D.

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

SENSORY MARKETING AND CONSUMER CHOICE IN THE FOOD MARKET

The main purpose of this paper is to make an attempt to present the influence of sensory marketing on buyer's buying behavior. The general definition of the concept explains that sensory marketing is a successful tool in gaining customers' sensory insights for a marketing strategy [2, p.53; 3, p.77]. Sensory marketing is related to marketing techniques that aim to tempt customers by using their senses like sight, hearing, smell, taste, and touch and to influence their behavior and feelings [6, p.74; 1 p.44].

Companies have to take into account the needs of their consumers. Maslow explains that people are driven by particular needs at particular times. Maslow's hierarchy of needs consists of physiological needs, safety needs, social needs, esteem needs and puts self-actualization needs at the top. A customer will try to satisfy the most important needs first [4, p.18]. The buyer behavior is influenced by such factors as: psychological (instinct, emotion, motivation, perception, learning, and attitudes), economical (income, price, product, promotion, and place), social (reference group, family, and statuses) and cultural (culture). All of them provide knowledge how to serve and reach buyers' more effectively [5, p.55]. Each buyer goes through a decision process consisting of need recognition, information search, evaluation of alternatives, purchase decision, and post-purchase decision. The marketers must identify who makes the buying decision and choose a worthwhile strategy [7, p.44].

Increasingly, senses appear in marketers' strategy, because they understand that the more senses you appeal to, the stronger your message is. For many customers the perception, pleasure, and affectivity are more important than the price itself. They retain information thanks to senses like visual modality, touch modality, auditory modality, gustatory modality, and olfactory modality.

The paper covers the topic regarding the theory of influence of individual senses on buyer's behavior. Sight is the most used sense in sensory marketing. The first way of brand's identification is through colors, shapes, and lights. When the light is natural or softened customers spend more time in one place, but when light is intensive customers become more dynamic. Sound is also important for sensory marketing users. Studies revealed that music is a great pleasure during buying and for clients the best kind of music is world hits. Smell is also important, because 75 % of our emotions is generated by it [7, p.45]. Taste is often used when companies offer free-tasting promotional operations. Companies take emotions spared off by touch during the conditioning of the product or its conception. Sensory marketing is a deep and effective concept.

References

1. Czerniawska E., Czerniawska-Far J. M.: Człowiek w świecie zapachów/ Czerniawska E., Czerniawska-Far J. M// Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne : Przedsiębiorstwo Wydawnicze Rzeczpospolita, Warszawa.- 2009-pp.42-48.
2. Grzybowska-Brzezińska M., Żuchowski I., Dawid E., Długołęcka K., Zaorska J.: Merchandising- zagadnienia wybrane/ Grzybowska-Brzezińska M., Żuchowski I., Dawid E., Długołęcka K., Zaorska J.// Wydawnictwo Wyższej Szkoły Agrobiznesu w Łomży, Łomża.- 2011-pp.52-54.
3. Hulten B., Broweus N., Dijk M.: Marketing sensoryczny/ Hulten B., Broweus N., Dijk M.//Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa.- 2011-pp.76-75.
4. Kwarciak B., Andura E.: Tylko właściwa muzyka we właściwym miejscu może zwiększyć sprzedaż./ Kwarciak B., Andura E.// „Harvard Business Review Polska”. -2006.-No 03.pp.16-20.
5. Lindstrom M.: Zakupologia. Prawda i kłamstwa o tym, dlaczego kupujemy/ Lindstrom M.// Wydawnictwo Znak, Kraków.- 2009.-pp.54-56
6. Lindstrom M.: Marketing sensoryczny: nowy sposób na wyróżnienie marki. / Lindstrom M. //„Harvard Business Review Polska”.-2007.- No 7.pp.74
7. Rudzewicz A.: Zapach jako skuteczne i nowoczesne narzędzie marketingu/ Rudzewicz A.// „Handel Wewnętrzny”.-2010.- maj – czerwiec.pp.42-48.

Kowalkowski A.

Ph.D.,

Rudzewicz A.

Ph.D.

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

E-BANKING IN POLAND AS A MODERN FORM OF BANK ACCOUNT SERVICES

The development of information and communication technologies and the Internet has allowed banks to gain new possibilities to offer their services and products. Therefore, e-banking is one of the fastest growing segments in banking in Poland. It is happening because of the rapid evolution of the Internet and information and communication media. Extensive opportunities in e-banking help to retain existing and reach to potential customers, which is of great importance in connection with the development of banks and their products and services [2, pp.15-18]. However, this is still a new form of bank account management as well as a new distribution channel for banking products and services. It has been observed that e-banking is becoming more efficient and customer-friendly. The number of e-banking customers is growing rapidly, which allows for its fast development and more attractive offers. A report of the Union of Polish Banks shows that at the end of 2012 about 21 million Poles were using this form of banking [5]. Banks when competing for customers introduce various new forms of activities that enhance comfort and

quality of their services. Banking platforms are becoming more efficient because of: e- banking, home banking, telephone banking, mobile banking and interactive TV. The main cashless payment instruments include credit cards and electronic money [1, p.102]. Whereas e-banking Web 2.0 makes it possible to determine the direction of the growth of banking activities in remote service channels [3, p.67].

Moreover, it also carries a low cost of use, accessibility and convenience. Thus, an increasing number of bank customers will choose this kind of services, because it is more convenient, better and more customer-friendly [4, p.67]. One day it is likely to become the only form of banking services.

References

1. BAJOR B. 2011. Bankowość elektroniczna. Studiumprawne. Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa.
2. Rudzewicz A., Kowalkowski A., 2011. Marketing Usług Bankowych. UWM w Olsztynie.
3. ŚLĄZAK E., GUZEK E. 2012. Innowacyjna bankowość internetowa. Banko web 2.0. WoltersKluwer Polska, Warszawa.
4. WOJCIECHOWSKA–FILIPEK S. 2010. Technologia informacyjna w usługach bankowości elektronicznej. Difin, Warszawa.
5. http://zbp.pl/public/repozytorium/wydarzenia/dokumenty/marzec_2013/raportIVkw2012.pdf. 19.03.2013.

Kuberska D.

Ph.D., teaching assistant,

Popiolek R.

M.Sc., teaching assistant

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

THE OCCURRENCE AND STRENGTH OF CLUSTERS IN UKRAINE AND POLAND

Agglomeration of economic activity is an occurrence associated with possible positive outcomes generated in an economy. Cluster is one of the forms of agglomeration that is vital for economic development and competitiveness. Clusters are geographic concentrations of interconnected companies, specialized suppliers, service providers, firms in related industries, and associated institutions (for example universities, standards agencies, and trade associations) in particular fields that compete but also cooperate [3, p.248]. Within their borders the occurrence of many phenomena takes place. Spillover effects may be considered one of them [2, p.378].

Based on Marshall's industrial districts, the concept of clusters has been a way to unravel the reasons behind economic success of some regions (e.g. the Silicon Valley, the City of London, Hollywood) and failure of others. Clusters are formed in all economies, irrespective of their stage of development. They can also be present in all industries [1, p.2]. Clusters have been a major focus of scientists and policymakers

throughout the past decade. They have been incorporated in many policy agendas in the European Union. Perceived as drivers that foster competitiveness, clusters are mentioned in the Europe 2020 growth strategy [5]. Their presence and role in the economy is also underlined at country and regional levels.

Identifying and analyzing clusters can be a quite tricky pursuit as many effects generated among the entities that form them are elusive. Cluster mapping has been performed by few scientists as mainly it requires two things: data necessary to establish which relationships between firms are of key importance but most importantly resources do access this kind of data. In this paper we use the methodology on cluster mapping from the works of European Cluster Observatory [7] which in turn is based on Porter's cluster mapping in the US [4; 6]. We turn our attention to 41 types of clusters in Ukraine and Poland based on data on employment and number of entities looking for the most prominent clusters within those countries. Looking at numerous dimensions we try to answer a question on existing similarities and differences between clusters in both economies.

References

1. Figiel S., Kuberska D., Kufel J. Development of clusters and international competitiveness of the agro-food sectors in the EU countries / S. Figiel, D. Kuberska, J. Kufel // 126th EAAE Seminar, Capri — 2012.

2. Ketels Ch.H.M., Memedovic O. From clusters to cluster-based economic development / Ch.H.M. Ketels, O. Memedovic // International Journal of Technological Learning, Innovation and Development. — 2008. — V.1, №3. — pp. 375-392.

3. Porter M.E. Porter o konkurencji / M.E. Porter // PWE, Warszawa. — 2001.

4. Porter M.E. The economic performance of regions / M.E. Porter // Regional Studies. — 2003. — V.37, №6-7. — pp. 549-578.

5. ec.europa.eu/europe2020

6. www.clustermapping.us

7. www.clusterobservatory.eu

Rudzewicz A.

Ph.D.,

Grzybowska-Brzezińska M.

Ph.D.

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

CUSTOMER TRUST TO THE INSURANCE COMPANY

Trust plays an important role in the contemporary world [1, p.87]. This as well applies to the business relations developed in Polish economy environment [2, p.64]. Not only does trust lead to open, innovative and spontaneous activities, but it also

strengthens community bonds, and therefore, contributes to the development of both community potential and subjectivity [3, p.19-22].

Trust is an omnipresent value. It underlies the existence of any relation. Trust is one of the most important factors determining customer decisions. It is considered to be a phenomenon characteristic of the contemporary world, the phenomenon related to the division and specialisation of work [5, p.85].

Loyalty in business is built by developing brand position and potential to a degree which satisfies or exceeds customers' expectations. Brand reliability constitutes grounds for loyalty which relies on customers' satisfaction [7, p.388].

Honesty and reliability of insurance companies are required to be of the utmost degree. Financial Sector is referred to as the sector of public trust. PZU Insurance Company is one of the largest financial institutions as well as Poland's most recognisable brand.

The analysis of the degree of loyalty to the largest Polish insurance company, which is PZU S.A., constitutes the primary objective of the article. The method of diagnostic survey in the form of the Internet questionnaire was applied to carry out the research. The research, which involved randomly chosen people, presumably the individuals who were accustomed to PZU services, was conducted in March and April of 2013. 140 people were subjected to the survey. The researched sample group was diversified in terms of their gender, age, educational background and income.

PZU is a company with a long tradition of operating on the insurance market. PZU brand evokes positive associations. The respondents particularly value high working standards of the company staff as well as their competence in selling products the company offers. Critical opinions mostly concern the process of damage repairs.

Customer loyalty constitutes a key factor determining customer choice of an insurance company. What also constitutes a crucial determinant is the quality of the services offered by an insurance institution. As far as choosing an insurance agency is concerned, it has been found that on-line services and the payment mode are of the least importance.

The research confirmed a strong position of PZU company. The largest insurance company offers, according to the respondents, a wide array of products, and the people surveyed claimed to be satisfied with the company services.

References

1. Rudzewicz A., Trust as a social and economic value, Вісник соціально-економічних досліджень, 2012 рік, випуск 4 (47), p. 87.
2. Rudzewicz A., Zawitowska E., Zaufanie w zarządzaniu, *Ekonomika i Organizacja Przedsiębiorstwa*, Instytut Organizacji i Zarządzania w Przemysle, Warszawa, 2010/7, p. 64.
3. Rudzewicz A., Gurziński J., Rola zaufania w relacjach biznesowych, *Marketing i Rynek*, PWE Warszawa, 2011/2, p. 19-22.
4. Seligman A.B., *The Problem of Trust*, Princeton University Press, Princeton 1997, p. 85.

5. Dobiegała-Korona B. Zaufanie jako przesłanka współtworzenia wartości. [In:] Garbarski L., Tkaczyk J., Kontrowersje wokół marketingu w Polsce. Niepewność i zaufanie a zachowania nabywców. Wydawnictwo Akademickie i Profesjonalne. Warszawa, 2009, p. 388.

Żuchowski I.

Ph.D.

Higher School of Economics and Social Sciences (Poland)

MANAGEMENT STYLES AND RELATIONS BETWEEN MANAGERS AND EMPLOYEES IN POLISH COMPANIES

The results of the research on the management styles and superior – subordinate relations in Polish production companies were presented in the thesis. It has been essayed to indicate the dependency between the management style and the level of relationship between a superior and a subordinate.

In the theoretical part of the dissertation the theory of Blake and Mouton management grid as well as some management styles have been discussed. Moreover, it also discusses the problematic aspects of superior – subordinate relations. In these deliberations, a special attention has been paid to the approach resulting from LMX theory (Leader-Member Exchange). Theoretical assumptions of LMX allowed initiating the research over the possibility of differentiating the relationships between the leader and the subordinates [1].

A self assessment management style test has been used to identify the management styles [2]. Relationship assessment between the superior and the subordinate was made on the basis of the questionnaire [3]. The results of the research indicate that the democratic style is dominating. The managers are more focused on the people than the tasks. And the relationships between the superior and the subordinate can be defined as good or very good.

References

1. R. Karaszewski, Przywództwo w środowisku globalnego biznesu, Robert Karaszewski & Towarzystwo naukowe Organizacji i Kierownictwa, Stowarzyszenie Wyższej Użyteczności „DOM ORGANIZATORA”, Toruń, 2012, str. 229.

2. S. Tokarski, Kierownik w organizacji, Bałtycka Szkoła Wyższa 1997, str. 219.

3. Badanie wykonano wykorzystując ankiety z następujących prac:

Flávio Martins da Silva, TEORIA LEADER MEMBER EXCHANGE - LMX - : Uma Avaliação da qualidade da relação entre líder-liderado à serviço da formação de líderes, ISCTE Business School, Instituto Universitario de Lisboa, Setembro 2010 (Dissertação de Mestrado em Gestão de Serviços de Saúde)

Varun Gupta and Venkat R. Krishnan, Impact of Socialization on Transformational Leadership: Role of Leader Member Exchange, South Asian Journal of Management July-September 2004, 11 (3), 7-20.

Figiel S.
Ph.D., professor,
Kuberska D.
Ph.D., teaching assistant
University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

THE COMPETITIVENESS OF UKRAINE AND POLAND

Considerations on competition occurring between locations have been subject to evolution. Initially, the paradigm of competition was focused on the comparative advantage. As changes in the economic environment have occurred, comparative advantage is no longer considered to be a relevant solution for many industries. Instead, a new approach was introduced which is based on a new type of advantage – the competitive advantage. The difference between them relates to the issue of costs. Comparative advantage is based on the access to specific expenditures, their size and associated costs, while competitive advantage revolves around the productivity of their use and is closely linked to conditions in which competition occurs [4, pp.402-404].

Competitiveness is a term that may refer to all branches of economics. One may look into the competitiveness of firms, others analyze with great scrutiny the competitiveness of industries, regions, and nations. As it was stated in one of the very first definitions of competitiveness it is the degree to which a nation can, under free and fair market conditions, produce goods and services that meet the test of international markets while at the same time maintaining or expanding the real incomes of its citizens [3, p.70]. Porter believes that competitiveness is built based on differences rather than similarities between countries, regions and companies [2, p. 41]. Competitiveness can be analyzed from different perspectives. Some consider two interrelated dimensions of competitive potential and competitive position of an economy which is related to its productivity [1, p.3].

World Economic Forum has introduced a measure that has been praised by many as a solution to grasp many dimensions of factors influencing competitiveness of national economies. The Global Competitiveness Index and its 12 pillars of competitiveness are used to assess competitiveness of national economies and compare them irrespective of their level of economic growth [5].

The aim of this paper is to compare the competitive potential of Ukraine and Poland based on the methodology of WEF as well as their competitive position based on data on GDP per capita and international trade. The reason of such comparison is to show plausible ways to strengthen the international standing of both economies, their advantages and disadvantages in the areas of: institutions, infrastructure, macroeconomic environment, health and primary education, higher education and training, goods market efficiency, labor market efficiency, financial market development, technological readiness, market size, business sophistication and innovation.

References

1. Figiel S., Kuberska D. Competitiveness of the EU economies and development of clusters / S. Figiel, D. Kuberska // 1st Annual Interdisciplinary Conference, Azores — 2013.
2. Gawlikowska-Hueckel K. Potencjał rozwojowy polskich województw w latach 1995-2005 / Zielińska-Głębocka A. (red.) Lokalizacja przemysłu a konkurencyjność polskich regionów (w kontekście integracji europejskiej) //Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk.— 2008.
3. Global Competition – The New Reality/ U.S.Report of the President’s Commission on Industrial Competitiveness // Government Printing Office, Washington. — 1985.
4. Porter M.E. Porter o konkurencji / M.E. Porter // PWE, Warszawa. — 2001.
5. www.weforum.org/issues/global-competitiveness

Прокопенко О.В.

д.е.н., професор,

Марочко С.С.

аспірант

Сумський державний університет (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА МІЖНАРОДНОЇ КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ

Вихід вітчизняних підприємств АПК на міжнародний ринок потребує ретельного аналізу всіх властивостей продукції, яка користується попитом на міжнародних ринках та, відповідно, яку доцільно виробляти та реалізовувати на ньому. Однією із найважливіших характеристик продукції є її якість, яка, у поєднанні з відповідною ціною, визначає (встановлює) її конкурентоспроможність. Маючи всі необхідні передумови для успішного сільськогосподарського виробництва, на даний час важливою ланкою для економіки України є органічне виробництво, яке не тільки надає змогу отримувати продукцію вищої якості та сприяє вирішенню низки еколого-економічних проблем із забрудненням земель та ґрунтових вод, а й за умови підвищення інноваційності відкриває нові резерви для зниження собівартості одиниці продукції на сільськогосподарських підприємствах.

Якість сільськогосподарської продукції у взаємозв'язку з її ціною досліджували О.М. Шпичак, І.Б. Садовська, С.І. Бугера, В.Г. Андрійчук, Т.П. Михайлова, Т.В. Сокольська, В.Я. Плаксієнко та ін. Правові та обліково-фінансові аспекти ведення органічного виробництва в контексті підвищення якості сільськогосподарської продукції розкрито в роботах В.В. Гармашова, М.К. Шичули, В.В. Сокальського, Ю.С. Завадської та ін. Однак, й досі не вирішеними залишаються проблеми, пов'язані з розробленням організаційно-економічних основ ведення сільськогосподарського органічного виробництва як напряму підвищення якості сільськогосподарської продукції, що сповільнює

його розвиток, не дозволяючи досягти належного рівня міжнародної конкурентоспроможності.

Якість продукції – сукупність властивостей, що характеризують ступінь його суспільної корисності з урахуванням суспільно необхідних витрат праці на всіх стадіях відтворення [1]. З огляду на це, органічна продукція має значно вищу якість порівняно з традиційною нині сільськогосподарською сировиною: з точки зору технологічної якості, органічні продукти, як правило, мають більш високий вміст сухої речовини і мінералів, краще піддаються зберіганню; органічні продукти містять меншу кількість залишків важких металів, нітратів і пестицидів, що підвищує їх фізіологічну харчову якість; в органічних продуктах міститься більша кількість корисних для здоров'я вторинних продуктів обміну речовин та ін. [2].

За статистичними даними, кількість сільськогосподарських органічних господарств зростає, чого, нажаль, не можна з упевненістю сказати про їх розмір (рис.)

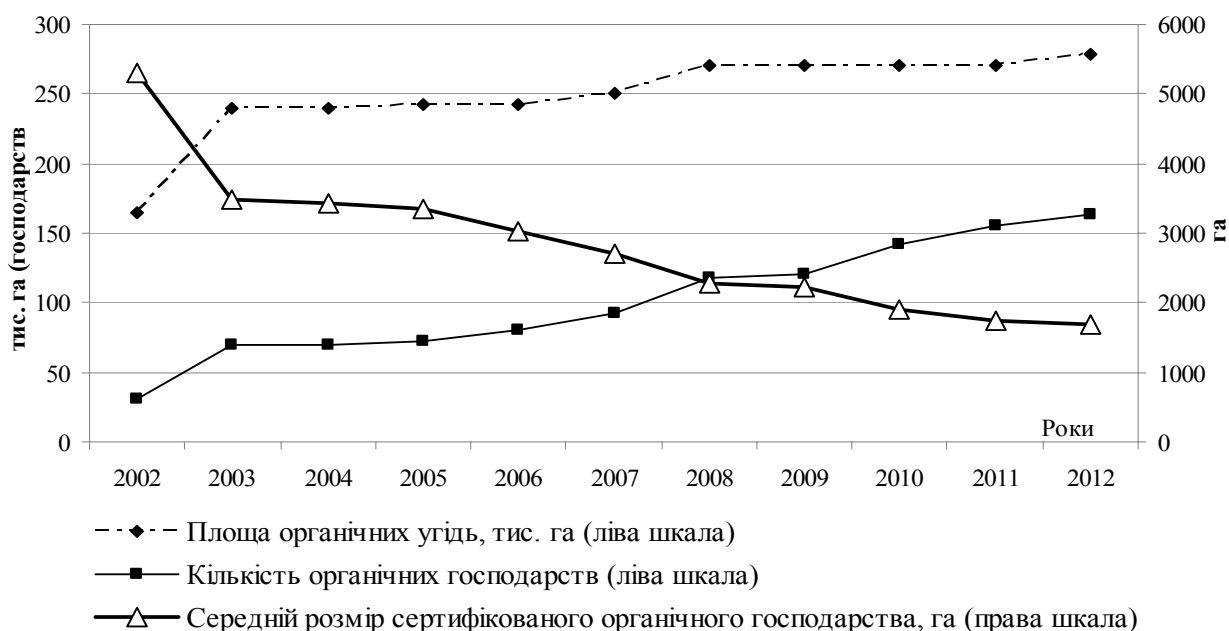


Рис.– Загальна площа сертифікованих сільськогосподарських угідь та середній розмір органічного господарства в Україні за 2002-2012 рр. (розраховано за даними [3])

Розмір українських органічних господарств – від кількох гектарів, як і в більшості країн Європи, до понад десяти тисяч гектарів ріллі [3]. Сучасна динаміка середнього розміру органічного господарства зумовлена, щонайменше, однією з двох причин: збільшенням питомої ваги малих за розміром сільськогосподарських господарств, а також зменшенням розміру вже існуючих середніх та великих підприємств. На основі попередніх досліджень [4] доведено, що сільськогосподарське органічне господарство малого розміру не має можливості виробити органічну продукцію високої якості з нижчою, порівняно з неорганічною продукцією, ціною, а отже, зробити її конкурентоздатною. У зв'язку з цим, з метою підвищення власної

конкурентоспроможності та вироблення якісної органічної продукції в достатній для ринку кількості, доцільно збільшувати (нарощувати) розмір сільськогосподарських органічних господарств понад малого, що, за умови поєднання таких заходів з інноваціями [4], відкриває можливості зниження собівартості за рахунок зменшення витрат на поліпшення родючості ґрунтів, а разом з тим, сприяє підвищенню коефіцієнтів міжнародної конкурентоспроможності RХА, RТА паралельно зі зменшенням індексу RMP.

Література

1. Пронкіна Л. І. Конкурентоспроможність і якість товару: проблеми співвідношення / Л. І. Пронкіна, О. В. Вертелеєва // Економіка та держава. – 2010. – № 3. – С. 44–46.

2. Тестирование органических и традиционных продуктов питания // Досьє FiBL. – 2006. – № 4. – С. 6-7.

3. Федерація органічного руху України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.organic.com.ua/uk/homepage/2010-01-26-13-42-29>.

Граждан В.Д.

к.е.н, професор

Одеський національний економічний університет (Україна)

ОЦІНКА РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ МЕТОДОМ ПОРІВНЯННЯ ЇЇ ПАРАМЕТРІВ

В умовах ринкової економіки головним для підприємства – є випуск конкурентоспроможної продукції, що забезпечує утримання його позицій на ринку та максимальний рівень продаж товару. Конкурентоспроможність продукції – це характеристика товару, що відображає його відмінність від товару – конкурента як за мірою відповідності конкретній суспільній потребі, так і за витратами на її задоволення. Показник що виражає таку відмінність визначає конкурентоспроможність аналізованого товару щодо товару-конкурента.

В сучасній економічній науці для оцінки конкурентоспроможності продукції існують різні методи та показники. Одними із найбільш поширених груп методів кількісної оцінки конкурентоспроможності є методи, які ґрунтуються на співставленні властивостей товарів-конкурентів.

Оцінювання конкурентоспроможності продукції здійснюється шляхом порівняння характеристик аналізованої продукції з конкретною потребою й виявлення їх відповідності один одному. Після вибору продукції, по якій буде проводитись аналіз, на основі вивчення ринку і вимог покупців визначається номенклатура параметрів, що будуть приймати участь в оцінці. Параметри характеризують галузь використання продукції і функції, які вони повинні виконувати.

Використовуючи їх можливо робити висновки про зміст корисного ефекту, який може бути досягнутим при використанні продукції в конкурентних умовах споживання.

Група технічних параметрів включає параметри призначення, ергономічні, естетичні і нормативні. До економічних параметрів належать повні витрати споживача як на придбання, так і споживання продукції. В загальному виді вони включають одноразові і поточні витрати.

Результати оцінки конкурентоспроможності продукції в значній мірі залежать від виробу бази порівняння. Базою порівняння може слугувати потреба покупців, величина необхідного корисного ефекту, конкуруючий товар, кращий із наявних на цільовому ринку товарів-конкурентів, гіпотетичний зразок група аналогів. Частіше за бузу порівняння приймається група аналогів відібраних з узгодженням класифікаційних параметрів зразку і оцінюваної продукції. З групи вибираються найбільш представлені, прогресивні вироби, які мають найкращу перспективу подальшого розширення продаж.

Технічні економічні параметри аналізованої продукції оцінюються шляхом зіставлення з параметрами бази порівняння. При цьому використовуються диференціальний і комплексний методи. Диференціальний метод оцінювання конкурентоспроможності заснований на зіставленні одиничних параметрів аналізованої продукції і бази порівняння. Даний метод дозволяє лише виявити факт конкурентоспроможності продукції, або наявні недоліки в порівнянні з товаром-аналогом. Комплексний метод передбачає застосування комплексних (групових) показників.

На основі групових показників за технічними та економічними параметрами розраховується інтегральний показник конкурентоспроможності продукції.

Одиничні групові та інтегральні показники розраховуються за відповідними формулами. Аналіз результатів розрахунків дає змогу виявити рівень конкурентоспроможності і при необхідності розробляти та впроваджувати заходи щодо її підвищення.

Разом з тим, використання для оцінки конкурентоспроможності продукції методів, що ґрунтуються на порівнянні ідентичних ознак таких об'єктів між собою, або з ознаками зразка має певні труднощі. Найбільшими із них є вибір ознак пов'язані з тим, що системи ознак продукції дуже складні і ієрархічні. Багато ознак цих об'єктів взаємопов'язані та здійснюють неоднозначні, а інколи суперечливий вплив на рівень конкурентоспроможності. Вибір за базу порівняння еталона, кращого зразка є суб'єктивним і важко формалізованим. Неможливо оцінювати рівень впливу на конкурентоспроможність продукції факторів, що не піддаються кількісній оцінці. При порівнянні декількох товарів необхідно проводити розрахунки для кожної пари окремо.

Названі недоліки є обмеженнями використання традиційного методу та спонукають до залучення інших методів оцінки конкурентоспроможності продукції.

Література

1. Должанський І. З., Загорна Т. О. Конкурентоспроможність підприємства : Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2002. – 282 с.
2. Буркинський Б. В. Конкурентоспособность продукции и предприятия. – Одесса : ИП РЭЭИ НАН України. – 2002. – 132 с.
3. Савчук С. И. Основы теории конкурентоспособности : [моногр.] / С. И. Савчук. – Мариуполь : Рената, 2007. – 520 с.

Доброва Н.В.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ОЦІНКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Фінансовий стан підприємства – це показник його фінансової конкурентоспроможності, тобто кредитоспроможності, платоспроможності підприємствами [1, с.326]. Фінансовий стан підприємства – це комплексне поняття, яке є результатом взаємодії всіх елементів системи фінансових відносин підприємства, визначається сукупністю виробничо-господарських факторів і характеризується системою показників, що відображають наявність, розміщення і використання фінансових ресурсів. Фінансовий стан треба систематично й всебічно оцінювати з використанням різних методів аналізу [2, с.95].

Процес здійснення оцінки фінансового стану ґрунтується на використанні різних методів, прийомів, концепцій.

На сьогоднішній день можна виділити такі узагальнені групи методів оцінювання фінансового стану підприємства: коефіцієнтні, комплексні, інтегральні, беззбиткові та рівноважні.

Слід зазначити, що будь-який аналітичний процес має здійснюватися на єдиній затвердженій методиці, яка забезпечить отримання повного та обґрунтованого висновку про стан досліджуваного підприємства.

Методичні підходи до оцінки фінансового стану підприємства можна поділити на взаємопов'язані елементи.

По - перше, це розрахунок, аналіз та оцінка показників фінансового стану підприємства: показники майнового стану підприємства; показники ліквідності та платоспроможності підприємства; показники фінансової стійкості та структури капіталу підприємства; показники рентабельності та прибутковості підприємства; показники ділової активності (оборотності).

По-друге, аналіз та оцінка балансу підприємства: горизонтальний та вертикальний аналіз балансу підприємства.

По-третє, застосування традиційних підходів аналізу на підставі неформалізованих методів (експертні оцінки, порівняльні, побудова системи аналітичних таблиць) та формалізованих методів (ланцюгові підстановки,

відокремлення ізольованого впливу фактора, диференційний, логарифмічний, інтегральний, простих і складних відсотків, дисконтування).

В-четверте, застосування математичної моделі оцінки (Е. Альтмана, У. Бівера, К. Беєрмана, універсальна дискримінанта модель).

По-п'яте, на підставі проведеного внутрішнього аналізу підприємства застосування комплексної графічної оцінки фінансового стану підприємства.

Таким чином, з урахуванням всього вищевикладеного ми дійшли наступних висновків.

1. Фінансовий стан підприємства – це об'єктивна комплексна категорія, яка за допомогою системи показників визначає його оперативні, тактичні та стратегічні можливості в фінансово-економічному аспекті.

2. Аналіз та оцінка фінансового стану підприємства здійснюється за допомогою системи економічних категорій, якими він визначається, а саме: фінансовою стійкістю, рентабельністю, платоспроможністю, ліквідністю та діловою активністю.

3. Фінансовий стан підприємства треба систематично і усебічно оцінювати з використанням різних методів, прийомів та методик аналізу, їхня кількість та широта застосування залежать від конкретних цілей аналізу та визначаються його завданнями в кожному конкретному випадку.

Література

1. Обущак Т. А. Сутність фінансового стану підприємства // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – № 9. – с. 92-98.
2. Шифріна Н. І. Поняття фінансового стану діяльності підприємства // Наук.-техн. збірник «Комунальне господарство міст». – № 96. – С. 323-328.

Ігнашкіна Т.Б.

к.е.н., доцент

Національна металургійна академія України (Україна)

ПРО ДЕЯКІ МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Традиційним напрямом аналізу конкурентоспроможності на мікрорівні є оцінка конкурентоспроможності підприємств, а також товарів, які ними виробляються. Ці питання стали сьогодні невід'ємною складовою процесу управління підприємством.

Під конкурентоспроможністю продукції будемо розуміти сукупність споживчих властивостей продукції, які відрізняють її від товарів-конкурентів за ступенем відповідності конкретним суспільним потребам з урахуванням витрат на їх задоволення. У науковій літературі зустрічаються й інші визначення конкурентоспроможності продукції, але всі вони за своєю основною сутністю не містять принципових відмінностей.

Зі змістовної наповненості даної категорії впливає два важливі постулати: 1) конкурентоспроможність будь-якої продукції визначається тільки в результаті порівняння, а, отже, є відносним показником; 2) в умовах, коли кон'юнктура ринку постійно змінюється, конкурентоспроможність продукції, визначену на якийсь період часу, неможна просто декларувати, а, отже, потрібен постійний моніторинг ринку з відповідним коригуванням рівня даного показника.

Базовим методичним документом з оцінки конкурентоспроможності продукції можна вважати Методику, що є сумісною розробкою двох, ще радянських, науково-дослідних інститутів, один з яких був фаховим у галузі машинобудування, другий – у сфері зовнішньоекономічних зв'язків [1]. Подальші методичні публікації з цієї проблематики, включаючи навчальну літературу, побудовані у своїй більшості на тих же принципових методичних підходах, або дублюють Методику, причому не кращим чином.

Не зупиняючись зараз детально на основних методологічних засадах згаданої Методики (формування системи одиничних параметрів продукції, об'єднання їх у групи за певними ознаками, вибір бази порівняння, визначення вагомості параметрів, вибір методу інтегрування) і погоджуючись з ними у цілому, тезисно зупинимось на деяких аспектах, що потребують додаткових коментарів або уточнень.

1. Найбільш розповсюдженою є номенклатура параметрів, що включає такі групи і підгрупи: нормативні; технічні, у тому числі, параметри призначення (класифікаційні, технічної ефективності, конструктивні), ергономічні параметри, естетичні параметри; економічні [1, с.11].

Існують й інші типології параметрів конкурентоспроможності з виділенням, наприклад, двох груп параметрів (технічні, економічні), або додаванням до наведеної вище розгорнутої номенклатури груп комерційних та організаційних параметрів. Ці класифікації не є принципово іншими, оскільки у першому випадку нормативні параметри лише віднесені до складу технічних, а у другому - перелічені додаткові умови цілком можуть враховуватись у групі економічних параметрів.

Щодо групи економічних параметрів, то слід звернути також увагу на те, що при визначенні повної ціни споживання (основний економічний критерій) одноразові витрати на придбання продукції (інакше, ціна придбання) по оцінюваній продукції і товару-конкуренту повинні бути коректно співставлені за комерційними умовами: строками розрахунку ціни; умовами постачання, кредитними умовами, обсягами продукції, що постачається, комплектністю; умовами уторгування; строками технічних гарантій.

2. Методикою передбачено використання декількох методів оцінки конкурентоспроможності (диференціальний, комплексний, змішаний, спрощений). Основний з них – комплексний метод, за яким інтегральний показник конкурентоспроможності (I) розраховується за формулою:

$$I = I_{np} * I_{tp} - I_{en} \quad (1)$$

де I_{np} , I_{tp} , I_{ep} – групові показники конкурентоспроможності за нормативними, технічними та економічними параметрами, відповідно [1, с.25].

Формула (1) з I_{ep} у знаменнику буде давати коректний результат при розрахунку останнього як відношення повних витрат споживача по оцінюваній продукції (Z) і товару-конкуренту (Z_0), відповідно. Але ж оцінка групового показника за власно економічними параметрами у цьому випадку не буде коректною, оскільки витратні параметри є показниками-дестимуляторами (чим вони менші, тим вище конкурентоспроможність). Тобто, для надання висновку тільки по групі економічних параметрів I_{ep} слід розраховувати як обернене відношення (Z_0 до Z). Тоді формула інтегрального показника конкурентоспроможності буде мати вигляд:

$$I = I_{np} \cdot I_{tp} \cdot I_{en} \quad (2)$$

3. Часто діагностику конкурентоспроможності продукції ототожнюють з її оцінкою, або, у кращому випадку, пропонують аналізувати її у динаміці. Визнаючи необхідність такого виду діагностики, вважаємо також за доцільне здійснювати поглиблений факторний аналіз конкурентоспроможності продукції. З цією метою автором запропоновані відповідні алгоритми розрахунку впливу факторів на інтегральний показник конкурентоспроможності.

Література

1. Методика оценки конкурентоспособности машиностроительной продукции / ЦНИИТЭИтяжмаш, ВНИИВС. – М.: Мособлстат, 1990. – 60 с.

Карпенко Л.М.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ПІДПРИЄМСТВА

Українську економічну систему останніх років характеризують процеси значних інституційних перетворень, становлення і розвитку нових структур ринкової економіки. В умовах посилення тенденцій глобалізації однією з найважливіших проблем управління підприємством стає збереження конкурентоспроможності під впливом постійної мінливості зовнішнього оточення. Особливо актуальна ця проблема для України, де підприємства змушені адаптуватися до швидких і глибоких змін, пов'язаних з економічною реформою. Екстремальна нестабільність зовнішнього оточення значно підвищує роль стратегічного управління в діяльності товаровиробників, що визначає об'єктивну необхідність розробки нової технології формування стратегій, адаптованої до вітчизняних умов господарювання.

У вітчизняній та світовій науці значний внесок у вивчення зазначеної проблематики зроблено такими вченими, як Азоев Г.Л., Балабанова Л.В.,

Благу́н І.С., Воронкова А.З, Гальчинський А.С., Геєць В.М., Ілишев А.М., Селнвич Т.С., Клекка У., Кросбі П., Мандель І., Мостенська Т.Л., Мюллер Ч., Осіпов П.В., Піддубна Л.І., Клименко С.М., Омеляненко Т.В., Барабась Д.О., Дуброва О.С., Вакуленко А.В., Ілляшенко С.М. Пономаренко В.С., Портер М., Гриньова В.М., Фатхутдінов Р.А., Хрущ Н.А. та ін. Але деякі питання за обраною проблематикою потребують подальшого вдосконалення.

Стратегічний конкурентний аналіз (СКА) піднімає та вирішує проблеми ідентифікації суб'єктів господарювання. СКА – це самостійний вид управлінського аналізу, до об'єктів якого відносяться підприємства та організації (перш за все крупні компанії), галузі, сфери діяльності і регіони усередині крупних країн, а до суб'єктів – менеджмент і власники компаній, органи управління галузей, сфер діяльності і регіонів. Основний предмет стратегічного конкурентного аналізу – комерційна діяльність об'єкту [1, с.28].

СКА переслідує наступні перспективні цілі (на період 3-10 років): забезпечення збалансованого розвитку та процвітання об'єкту, що аналізується (це головна мета, якій підлегли всі цілі), а також високого рівня конкурентоспроможності, гармонізації соціально-трудоких відносин і досягнення високої ефективності репродуктивної діяльності. При цьому розв'язуються задачі ринкового саморегулювання і комбіновані управлінські задачі за допомогою великого числа аналітичних методів і моделей: оптимізаційних, спеціальних математико-статистичних, методів елементарної статистики і неформалізованих. СКА використовується у всіх можливих галузях – для прогнозування розвитку ситуації, обґрунтування намічених планів, розробки програм розвитку, інвестиційних проектів та ін. [2, с.231].

Більшість авторів спеціальних наукових видань по теорії економічного аналізу підрозділяє аналіз на тактичний (поточний) і перспективний (стратегічний). Крім того теоретики стратегічного менеджменту класифікують стратегії по тимчасовому горизонту. На нашу думку, сьогодні, середній горизонт конкурентних стратегій підприємства складає два-три роки.

На підприємстві необхідним є формування «стратегічного набору» (система стратегій різного типу на певний відрізок часу), що відображає специфіку функціонування та розвитку суб'єкта, рівень його претендування на місце й роль у зовнішньому середовищі.

Можливо виділити такі групи стратегій: загальні для всієї організації в цілому; загальні конкурентні за окремими бізнес-напрямами; продуктово-товарні для кожного з напрямків діяльності організації (як з виробництва різних видів товарів, так і з надання різних послуг); функціональні для кожної з функціональних підсистем підприємства; ресурсні для забезпечення досягнення стратегічних орієнтирів загального, функціонального та продуктово-товарного типів стратегій. Управління конкурентною поведінкою бізнес-організації базується на розробці та ефективній реалізації обґрунтованої конкурентної стратегії, яка передбачає забезпечення конкурентних переваг на тривалий період.

Конкурентні стратегії складаються з низки підходів і напрямів, що розробляються керівництвом з метою досягнення як найкращих показників роботи в одній конкретній сфері діяльності. Вони визначають засоби конкурентної боротьби

фірми на цільових ринках і виступає як: своєчасна реакція на зміни в галузі, в економіці в цілому, в політиці та інших сферах; розробка конкурентоздатних заходів і дій, ринкових підходів, які можуть забезпечити міцну перевагу перед конкурентами; об'єднання стратегічних ініціатив функціональних відділів; вирішення конкретних стратегічних проблем, актуальних у даний час [3, с.159].

Конкурентна стратегія фірми дозволяє дати відповідь на питання: «Як фірма конкурує на цільовому ринку, за рахунок чого вона витримує конкурентний тиск і отримує перемогу в конкурентній боротьбі?». При тому, що в різних джерелах ці стратегії мають різні назви – конкурентні стратегії, маркетингові стратегії, підприємницькі стратегії, корпоративні стратегії, портфельні стратегії, стратегії бізнесу тощо. Мова завжди йде про одне і те саме – як підприємству діяти на ринку. Таким чином, для здійснення процедур стратегічного конкурентного аналізу слід використовувати весь арсенал методик стратегічного, маркетингового і конкурентного аналізу від традиційних (параметричних, рейтингових) до специфічних (конкурентна розвідка).

Література

1. Хрущ Н. А. Конкурентні стратегії : процеси створення та реалізації : монографія / Н. А. Хрущ, М. В. Желіховська / за наук. ред. д.е.н., проф. Н. А. Хрущ. – К.: Освіта України, 2010. – 316 с.
2. Ильшев А. М. Стратегический конкурентный анализ в транзитивной экономике России / А. М. Ильшев, Н. Н. Ильшева, Т. С. Селевич. – М.: Финансы и статистика ; ИНФРА – М, 2010. – 480 с.
3. Клименко С. М. Управління конкурентоспроможністю підприємства : начальний посібник / С. М. Клименко, Т. В. Омеляненко, Д. О. Барабась; М-во освіти та науки України, КНЕУ. – К, 2006. – 547 с.

Коваленко С.И.

к.э.н., доцент

Измаильский государственный гуманитарный университет (Украина)

КЛАСТЕРНАЯ КОНЦЕПЦИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УКРАИНСКОГО ПРИДУНАВЬЯ

Процессы глобализации и регионализации, и связанные с ними международная конкуренция и кооперация актуализируют вопросы изучения специфики трансграничных кластеров в целях использования их потенциала для повышения конкурентоспособности стран-участниц интеграционных образований.

Одной из современных концепций повышения конкурентоспособности национальной экономики является кластерная концепция, которая основана на государственном стимулировании создания и развития кластеров в еврорегионах. Зарубежный опыт свидетельствует об эффективности кластерной политики и ее положительном влиянии на уровень конкурентоспособности

экономики. Интеграционные процессы в мире создают предпосылки для формирования международных кластеров в трансграничных государствах с целью повышения международной конкурентоспособности товаропроизводителей Украины, Румынии и Молдовы. *Международные кластеры* представляют собой: 1) сетевые объединения поставщиков, производителей и покупателей – резидентов разных государств, географически сосредоточенных в трансграничном регионе (трансграничный кластер); 2) международные сети национальных кластеров (транснациональный кластер), которые сотрудничают и конкурируют, связаны в технологические цепи и взаимодополняют друг друга, сотрудничают с трансграничными учреждениями (в т.ч. научными, образовательными, инфраструктурами бизнеса), органами государственного и межгосударственного управления, а также международными организациями в целях повышения конкурентоспособности субъектов кластера и национальной экономики [1, с.38].

Специфика международных кластеров состоит в том, что субъекты кластера являются резидентами разных государств; связаны в технологические цепи и взаимодополняют друг друга; сотрудничают и конкурируют одновременно.

Кластер товаропроизводителей имеет следующие *признаки*, которые отличают его от других структур:

- локализация на одной географической территории;
- агломерация предприятий, организаций и местных учреждений, объединенных горизонтальными и вертикальными связями;
- производство «ключевого» продукта (продукт, занимающий наибольшую долю в объеме производства кластера, по которому определяется название кластера);
- комплементарность субъектов (т.е. дополняемость и создание производственной цепочки);
- объединение предприятий законченного производственного цикла (от производства сырья до сбыта готовой продукции);
- присутствие отношений конкуренции и кооперации между членами кластера.

Мировой опыт демонстрирует роль кластеров в экономическом развитии и повышении конкурентоспособности региональных и национальных экономик, что подтверждается следующими факторами:

1. Кластеры способствуют активизации инновационной деятельности, а инновации являются важным фактором повышения конкурентоспособности.

2. Кластеры способствуют росту ВВП/ВРП и налоговых поступлений в бюджеты в результате совместных с членами кластера инвестиций, в т.ч. привлечения иностранных инвестиций.

3. Кластеры стимулируют развитие малого и среднего бизнеса в регионах за счет формирования отношений аутсорсинга, когда малые и средние предприятия создают продукцию, выполняют работы и услуги для ключевых субъектов кластера.

4. Рост экспорта в кластере обеспечивается вследствие совместных с субъектами кластера маркетинговых программ по исследованию рынков, позиционированию в сегментах рынка.

Кластеры способствуют экономическому развитию приграничных территорий посредством обеспечения приграничного сотрудничества кластеров в сфере торговли, сельского хозяйства, туризма, транспорта, инфраструктуры.

Сетевое сотрудничество *отличается от отношений производственной кооперации* (в т.ч. квазиинтеграции) тем, что оно включает не только вертикальные связи (поставщик – покупатель), но и горизонтальные, т.е. сотрудничество с конкурентами в сфере общих интересов (технического развития поставщиков, инвестиционной деятельности, образования, маркетинговых исследований и сбыта, защиты от внешних конкурентов и др.) и сотрудничество с учреждениями бизнес-услуг (образование, маркетинг, научные исследования).

Таким образом, формирование трансграничных кластеров будет способствовать повышению конкурентоспособности экономики украинского Приднуавья за счет развития предпринимательства и обеспечения занятости; организации новых бизнесов в рамках кластеров, а также благодаря реализации сотрудничества в сфере науки и образования. Международные кластеры обеспечат рост экспорта в наших странах посредством реализации совместных программ маркетинга и сбыта продукции в третьих странах; активизируют инновационно-инвестиционную деятельность в результате совместных инвестиционных проектов кластеров в рамках государственно-частного партнерства, привлечения иностранных инвестиций; активизируют деловую активность в Приднуавье посредством реализации программ трансграничного сотрудничества кластеров.

Литература

1. Соколенко С. Производственные системы глобализации : Сети. Альянсы. Партнерства. Кластеры / С. Соколенко /. – К.: Логос, 2002. – 645 с.

Кобзев П.М.

к.ф.-м.н., ст. науч. сотр.

Харьковский национальный экономический университет (Украина)

СИСТЕМНОЕ СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК БАЗОВЫЙ ФАКТОР ЕГО КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

Известно, что большая часть отечественных, особенно постсоветских, предприятий являются неконкурентоспособными в мировой рыночной среде. В традиционной науке и практике конкурентоспособность предприятия определяется двумя базовыми обобщёнными показателями – это качество производимой продукции или услуг и экономическая эффективность деятельности. Попытка трансформировать отечественные предприятия в конкурентоспособ-

ное рыночное состояние путём несистемных реформ (техническое перевооружение, реорганизация, реструктуризация и др.) не решает проблему. Основным недостатком традиционного подхода к повышению конкурентоспособности отечественных предприятий – это воздействие на симптомы, а не на причины, которые являются системными. Поэтому для решения данной системной проблемы актуальным является применение не декларативного, а конструктивного системного подхода.

Целью настоящей работы является выявление системных причин, ответственных за низкие значения обобщённых показателей конкурентоспособности отечественных предприятий и разработка конструктивного инструментария для воздействия на причины.

В экономической науке на постсоветском пространстве опубликовано множество научных работ по проблеме повышения конкурентоспособности постсоветских предприятий, включая разработку новой теории конкурентоспособности [1; 2]. Однако результаты научных поисков, в силу их неадекватности реальному системному состоянию постсоветских предприятий и симптоматичности рекомендуемых подходов к решению проблемы не приводят к успеху. Авторы не рассматривают отечественные предприятия как искусственно созданные системы, а поэтому не видят системных первопричин их низкой конкурентоспособности. А предлагаемые симптоматические методы решения системной проблемы не дают и не могут дать ожидаемых результатов.

В работах [3; 4] было показано, что отечественные предприятия являются системно несовершенными объектами, потенциально неспособными производить конкурентоспособную продукцию с высокой экономической эффективностью. Как следствие, системное несовершенство порождает системную проблему низкой конкурентоспособности отечественных предприятий среди зарубежных более системно совершенных аналогов.

Согласно теории систем состояние предприятия как искусственной созданной системы определяется состоянием её системных элементов и связей между ними. Все предприятия создаются из системных элементов четырёх видов: функциональных элементов средства труда, предметы труда, условий производства и труда и активных элементов (персонал). Уровень совершенства этих элементов и уровень их системной интеграции определяют уровень системного состояния искусственно созданной системы предприятия, а, следовательно, её потенциальную способность производить конкурентоспособную продукцию с высокой экономической эффективностью.

В докладе будут презентованы результаты исследования системных причин низкой конкурентоспособности, системные методы и системные конструктивные инструменты для диагностики причин несовершенства отечественных предприятий и рекомендации по их устранению.

Оригинальность и научная новизна результатов работы определяются:

используемыми современными методами:

кибернетическим методом параметрической идентификации предприятия как объекта управления;

методом системного моделирования объектов;

экспертным методом в сочетании с методом критериальных диапазонов для оценивания количественных значений оценочных параметров системного состояния элементов и коэффициентов их сопряжённости;

графическим методом интерпретации системного состояния объекта;

математическим методом интерпретации функциональной зависимости системную конкурентоспособность предприятия от системного состояния элементов и их системной сопряжённости;

разработанным системным инструментарием в составе:

системной модели параметрической идентификации предприятия как открытой системы;

иерархической модели оценивания уровня системного состояния предприятия;

иерархической модели оценивания уровня системной конкурентоспособности предприятия;

критериальными диапазонами для оценивания системных элементов.

С учётом приведенных выше положений на рис. представлена системная модель состава и структуры системной конкурентоспособности предприятия.

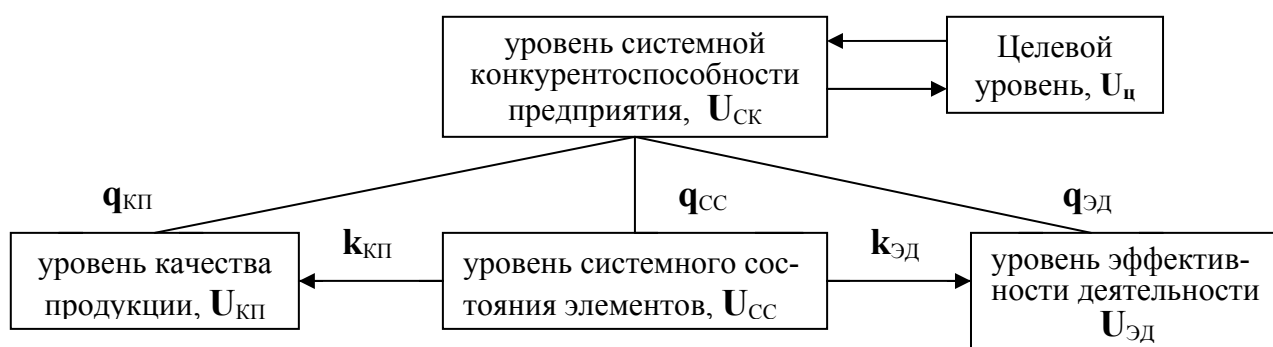


Рис. – Системная модель системной конкурентоспособности предприятия

Математическая интерпретация модели:

$$U_{СК} = F_{СК}(U_{СС}, U_{СК}, U_{ЭД}) \text{ или } U_{СК} = q_{КП} k_{КП} U_{СК} + q_{СС} U_{СС} + q_{ЭД} k_{ЭД} U_{ЭД}, \quad (1)$$

где $F_{СК}$ – функциональная зависимость показателя уровня системной конкурентоспособности от его составляющих $U_{СС}$, $U_{СК}$ и $U_{ЭД}$; $q_{КП}$, $q_{СС}$, $q_{ЭД}$ – коэффициенты нормировки системной значимости соответствующих составляющих показателей уровней, определяемых условием $\sum q_i = 1$; $k_{КП}$ и $k_{ЭД}$ – коэффициенты системной сопряжённости параметров качества продукции и эффективности деятельности с системным состоянием элементов, принимающими значения в пределах $[0, 1]$.

Результаты проведенных исследований позволили установить причинно-следственную связь между низкими уровнем совершенства системных элементов, их системным сопряжением и высокими частотой и амплитудой системных нарушений в работе предприятия. Эти нарушения негативно влияют на качес-

тво производимой продукции и экономическую эффективность деятельности предприятий, определяющих их конкурентоспособность. Показано, что уровень совершенства элементов и их степень системной сопряженности являются первопричиной и базовыми факторами конкурентоспособности предприятий.

Кроме того, системный инструментарий позволяет перейти к научному управлению стратегическими изменениями на отечественных предприятиях и решению системной проблемы повышения их системной конкурентоспособности.

Литература

1. Иванов Ю. Б. Конкурентоспособность предприятия : оценка, диагностика, стратегия. Научное издание / Кол-в авторов. – Харьков : ХНЭУ, 2004. – 256 с.

2. Піддубна Л. І. Конкурентоспроможність економічних систем : теорія, механізм регулювання та управління : Монографія. –Харків : ВД «ІНЖЕК», 2007. – 368 с.

3. Кобзев П. М. Определение уровня системного совершенства предприятия на основе иерархической модели оценочных показателей / П. М. Кобзев // Управління розвитком. – 2004. – № 1. – С. 31-39.

4. Кобзев П. М. Системный анализ созданных альтернативных иерархий организационно-экономических систем / П. М. Кобзев // Економіка розвитку. – 2009. – № 4(52). – С. 22-24.

Семенова К.Д.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМНИЦЬКИМИ РИЗИКАМИ ЯК СПОСІБ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Будь-яка господарська діяльність завжди пов'язана з певними ризиками. Для захисту бізнесу від непередбачуваних збитків менеджмент підприємства повинен постійно здійснювати пошук шляхів зниження ступеня ризиків, тобто управляти ризиками.

Кінцевою метою управління ризиками є отримання найбільшого прибутку при оптимальному, прийнятному для суб'єкта господарювання, рівні ризику, що дає змогу підвищити рівень конкурентоздатності підприємства.

Обираючи стратегію та тактику управління ризиком, менеджер повинен дотримуватись таких основних принципів:

- недоцільно ризикувати більшим заради меншого;
- недоцільно ризикувати більше, ніж це дозволяють власні засоби;
- необхідно заздалегідь піклуватися (здійснювати прогноз) відносно можливих (ймовірних) наслідків ризику [1, с.119].

В економічній літературі пропонується низка способів та методів управління ризиками. На наш погляд, основними серед них є наступні:

- уникнення ризику;
- прийняття ризику;
- зниження ступеня ризику.

Уникнення ризику передбачає відмову від будь-якої фінансової дії, пов'язаної з ризиком. Однак уникнення ризику для підприємства нерідко означає відмову від прибутку, а це пов'язане з ризиком невикористаних можливостей. Підприємець цим самим позбавляє себе можливості використати активну складову ризику, на якій в наш час будуються всі схеми збільшення прибутку підприємства. Іншими словами, уникнення ризику є антиподом ефективності використання капіталу підприємства.

Прийняття (збереження) ризику – це відмова від будь-яких дій щодо зниження або передачі ризику. При цьому, вкладаючи кошти в певну справу, інвестор повинен бути впевненим, що він має можливість покриття певних збитків або ж що вони йому не загрожують.

Зниження ступеня ризику може здійснюватись або зовнішніми способами (шляхом його розподілу чи страхування), або за допомогою внутрішніх ресурсів (розподілу фінансових, матеріальних засобів з урахуванням принципів лімітування та диверсифікації).

Розподіл ризику полягає в тому, щоб покласти певну частку відповідальності за ризик на того чи іншого співучасника інвестиційного проекту, причому такого, який здатен краще контролювати цей ризик.

Найпоширенішою формою передачі ризику є страхування від збитків, коли за фіксовану плату відповідальність за покриття втрат у випадку реалізації того чи іншого ризику бере на себе інша організація.

Серед внутрішніх способів зниження ступеня ризику особливе місце займає диверсифікація – розподіл капіталовкладень між різноманітними видами діяльності, безпосередньо не пов'язаними один з одним. У цьому випадку, якщо в результаті непередбачених подій один вид діяльності буде збитковим, інший вид все ж буде приносити дохід [2, с.87].

На принципі диверсифікації базується діяльність інвестиційних фондів, які продають клієнтам свої акції, а одержані кошти вкладають в різноманітні цінні папери, що приносять стійкий середній прибуток.

Диверсифікація дає змогу знижувати виробничі, комерційні та інвестиційні ризики. Вона використовується, перш за все, для нейтралізації негативних наслідків несистематичних видів ризиків.

Більш м'якою формою зниження ступеня ризиків вважають їх лімітування. Воно передбачає встановлення меж свободи прийняття рішень в умовах ризиків у процесі здійснення підприємницької діяльності. На практиці реалізацією способів лімітування ризиків є встановлення граничного розміру кредиту, що надається клієнтові, обмеження максимальної частки позикових коштів у загальному обсязі активів підприємства, а також допустимої витрати будь-якого окремого виду ресурсу і т. ін.

Зниження ступеня ризику можливе також шляхом створення резервів, запасів на покриття ймовірних непередбачуваних витрат у майбутньому, тобто свого роду самострахуванням. Самострахування є доцільним у тому випадку,

коли вартість застрахованого майна відносно невелика в порівнянні з майновими та фінансовими критеріями всього бізнесу. Воно має також сенс, коли ймовірність збитків надзвичайно мала.

Одним із ключових способів зниження ступеня ризику для підприємства є здобуття додаткової інформації. Природно, що коли б у менеджера була найбільш повна інформація, він міг би зробити найкращий прогноз і знизити ступінь ризику. Це робить інформацію товаром, за який менеджери (інвестори) згодні платити великі кошти [1, с.124].

Існування різноманітних напрямів та методів управління ризиками ставить підприємця перед проблемою вибору найбільш прийняттого в певній ситуації заходу. Вибір конкретного методу залежить від досвіду та можливостей суб'єкта господарювання. Але найкращим варіантом є комбінація декількох методів. Лише в цьому випадку підприємство може розраховувати на підвищення рівня конкурентоздатності та збільшення своїх доходів при мінімізації ризиків.

Література

1. Вітлінський В. В. Аналіз, моделювання та управління економічним ризиком / В. В. Вітлінський, П. І. Верченко. – К. : КНЕУ, 2000. – 292 с.
2. Назарова И. Г. Управление рисками в предпринимательской деятельности / И. Г. Назарова. – Ухта : УГТУ, 2003. – 136 с.

Тимошик Н.С.

к.е.н., доцент

Тернопільський національний технічний університет ім. Івана Пулюя (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНЮВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОДУКЦІЇ

Складність управління конкурентоспроможністю підприємства зумовлена проблемами самого підприємства як об'єкта управління, залежністю від умов зовнішнього середовища. Недостатня кількість універсальних методів управління конкурентоспроможністю зумовлюють значне сповільнення економічного розвитку підприємств, а разом з цим і економічного зростання України.

Обґрунтування аспектів конкурентоспроможності відображені в наукових працях Г.Л. Азоева, І. Ансоффа, І.М. Акімової, Л.В. Балабанової, Є.В. Крикавського, О.Є. Кузьміна, М. Портера, В.Л. Товажнянського та інших вітчизняних і зарубіжних економістів.

Конкурентоспроможність продукції характеризується багатьма параметрами, які за своїм змістом виражають лише частково сукупність її властивостей (собівартість, ціна, якість та ін.). Серед найбільш узагальнених показників порівняльної оцінки конкурентоспроможності окремих виробів є відношення їхньої ціни до корисного ефекту (продуктивності, потужності,

калорійності та ін.). У конкретному економічному середовищі конкурентоспроможність продукції може набувати різних значень [1].

Причинно-наслідкові зв'язки зміни конкурентоспроможності продукції аналізуються за ступенем впливу різних чинників, які можна поділити на:

- чинники, що визначають економічне середовище споживання продукції;
- чинники, що формують техніко-економічну спроможність виробництва та збуту продукції [2].

До першої групи відносяться місткість товарного ринку, інтенсивність його насичення, ступінь монополізації, до другої — технічний рівень виробництва, забезпеченість кваліфікованими кадрами, фінансові можливості підприємства тощо.

Незалежно від цілей дослідження, основою оцінювання конкурентоспроможності є вивчення ринкових умов, яке повинно проводитися постійно, як до початку розробки нової продукції, так і в процесі її реалізації. Завдання полягає в необхідності виділення тієї групи чинників, які впливають на формування попиту в визначеному секторі ринку:

- аналізуються зміни у вимогах постійних замовників продукції;
- досліджуються напрямки розвитку аналогічних розробок;
- вивчаються сфери можливого використання продукції;
- аналізується можливість розширення кола постійних покупців.

В процесі вивчення ринку та вимог покупців обирається продукція, по якій буде проводитися аналіз чи формуватися вимоги до майбутнього виробу, а далі визначається перелік параметрів, які приймають до уваги при оцінюванні. Водночас повинні використовуватися ті ж самі критерії, якими керується споживач, обираючи товар. По кожній з груп параметрів проводиться порівняння, яке показує наскільки ці параметри відповідають заявленим потребам.

Важливою є оцінка нормативних параметрів. Якщо хоча б один із них не відповідає рівню, який передбачений нормативними нормами та стандартами, то подальша оцінка конкурентоспроможності продукції не має змісту, незалежно від результату порівняння за іншими параметрами.

Доцільно також розраховувати інтегральний показник, який використовується для оцінювання конкурентоспроможності продукції за всіма групами параметрів в цілому. Результати оцінювання конкурентоспроможності використовуються для вироблення висновку про неї, а також для вибору шляхів оптимального підвищення конкурентоспроможності продукції для вирішення ринкових завдань

Проте факт високої конкурентоспроможності самого виробу являється лише необхідною умовою реалізації цього виробу на ринку в певних обсягах. Слід також враховувати форми та методи технічного обслуговування, наявність реклами, торгово-політичні відносини між країнами і ін.

За результатами оцінювання конкурентоспроможності продукції можуть бути прийняті такі рішення:

- зміна способу і порядку проектування продукції;

- зміна конструкції продукції або складу, структури сировини, матеріалів, комплектуючих виробів;
- зміна технологічного процесу виготовлення продукції, методів випробувань, системи контролю якості виготовлення, упаковки, зберігання, транспортування;
- зміна цін на продукцію, послуги по обслуговуванню та ремонту;
- зміна методів реалізації продукції на ринку;
- зміна структури інвестицій в розробку, виробництво та збут продукції;

Таким чином, шляхи удосконалення управління конкурентоспроможністю продукції необхідно шукати в конкурентних перевагах окремих його характеристик, що є наслідком ефективного управління процесом розроблення, реалізації, використання даної продукції та у державній підтримці.

Література

1. Крикавський Є. В. Маркетингова товарна політика: навч. посібник / Є. В. Крикавський та ін. – Львів : Вид-во Національного університету “Львівська політехніка”, 2008. – 276 с.
2. Купринюк С. Оцінка конкурентоспроможності економіки України / С. Купринюк // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 1. – С. 102-110.

Кічук Н.В.

к.е.н., викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ВПЛИВ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ НА ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проблема залучення іноземних інвестицій є дуже актуальною для української економіки сьогодні, а ефективна інтеграція національної економіки у світогосподарські структури повинна забезпечуватись активною зарубіжною інвестиційною діяльністю українських підприємств. На довгострокову перспективу важливе значення має формування середовища, сприятливого як для внутрішніх, так і для іноземних інвесторів.

Сучасні економісти неоднозначно оцінюють вплив іноземних інвестицій на економічне становище приймаючої країни. Існує дві протилежні точки зору. Прибічники першої наголошують на виключно позитивних результатах впливу, другої - на негативних. Однак найважливішим чинником, що визначає позитивний вплив притоку прямих іноземних інвестицій на конкурентоспроможність країни, є дії приймаючої держави, спрямовані на стимулювання конкуренції, підвищення прозорості економіки, лібералізацію фінансових інститутів, дебіюрократизацію економіки. До того ж наявність створеної на державному рівні продуманої програми по залученню і використанню прямих іноземних інвестицій, стимулюючої тіснішу співпрацю

між національними виробниками і іноземними інвесторами, здатна збільшити вигоди від притоків прямих іноземних інвестицій до країни. Слід також відмітити, що позитивний вплив на конкурентоспроможність і економічний розвиток країни дає лише довгостроковий іноземний капітал, короткостроковий же спекулятивний капітал, навпаки, породжує фінансову нестійкість і часто негативно впливає на економіку приймаючої країни [1, с.112] .

Станом на 1.01.2012 р. прямі іноземні інвестиції в Україну надійшли з 117 країн світу. За останні 5 років ключовими інвесторами за кількістю проектів в Україні були США (12 %), Німеччина (12 %), Росія (10 %) і Франція (8 %). Найбільшими інвесторами в Україну за обсягом інвестицій в 2012 р. були країни ЄС (54 %) та Росія (15,6 %). Відносини України з Росією є дуже важливими для стабільності інвестиційного клімату та макроекономічного середовища країни. Зокрема, Росія є основним торговим партнером України і постачає країні більшу частку природного газу. Відносини з Росією поліпшилися, що сприяло покращенню стабільного економічного іміджу України.

Найбільш привабливими для іноземних інвесторів в Україні є такі галузі економіки, як: металургія (32 % обсягу іноземного інвестування); фінансова діяльність (11 %); оптова торгівля і посередництво (10 %); харчова промисловість (7 %); операції з нерухомістю (7 %); машинобудування (5 %) та хімічна промисловість (4 %) [2]. Серед основних причин недостатнього рівня залучення іноземних інвестицій можна назвати недостатньо сприятливий інвестиційний клімат, політичну нестабільність, непродуманість державної політики щодо іноземного інвестування, недосконалість та нестабільність законодавства, неефективне використання отриманих іноземних інвестицій, що знаходить відображення в рівні конкурентоспроможності національної економіки України країни. У 2013 р. в Україні прогнозується приріст прямих іноземних інвестицій на 40 % (до 5,81 млрд. дол. США). Це прогнозоване збільшення прямих іноземних інвестицій пов'язане з реформами, що проводяться українською державою, та покращенням інвестиційного клімату. Можливості для прямих іноземних інвестицій з'являться завдяки використанню потенціалу України у галузі виробництва, надання послуг та зростаючих можливостей у сфері аутсорсингу бізнес-процесів.

Стимулювання виробництва і логістики: 50 % прямих іноземних інвестицій в Центральній та Східній Європі здійснюється у виробництво, проте Україна не слідує цій тенденції: незважаючи на наявність виробничого сектору з величезним потенціалом зростання (14,9 % у 2012 р.), кількість промислових проектів прямих іноземних інвестицій залишається невеликою (8 проектів у 2011 р.).

Розвиток послуг: 25 % проектів прямих іноземних інвестицій в Європі припадає на професійні послуги та програмне забезпечення. Однак в Україні на ці сектори припадає лише відповідно 6 % і 13 % від загальної кількості проектів у 2012 р.

Розвиток аутсорсингу: існують значні можливості в галузі аутсорсингу бізнес-процесів. Сектор створив 33 765 робочих місць у країнах Центральної та

Східної Європі за останні п'ять років. В них частка України складає лише 3 %. Цей сектор усе ще має величезний потенціал для країн з освіченим населенням і низькою вартістю робочої сили, особливо у зв'язку з «перегрівом» в інших країнах Центральної та Східної Європи.

Інвестиційний клімат є передумовою залучення іноземних інвестицій і являє собою сукупність політичних, юридично-правових, економічних, соціально-побутових факторів, які визначають ступінь ризику капіталовкладень та рівень ефективності їх використання. На думку експертів ООН, для того щоб залучити іноземні інвестиції, країнам перш за все потрібно створити про себе уявлення як про сприятливе місце для реалізації інвестиційних проектів. Зазвичай проведення експертно-аналітичного оцінювання інвестиційного клімату країни пов'язане з виведенням інтегрального показника ризику та відповідним ранжуванням країн, визначенням їх інвестиційного рейтингу через аналіз факторів політичного, економічного, соціально-культурного, інституціонального середовища, ресурсів та інфраструктури.

Література

1. Федорова В. А. Залучення іноземних інвестицій та їх вплив на підвищення конкурентоспроможності національної економіки / В. А. Федорова // Вісник Дніпропетровського університету, 2009. – с.112.

2. Звіт про прямі іноземні інвестиції в Україну за 2011 рік. : [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www. fin2top.com/download-document](http://www.fin2top.com/download-document).

Малюк С.О.

к.е.н., викладач

Миколаївський інститут права

Національного університету «Одеська юридична академія» (Україна)

РОЛЬ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ У РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЙ

Підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції в умовах посилення конкуренції як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках в сучасних умовах стає першочерговою задачею як господарюючих суб'єктів, так і уряду України. Зокрема, Законом України «Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року» визначається мета аграрної політики держави, яка полягає в наступному: 1) гарантування продовольчої безпеки держави; 2) перетворення аграрного сектору на високоефективний, конкурентоспроможний на внутрішньому та зовнішньому ринках сектор економіки держави; 3) збереження селянства як носія української ідентичності, культури і духовності нації; 4) комплексний розвиток сільських територій та розв'язання соціальних проблем на селі [1].

Під конкурентоспроможністю сільськогосподарської продукції слід розуміти комплекс основних властивостей, що відрізняють її від товару-аналога, а частина продукції агропромислового комплексу, враховуючі її якісні властивості, належить до ринку монополістичної конкуренції, що дає можливість застосувати маркетингові дослідження, регулювати політику ціноутворення і стимулювати збут продукції [2, с.191].

Основним показником, що характеризує розвиток вітчизняного товаровиробника, є конкурентоспроможність продукції на зовнішньому ринку, що проявляється через поточний стан конкурентоспроможності сільськогосподарських товаровиробників і визначається структурою та динамікою експорту та імпорту [3, с.57].

Особливої актуальності конкурентоспроможність сільськогосподарської продукції на зовнішньому ринку набула після вступу України до Світової організації торгівлі, а також відкритості економіки нашої держави та зростання конкуренції на внутрішньому ринку.

На сьогоднішній день характерною особливістю сільськогосподарських виробників є недостатній рівень їх цінової конкурентоспроможності. На жаль, це стосується практично всіх видів сільськогосподарської продукції. Причинами цього явища є, перш за все диспаритет цін на аграрному ринку та недостатня матеріально-технічна база сільгоспвиробників. Всі ці фактори призводять до різкого зменшення обсягів реалізації продукції, погіршення її якості, втрати фінансової стійкості сільгосппідприємств.

Одним із найважливіших напрямів підвищення конкурентоспроможності продукції є її цінова перевага, для забезпечення якої собівартість як базова величина ціни повинна формуватися за низько витратним принципом, що досягається за рахунок удосконалення галузевої структури суб'єктів господарювання, впровадження науково обґрунтованої спеціалізації та концентрації виробництва, підвищення продуктивності праці; ефективного використання ресурсів і виробничого потенціалу й урахування вимог ринку [4, с.75].

Не менш важливим фактором конкурентоспроможності продукції є її якість. Вітчизняна сільськогосподарська продукція має низький клас якості, внаслідок чого ціни на неї суттєво знижуються. Тому поліпшення якості є важливим для підвищення конкурентоспроможності вітчизняної продукції на зовнішніх ринках [5, с.117].

Підвищення якості продукції агропромислового комплексу можливе завдяки: 1) впровадженню прогресивних технологій та чіткого дотримання їх; 2) впровадженню нових сортів, гібридів, порід тощо; 3) ефективному використанню ресурсів; 4) ефективному інформаційно-дорадчому забезпеченню.

В сьогоднішній день конкурентні переваги продукції агропромислового комплексу України підвищуються за рахунок низької собівартості, але зменшуються через низький рівень державної підтримки.

В зв'язку з цим, вагомого значення набуває державна цільова Програма розвитку українського села на період до 2015 р., яка затверджена постановою

Кабінету Міністрів України від 19 вересня 2007 р., № 1158. Згідно з цією Програмою прогнозовані обсяги фінансування сільського господарства і сільських територій із держбюджету та інших джерел на весь період 2008-2015 рр. становлять 128,2 млрд. грн., або ж у середньому на рік близько 16 млрд. грн. [2, с.192]. Реалізація цієї Програми уряду, безумовно, позитивно вплине на розвиток аграрного виробництва та сільських територій, що дасть змогу підвищити не тільки рівень конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції, але й рівень життя самих селян.

Література

1. Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 року : Закон України від 18 жовтня 2005 року // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 1. – Ст. 17.

2. Заєць К. Д. Державне регулювання виробництва та проблеми підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / К. Д. Заєць // Науковий вісник Буковинської державної фінансової академії. – 2009. – № 4. – С.190-195.

3. Кондратюк О. І. Конкурентоспроможність сільського господарства та шляхи її підвищення / О. І. Кондратюк // Актуальні проблеми економіки. – 2011. – № 1. – С. 56-63.

4. Транченко Л. В. Основні напрями підвищення конкурентоспроможності сільськогосподарських підприємств в сучасних умовах господарювання : [Кол. наук. монографія] / за ред. Лисенко Н. О. – Умань, 2010. – 112 с.

5. Ольховська Н. А. Методика оцінки конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції / Н. А. Ольховська // Економіка АПК. – 2008. – № 11. – С. 116-119.

Єрмоленко Є.О.

начальник СНДЛ,

Воротников В.А.

начальник сектору

ДП «КБ «Південне», м. Дніпропетровськ (Україна)

СТРУКТУРНО-ЛОГІЧНА МОДЕЛЬ ПЕРВИННОГО АНАЛІЗУ РІВНЯ ПРИВАБЛИВОСТІ РИНКІВ РАКЕТНО-КОСМІЧНОЇ ТЕХНІКИ

Аналітичний апарат досліджень ринків складної унікальної інноваційної продукції, такої як ракетно-космічна техніка (РКТ), розвинутий недостатньо, отже не існує дієвих ефективних методів визначення привабливості зразків РКТ. Розробка об'єктивно обгрунтованої методології первинного аналізу привабливості високотехнологічних ринків є особливо актуальною для РКТ.

Для формування методологічного апарату первинного маркетингового аналізу унікального високотехнологічного продукту, зокрема, РКТ,

сформулюємо вихідні предпосилки. За походженням характеристик ринкової позиції продукту, розподілимо їх на чотири групи, що пов'язані із властивостями продукту, властивостями підприємства, особливостями ринку та неринковими чинниками (політичними, соціальними, екологічними тощо).

Підкреслимо, що у випадках, коли характеристики важко жорсто відокремити, такий розподіл стає достатньо умовним. Одним з прикладів є показник конкурентоспроможності, який хоча і віднесемо до першої групи, але він формується на стику першої та третьої груп. Доцільно прийняти значення базового параметру конкурентоспроможності, який не повинен погіршитися у ході розробки. Для унікальних високотехнологічних продуктів, в тому числі – зразків РКТ, у якості такого параметру найбільш доцільним буде обрати показник вартості виконання цільового завдання. Тобто, частина загального якісного висновку за складовою властивостей продукту у порівняльному до ринкових аналогів вигляді, буде ґрунтуватися на кількісному розрахунку контрольного параметричного показника, якого необхідно дотримуватись протягом здійснення розробки.

Специфікою ринків РКТ є складне переплетіння продуктних, фірмових, ринкових та неринкових чинників, що може бути подолане за допомогою їх сегментування. Коректно визначити ринковий сегмент, аналіз привабливості якого буде проводитись, необхідно ще до розгляду факторів привабливості ринку. При цьому, сегментування необхідно проводити за принциповими розбіжностями у моделях збуту, типах та характеристиках технічних систем.

Попит, конкуренція, рентабельність ринку та перепони виходу на нього кардинально відрізняються в різних сегментах, навіть коли йдеться про ту саму технічну систему. Для тієї ж технічної системи певної фірми, по різному може здійснюватись доступ до різних сегментів. Вибір сегменту для аналізу привабливості ринку зазвичай відбувається з урахуванням можливостей фірми, яка планує вихід на ринок. Для космічного ринку характерним є значний вплив політичних відносин та геополітичної ситуації у світі на можливості реалізації космічних систем, на характеристики попиту. Таким чином, здійснене належним чином сегментування ринку дозволяє одразу виділити сегменти, які точно відповідають продукції та можливостям підприємства.

У запропонованій логічно-структурній багатofакторній моделі оцінки привабливості ринку на першому кроці рекомендований розгляд сегментів та перепон виходу на ринок в них. Це доцільне, оскільки сегментування є основою маркетингового аналізу і дозволяє одразу відкинути сегменти, що є нецікавими для підприємства з точки зору невідповідності товару його спеціалізації, та характеризуються нездоланими перепонами.

На другому кроці пропонується детальніше розглянути попит в обраному для аналізу доступному сегменті. Попит в ньому доцільно оцінювати за такими показниками як можливий попит на інноваційну продукцію, динаміка невдоволеного попиту та характеристики вимог споживачів до товару у динаміці. Підкреслимо, що відповідність товару вимогам споживачів – важливіший критерій задоволення попиту, який потребує ретельного виконання.

Далі іде оцінка привабливості сегменту за характером конкурентного середовища. Конкурентний аналіз має дати відповідь на питання стосовно можливостей конкурентів впливати на бізнес компанії, вести конкурентну боротьбу, як у захисті, так і у нападі; наявності конкурентних переваг продукції компанії та здатності компанії вести конкурентну боротьбу з конкурентами.

Наступним кроком є оцінка привабливості сегменту за рентабельністю діяльності компанії при реалізації продукції в даному сегменті.

Завершальною є підсумкова оцінка привабливості сегменту космічного ринку. Згідно з запропонованим підходом, після проведення аналізу за описаним алгоритмом, підсумкова оцінка привабливості ринкового сегменту для виходу на нього підприємства може бути сформульована у вигляді змістовного висновку, на відміну від чисельного результату традиційного бально-факторного методу, який нічого не пояснює менеджеру, що приймає рішення про вихід на ринок.

Досягнення конкурентоспроможності фірм української космічної галузі на світовому ринку є необхідною передумовою збереження та розвитку їх потенціалу, а це неможливе без визначення привабливих ринків та ринкових сегментів, придатних для ефективного маркетингу української РКТ, як розробленої раніше, так створюваної на інноваційних принципах. Новизна дослідження полягає у систематизації особливостей ринків РКТ та побудові на цій основі логічно-структурної багатofакторної моделі первинного аналізу привабливості ринку. Розроблений підхід впроваджується у практику ринкових досліджень та розробки бізнес-планів у ДП «КБ «Південне». Подальші дослідження плануються проводити у напрямку створення методів поетапного уточнення ринкової привабливості та конкурентоспроможності РКТ за результатами проведення її розробок.

Бахвалова Н.А.

ст. викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПІДПРИЄМНИЦТВО – ОСНОВА ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНОГО СЕРЕДОВИЩА

Сучасне суспільство розвивається, змінюється динамічними темпами, що обумовлює використання нових методів господарювання економічних систем. Основою розвитку будь якого суспільства є матеріальне виробництво.

В багатьох країнах світу використовується ринкова економіка. Головна проблема української економіки створити умови для забезпечення реструктуризації господарських систем, з метою формування конкурентного середовища і підвищення ефективності діяльності.

Сьогодні вітчизняні підприємства працюють в нових умовах, опановують нові методи господарювання. Нові методи господарювання пов'язані з формуванням і функціонуванням в ринкових умовах. Про необхідність

застосування ринкових відносин свідчать роботи відомих українських економістів: С.В. Мочерного, О.А. Устенко, З.С. Варналія та ін. [1-3].

Ринок – це один з варіантів організації сучасної економіки, що відображає певні суспільні відносини, сформовані особливим характером обміну між виробником і споживачем. Матеріальною основою ринкових відносин є товарне виробництво. Товарне виробництво – це тип господарювання, за яким продукт праці виробляється відокремленими суб'єктами господарювання не для власних потреб, а для задоволення суспільних потреб шляхом купівлі-продажу цих продуктів, що стають товарами.

Як явище господарського життя ринок виник і розвивається тільки в межах товарного виробництва, характеризує особливу сферу господарських відносин, в якій обмін товарів повністю здійснюється за суспільною оцінкою, що знаходить своє відображення у ціні.

Функціонування ринку потребує визначення форм господарювання та шляхів формування ринкового середовища. Провідним шляхом формування ринку є підприємницька діяльність. Ефективний, результативний сучасний ринок існує у вигляді підприємництва.

Перші спроби систематичного теоретичного дослідження підприємницької діяльності почалися у XVII ст. (Р. Кантільон), продовжилися протягом XVIII-XIX ст. (А. Сміт, Ж.Б. Сей, А. Маршалл, Й. Шумпетер), були актуальними у XX ст. (М. Портер, К. Омаї), цікаві і сьогодні. Підприємницька діяльність має певні особливості і характеризується: систематичністю, ініціативністю, ризиковістю у сфері виробництва продукції, виконання робіт, надання послуг, заняття торгівлею, іншими видами економічної діяльності з метою отримання прибутку. підприємницької. Методологічною основою підприємництва є теорія ринкового господарювання, яка спирається на закони вартості, попиту, пропозиції. Реалізація підприємницької діяльності можлива за певних умов, дотримання яких обов'язково:

- самостійність і свобода дій суб'єктів господарювання;
- можливість самостійно розміщувати замовлення;
- можливість вільно використовувати власні доходи;
- економічна відповідальність;
- можливість вільно обирати партнерів на ринку;
- конкурентна боротьба.

Підприємництво сьогодні розглядається з багатьох позицій:

- економічна функція особливого роду;
- тип господарської поведінки людини з організації власного бізнесу;
- особливий вид діяльності;
- спосіб мислення.

Функції підприємництва відображають її особливість і характеризують специфічні ознаки. Основні функції підприємництва наступні: інноваційна (творча), ресурсна, організаційна, стимулююча (мотиваційна). Важливо зазначити, що економічною основою формування і розвитку підприємства є приватна власність.

Розвиток підприємництва забезпечують рушійні сили, які свідчать про суперечності між продуктивними силами і виробничими відносинами що виникають між різними елементами економічної системи. Основні рушійні сили розвитку підприємництва: суперечності, ділова творчість людини, ризик, економічний інтерес, конкуренція. Всі елементи рушійних сил важливі, необхідні, виконують певну місію, реалізують конкретні завдання.

Однак особливе значення в розвитку сучасних економічних систем відіграє економічна конкуренція, яка вимагає від суб'єктів господарювання виконувати свої обов'язки найкращим чином, вступаючи у змагання за споживача, намагаючись виштовхнути слабкого та неефективного підприємця.

Конкуренція – це боротьба за економічний інтерес. В конкурентній боротьбі перемагає підприємець що володіє теоретичними основами і практично реалізує основні функції, принципи, права, обов'язки та відповідальність надану підприємницькою діяльністю.

Література

1. Варналій З. С. Основи підприємництва. Навчальний посібник – К.: Знання Прес 2002. – 241 с.
2. Мочерний С. В., Устенко А. В. Основи підприємницької діяльності. Навчальний посібник – К.: Феміна, 2007. – 315 с.
3. Шершньова З. Е., Оборська С. Е. Стратегічне управління. Навчальний посібник. – Київ, 1999. – 384 с.

Горлова О.П.

ст. викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ЕФЕКТИВНІСТЬ ПРОЦЕСІВ УПРАВЛІННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Управління конкурентоспроможністю підприємства протягом багатьох років залишається одним з головних напрямів наукових досліджень у економіці та менеджменті організацій. До цього часу запропоновано декілька теорій, які визначають способи створення конкурентних переваг, чільне місце серед яких посідає ресурсна теорія конкурентоспроможності. В її межах, як відомо, конкурентні переваги створюються на основі доступу до рідкісних, незамінних та цінних ресурсів [1]. Проте, в сучасних умовах дедалі більше підприємств опиняються у ситуації, коли або не мають можливості забезпечити себе подібними рідкісними ресурсами, або ресурсу, який би відповідав умовам унікальності та цінності в даній галузі чи на даному ринку просто не існує. Конкурентоспроможність підприємства в такому разі визначається здатністю комбінувати різноманітні аспекти внутрішнього та зовнішнього середовища організації; ця здатність, у свою чергу, залежить від динамічних здібностей, що має підприємство [2]. В теперішній час виділяють чотири головні динамічні

здібності, які визначають здатність підприємства до створення чи підтримки конкурентоспроможності: адаптивну, абсорбційну, мережеву та інноваційну [3].

Багато дослідників відзначають, що конкурентоспроможність підприємства є результатом специфічної взаємодії зазначених чотирьох динамічних здібностей. Численні дослідження переконливо свідчать, що інвестування у розвиток компетенцій як таких не обов'язково породжує конкурентні переваги. [4] Відтак, ефективний розвиток динамічних здібностей підприємства повинен забезпечувати створення тривалих конкурентних переваг.

У цьому зв'язку виникає питання про ефективність взаємодії динамічних здібностей та процесу управління конкурентоспроможністю в цілому. В умовах обмеженості ресурсів значної кількості компаній створення чи підтримання конкурентоспроможності часто означає створення систем, що складаються з деякої кількості підприємств. Ці системи розвиваються допоки забезпечують збільшення доходу в цілому та для кожного учасника на основі єдиного потоку завдань, причому учасники можуть належати до різних галузей чи ринків. У маркетинговій літературі вони одержали назву маркетингових (еко-) систем [5]. В межах цього підходу вважається, що ефективність процесу управління конкурентоспроможності визначається насамперед здатністю створювати і розвивати маркетингові системи.

Література

1. J. Barney. The resource-based view of the firm: Ten years after 1991 / Barney J., Wright M., Ketchen D., Jr. // Journal of Management. - 2001. - Vol. 27, №6, pp. 625 - 641.

2. D. Worhies. Benchmarking Marketing Capabilities for Sustainable Competitive Advantage. / Worhies D., Morgan N. // Journal of Marketing. 2005. - Vol. 69, №1, pp.80 - 94.

3. R. M. Grant. Prospering in Dynamically Environments: Organizational Capability as Knowledge Integration. / Grant R. M. // Organization Science. 1996. - Vol. 7, №4, pp. 375 - 387.

4. S. A. Zahra. Entrepreneurship and dynamic capabilities: A review, model and research agenda. / Zahra S. A., Sapienza H. J., Davidsson P. // The journal of management study. 2006. - Vol. 4, №6, pp. 917 - 955.

5. R. A. Layton. Marketing Systems - A Core Macromarketing Concept. / Layton R. A. // Journal of Macromarketing. 2007. - Vol. 27, №3, pp. 227 - 242.

АНАЛІЗ ЗВ'ЯЗКУ МІЖ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЮ ТА РИНКОВОЮ ЧАСТКОЮ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Помітне загострення конкурентної боротьби на вітчизняному туристичному ринку примушує підприємства приділяти пріоритетну увагу рівню власної конкурентоспроможності та тенденціям його змінення. Виконання цього завдання пов'язано із давньою проблемою об'єктивної оцінки рівня конкурентоспроможності господарюючого суб'єкта.

Зазвичай, перешкодою для практичного вирішення вказаної проблеми стає крайня методологічна плюралістичність, ускладнена галузевими особливостями туристичного бізнесу. Практично всі автори розглядають конкурентоспроможність організацій як їхню властивість, що є похідною від категорії “конкуренція”. Проте останнє поняття інтерпретується по-різному, в залежності від прихильності вчених до певних концепцій і доктрин економічної теорії. Найчастіше, визначальною ознакою, що викликає розбіжності у визначеннях, виступає тип конкуренції за характером задоволення потреб споживачів.

Дослідники, що акцентують увагу на предметній конкуренції, як правило під конкурентоспроможністю підприємств розуміють комплекс цінкових і якісних характеристик товарів, що зумовлюють їх ринкову перевагу над товарами конкурентів. Прибічники даного підходу основним індикатором рівня конкурентоспроможності вважають частку, яку займає підприємство на відповідному ринку. Такі рекомендації по відношенню до туристичних підприємств містяться, зокрема, у працях Л.В. Бумгартена і А.П. Дуровича [1, с.50; 2, с.98-99].

В останні роки у зарубіжній та вітчизняній літературі цей підхід викликає обґрунтовані заперечення. Так, В.О. Василенко і Т.І. Ткаченко зазначають, що “висока конкурентоспроможність продукту не є вирішальним фактором забезпечення конкурентоспроможності підприємства, оскільки вона може бути забезпечена за рахунок реалізації продукту за зниженими цінами, а це призводить до погіршення фінансового стану підприємства” [3, с.71]. Наявні дані свідчать, що значна контрольована частка туристичного ринку може поєднуватись із збитковістю операційної діяльності на протязі досить тривалого періоду. У 2010 р. один з провідних британських туроператорів – “Томас Кук” став власником контрольного пакету акцій крупнішої в Російській Федерації туристичної компанії – НТК “Інтурист”. Раніше ця компанія здійснила кілька помітних на російському ринку поглинань, придбавши туроператорів “Скайвей”, “Рів'єра” та “Орієнт”. В результаті, частка НТК “Інтурист” на туристичному ринку Росії, що і раніше була найбільшою, помітно зросла. При цьому декілька років поспіль компанія декларувала збитки від основної операційної діяльності. Оприлюднена консолідована фінансова

звітність британського холдингу “Томас Кук” за 2011 р. засвідчила загальні збитки у сумі майже 263 млн. фунтів стерлінгів, з яких 10,5 млн. припадали на частку російського підрозділу.

Автори, у фокусі уваги яких перебуває функціональний тип конкуренції, основним критерієм конкурентоспроможності підприємств вважають ефективність їх діяльності. Наприклад, Н.К. Мойсеева зазначає, що “конкурентоспроможність – це ефективність функціонування організації у короткостроковому періоді” [3, с.81]. Такий підхід, на наш погляд, більш адекватно відображає реалії туристичного бізнесу, хоча також не позбавлений недоліків. Досягнуті фінансові результати скоріше характеризують минулий рівень конкурентоспроможності, що некоректно розповсюджувати на можливості і потенціал успішної роботи підприємства у майбутньому [4, с.13].

Втім, спробуємо перевірити справедливність наведених думок для 20 найбільших туристичних підприємств Одеської області, дослідивши за останні роки зв'язок між їх рентабельністю та ринковою часткою. Матриця коефіцієнтів парної вибіркової та рангової (Спірмена) кореляції між цими показниками за 2010 та 2012 рр. наведена у табл.

Таблиця

Матриця коефіцієнтів кореляції ринкової частки та рентабельності туристичних підприємств Одеської області

	2010		2012		Коефіцієнти кореляції
	Рентабельність продаж	Рентабельність діяльності	Рентабельність продаж	Рентабельність діяльності	
Частка ринку	0,151	0,078	-0,091	-0,102	парної вибіркової
Частка ринку	-0,367	-0,367	-0,179	-0,179	Спірмена

Як переконують отримані дані, розмір ринкової частки не позначається на рівні рентабельності туристичних підприємств і, відповідно, не може ізольовано розглядатись як індикатор їх конкурентоспроможності. Тим не менш, на нашу думку, не варто відмовлятися від використання показника ринкової частки як одної з детермінант конкурентоспроможності суб'єктів господарювання. В умовах жорсткої конкуренції, підприємство із слабкою присутністю на ринку рано чи пізно буде остаточно витіснене [4, с.14]. Тому, виходячи з прогностичного характеру конкурентоспроможності, ринкові частки поряд із основними показниками ефективності діяльності, фінансової стійкості, ліквідності слід використовувати як елементи інтегрального показника конкурентоспроможності туристичних організацій.

Література

1. Дурович А. П. Маркетинг в туризме / А.П. Дурович, А.С. Копанев. – Минск : Новое знамя, 2004. – 400 с.
2. Баумгартен Л. В. Управление качеством в туризме / Л. В. Баумгартен. – М.: Кнорус, 2008. – 288 с.

3. Моисеева Н. К. Стратегическое управление туристской фирмой / Н. К. Моисеева. – М.: Финансы и статистика, 2007. – 230 с.

4. Конкурентоспроможність підприємства: оцінка рівня та напрями підвищення : [монографія / за заг. ред. О. Г. Янкового]. – Одеса : Атлант, 2013. – 470 с.

Котова І.М.

ст. наук. співр.,

Павлова Т.В.

ст. наук. співр.

Одеський національний економічний університет (Україна)

ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАЦІОНАЛЬНОГО ВИРОБНИЦТВА В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ

Важливою ланкою реального сектору економіки є промисловий комплекс.

Процеси розвитку промислового виробництва повинні спрямовуватися на забезпечення збалансованого зростання економіки. Таке зростання можливе за умови відновлення функціонального повноцінного розширеного відтворення, яке передбачає не тільки кількісне збільшення випуску товарів і послуг, а й здатність промислових структур продукувати власні внутрішні інноваційні капіталовкладення. Внутрішні інвестиційні можливості підприємств утілюються в кінцевому підсумку в продукції інвестиційного попиту, технологічній і структурній модернізації промислового виробництва.

Доводиться констатувати, що досі значна частка вітчизняних підприємств не оволоділи сучасними чинниками конкурентоспроможності, що закладає підґрунтя для їх стратегічного відставання в конкурентній боротьбі із зарубіжними компаніями, яка посилюється через зростання відкритості економіки України.

Нині зрозуміло, що умовами підвищення конкурентоспроможності та збільшення обсягів виробництва промисловості є прискорення НТП, інноваційний підхід до розвитку виробництва, впровадження матеріало- та ресурсозберігаючих технологій, висока якість сировини, наукові підходи до організації праці. Якісний розвиток промисловості є можливим за наявності основних фондів, що відповідають сучасним вимогам, проведення наукових досліджень та впровадження наукових розробок у виробничі процеси, що, в свою чергу, є можливим за умов наявності висококваліфікованих кадрів, галузевих наукових центрів і відповідних підрозділів на підприємствах.

У провідних країнах світу розвиток технологій і наукомісткого виробництва забезпечується інноваційною діяльністю на основі потужного фінансового забезпечення. Наблизитись до рівня розвинутих країн можна лише за рахунок реконструкції та модернізації виробництва інноваційними засобами. Значну роль у цих процесах повинно відігравати використання вітчизняних високотехнічних розробок, які можуть за короткий проміжок часу дати позитивний результат в економічному розвитку.

Головні проблеми впровадження в практику наукових досягнень полягають як у відсутності дієвого механізму зв'язку науки та виробництва, так і у невідповідності експериментально-виробничої бази науки технологічній базі промислового виробництва. Наукові організації перебувають, як правило, у скрутному становищі, що викликано недостатнім бюджетним фінансуванням науки, незатребуваністю наукових розробок підприємствами через відсутність коштів на їх оплату. Має місце процес старіння та зносу машин, устаткування і приладів. Найбільш розвинені країни прискорили проведення структурної перебудови промисловості на основі нових прогресивних технологій, забезпечивши перехід до нового технологічного укладу.

Для виправлення ситуації в Україні необхідно створення сучасних форм економічних взаємовідносин наукових організацій з промисловими підприємствами і державою, відповідних умов оподаткування наукових організацій; забезпечення координації напрямів наукової діяльності в галузях досліджень, що проводяться галузевими НДІ. Тільки такий шлях розвитку сприятиме підвищенню конкурентоспроможності промисловості та формуванню динамічних конкурентних переваг.

Державні методи поліпшення розвитку промисловості повинні базуватися на визначенні цілей науково-технічного забезпечення, які повинні вирішувати галузеві НДІ, серед них:

- усунення несприятливих тенденцій розвитку в Україні найбільш екологічно небезпечних виробництв;
- реалізація розробок, що дозволяють досягти граничних значень економічної та соціальної безпеки країни;
- розширення внутрішнього та зовнішнього ринків вітчизняної продукції;
- забезпечення споживачів різних галузей сучасними технологіями, прогресивними комплектуючими матеріалами, технікою нового покоління для створення та випуску конкурентоспроможної продукції.

З вищенаведеного аналізу вітчизняної промисловості можна зробити висновок про її незадовільний технічний та технологічний стан: вона поступається країнам ЄС за рівнем за рівнем інвестицій, що вкладаються у розвиток виробництва, в тому числі в його інноваційну складову.

Необхідно ставити завдання забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на внутрішньому ринку і проводити політику експансії на ринки інших країн, але на першому етапі Україні потрібно добитися того, щоб розрив у рівні технологій не збільшувався, а потім долати відставання.

Окрім цього, є низка інших принципових аспектів, що мають загальний характер. Тут особливо важливо звернути увагу на ті з них, що сприяють:

- а) притоку внутрішніх і зовнішніх інвестицій;
- б) посиленню інноваційних параметрів здійснюваних заходів;
- в) нарощуванню обсягів і зростанню якісних характеристик кінцевої продукції, послуг та підвищенню їх конкурентоспроможності;

г) раціоналізації використання регіональних ресурсів і розв'язанню інших, зокрема фінансових, регіональних соціально-економічних проблем.

Александрова К.І.

викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПРОБЛЕМА РОЗРОБКИ БІЗНЕС-ПРОЦЕСІВ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Розробка бізнес-процесів є важливою складовою побудови моделі підприємства в будь-якій системі бізнес-моделювання, оскільки в результаті з'являється можливість генерувати посадові інструкції, відстежувати реальне завантаження персоналу і проводити повноцінний аналіз організаційної структури. У широкому розумінні, бізнес-процес – це сукупність взаємозв'язаних заходів або завдань, направлених на створення певного продукту або послуги для споживачів. В сучасній літературі приводиться безліч визначень бізнес процесу, які доповнюють один одного. Відмінності у визначеннях продиктовані різними завданнями, для вирішення яких використовується процесний підхід. Приведемо деякі з них:

Бізнес-процес – структурований набір дій, що охоплює різні суті підприємства і підлеглий певної мети [1].

Бізнес-процес – набір активностей, які перетворюють декілька видів вхідних характеристик у вихід, що має цінність для споживача [2]. Бізнес-процес – специфічно впорядкована в часі і в просторі сукупність робіт з чітким визначенням початку та кінця, входів і виходів [3].

На ринку існує безліч програм по управлінню та аналізу бізнес-процесів. Система BPMS (Business Process Management System або BPM-система) містить ряд стандартних компонентів, які відповідають стадіям життєвого циклу процесу PDCA (Plan, Do, Check, Act). Це наступні етапи: проектування, виконання, контролю і моніторингу, поліпшення процесів.

Розглянемо найбільш легких спосіб самостійного складання моделі бізнес-процесів, який складається з трьох елементів.

По-перше, в моделі «as is» («як є») складають бізнес-процеси на основі реальної ситуації на підприємстві. Далі модель «as is» піддається аналізу, в результаті якого створюється модель вдосконаленої організації бізнес-процеса «to be» («як буде»). Останнім кроком додатково прописують модель «should be» («як повинно б бути») – модель, що ідеалізується, не відображає реальну організацію бізнес-процесів підприємства, але чітко показує, чого з рештою слід досягнути [4].

Сьогодні на ринку комп'ютерних технологій представлено декілька спеціальних програм, що дозволяють побудувати модель [5], проте, можна спробувати прописати бізнес-процеси самостійно. У такому разі розробнику слід дотримуватися певного алгоритму, який може несуттєво змінюватись в залежності від виду діяльності підприємства (табл.).

1. Слід виділити основні функціональні процеси на підприємстві. Для того, щоб згодом дані було легко проаналізувати, процеси слід викладати в хронологічному порядку.

2. Підрозділяємо кожен з виділених раніше процесів на підпроцеси.

3. Ділемо підпроцеси на складові їх мініпроцеси. Необхідно пам'ятати, що чим детальніше ви розпишете складові, тим більш достовірний результат отримаєте на виході.

4. Після визначення всіх складових елементів підпроцесів визначаються особи, відповідальні за виконання кожного з мініпроцесів.

5. Для кожного мініпроцесу вказується документ, згідно з яким можна прослідити виконання процесу.

6. В кінці вказується результат виконання того або іншого процесу, завдяки якому визначається ефективність даного процесу для підприємства.

Таблиця

Побудова підпроцеса «Сировина» на прикладі підприємства по вирощуванню грибів

№	процес	Відповідаць - на особа	документ	результат
I	ЗАКУПІВЛЯ СИРОВИНИ ТА МАТЕРІАЛІВ			
I. I	СИРОВИНА (компост)			
1	Формування заявки на компост	Технолог	графік загрузки	Гарантія забезпечення підприємства сировинною базою
2	Заказ компоста у постачальників	Директор	графік загрузки	Гарантія забезпечення підприємства сировинною базою
3	Заказ транспорту	Технологи, директор		Гарантія доставки сировини на фабрику
4	Оприходування компосту на склад	Технологи, бригадир		Облік сировини
5	Розподілення компосту по цехах	Технолог		Сировина розподілена на фабриці згідно з вимогами загрузок
6	Оплата за сировину	Бухгалтер		Погашення заборгованості перед постачальниками

Так ми побудували модель «як є». При аналізі даних моделі можуть виявитися наступні невідповідності:

- за виконання процесу відповідає працівник, який не має до нього безпосереднього відношення,

- виконання ряду процесів не підтверджено документально, що підсилює халатність співробітників;

- деякі процеси переобтяжені або йдуть не послідовно. Після детального аналізу даних аналогічним чином створюється модифікований варіант бізнес-процесів «як буде» і «як повинно бути», який потім упроваджується на виробництві. Для наочності результат відображують в блок-схемах з вказівками всіх взаємозв'язків процесів і персоналу.

Після проведеного аналізу зробимо такий висновок: головною перевагою аналізу бізнес-процесів підприємства за допомогою створення його моделі є універсальність самої моделі. Таким чином, процес виробництва стає простішим і більш легким в контролі, чітко виділяються посадові інструкції кожного працівника (що важко переоцінити), дирекція підприємства отримує можливість детально, як на рентгені, відстежувати діяльність компанії як цілісну функціональну систему, і, таким чином, приймати ефективні управлінські рішення.

Література

1. ISO/CD 15531-1.
2. Хаммер М., Чампі Дж., Давенпорт Т. Інтернет-стаття «Системи бізнес моделювання» – Business studio, 2011 р.
3. Інтернет-стаття «1-й Архітектор бізнесу», Геннадій Тіщенко, Iteam портал, 2011 р.

Молла М.Г.

викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ЯКІСТЬ ЯК СКЛАДОВА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Категорія «конкурентоспроможність підприємства» узагальнює широке коло проблем з виявлення потенційних можливостей підприємства в конкурентній боротьбі. При цьому конкурентоспроможність підприємства визначається як система, яка складається з певного набору організаційно-економічних складових, має конкретні умови функціонування і окремі критерії оптимальності на кожному етапі її розвитку.

Якість продукції належить до числа найважливіших складових функціонування підприємства та забезпечення його конкурентоспроможності в умовах відносно насиченого ринку.

В молокопереробній галузі, виходячи зі специфіки продукту, якість є однією з найважливіших складових не тільки конкурентоспроможності, а й життєздатності підприємства. Проте порівняльний аналіз демонструє, що останнім часом вартість молока та молочної продукції в Україні перевищує ціни на аналогічну продукції в країнах ЄС. Цей факт робить молоко та молочну продукцію надзвичайно привабливою для виробників фальсифікатів. Неважкі розрахунки та співставлення обсягів виробництва та перероблення молока за 2010-2011 рр. підтверджують факт заміни молочної сировини на іншу немолочного походження, а отже погіршення якості молочної продукції.

Порівнюючи інформацію про обсяги молока (табл.), необхідного для виробництва молочної продукції та обсяги переробки, що дає офіційна статистика, виявляється, що необхідно переробити молока більше ніж офіційно його перероблено. З цього ми робимо висновок, що близько 20 % молочних

жирів замінюють рослинними, така заміна відбувається в продуктах з найбільшою кількістю жирів – це масло вершкове, сири жирні. Виявлення такого роду фальсифікації дозволяє нам робити припущення, що якість молочної продукції не відповідає стандартам та нормам якості, а тому така важлива складова забезпечення конкурентоспроможності як «якість» не може бути оцінена максимально на жодному молокопереробному підприємстві України, а вітчизняні молокопереробні підприємства втрачають свої конкурентні переваги перед імпортованою продукцією.

Таблиця

Дані для порівняння фактично необхідного та промислового переробленого обсягів молока 2010-2011 рр.

Найменування	Жир, %	Молоко, необхідне для виробництва 1 тони, т	2010		2011	
			Обсяг виробництва		Обсяг виробництва	
			тис. т	в перерахунку на молоко, тис. т	тис. т	в перерахунку на молоко, тис. т
Молоко оброблене рідке	2,5	0,74	801	592,74	891	659,34
Вершки, жирністю більше 8 %	18	5,29	н/д	х	н/д	Х
масло вершкове	72,5	21,32	79,5	1694,94	76,7	1635,2
сир свіжий неферментований та сир кисломолочний	9	2,65	78,5	208,025	76,5	202,73
сири жирні	45	13,24	207	2740,68	178	2356,72
продукти кисломолочні	2,5	0,74	479	354,46	474	350,76
<i>Всього фактично необхідно молока</i>	<i>Х</i>	<i>Х</i>	<i>Х</i>	<i>5935,753</i>	<i>Х</i>	<i>5204,75</i>
<i>Всього промислово переробленого молока</i>	<i>Х</i>	<i>Х</i>	<i>Х</i>	<i>4737</i>	<i>Х</i>	<i>4615,1</i>
Абсолютна різниця, тис. т	Х	Х	Х	-1198,75	Х	-589,65
Відносна різниця, %	Х	Х	Х	-20,1955	Х	-11,32

Контролювати якість молочної продукції та підтримувати її на високому рівні, на наш погляд, потрібно з двох боків: з боку держави – відповідними законами, нормами та постановами, в яких встановлюються умови виробництва, зберігання та реалізації молока, молочної сировини та молочних продуктів, створення та діяльність лабораторій, які мають бути обладнані сучасними приборами та реактивами для визначення показників безпеки та якості молока та молочної сировини; з боку підприємства – організацію систематичного контролю якості та цілеспрямованого впливу на умови та фактори, що впливають на якість продукції. Сьогодні підприємства розвинутих

країн все ширше застосовують ефективний економічний інструмент – систему якості, яка відповідає визнаним міжнародним вимогам, що містяться у міжнародних та європейських стандартах з якості та сертифікації.

На наш погляд, на вітчизняних підприємствах слід використовувати концепцію загального управління якістю (total quality management, TQM) – це система, що передбачає всебічне цілеспрямоване і добре скоординоване застосування систем і методів управління якістю у всіх сферах діяльності від досліджень і розробок до після продажного обслуговування за участю керівництва і службовців всіх рівнів при раціональному використанні технічних можливостей.

Телешевська С.М.

викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ХЛІБОБУЛОЧНИХ ВИРОБІВ ЯК ПІДГРУНТЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ХЛІБОПЕКАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Все більшу увагу виробники продуктів харчування приділяють забезпеченню населення високоякісними та екологічними продуктами. Професори Мельник та Хенс [1] відмічають, що велика кількість людей починає серйозно замислюватися про своє здоров'я та здоров'я своїх близьких, а тому уважно слідкують за якістю продуктів харчування, які споживають. З цієї причини екологічно чисті продукти користуються попитом, а саме така продукція і являється підґрунтям сталого розвитку хлібопекарських підприємств, виготовлення і реалізація якої впливає на конкурентоспроможність підприємств України.

Ситуація, щодо підвищення вимог до якості продуктів харчування, пов'язана з широким інформуванням суспільства про погіршення стану навколишньої середовища, що супроводжується збільшенням числа різних захворювань, зростанням смертності. Наприклад, загальна екологічна ситуація в Одеському регіоні характеризується як напружена, маюча тенденції до подальшого погіршення та загострення, в цілому в Україні картина подібна. Україна названа самою вимираючою країною в Європі. За даними ЦРУ за 2013 р., на 100 новонароджених українців припадає 165 померлих, а коефіцієнт смертності (кількість померлих на 1 тис. населення) – 15,75. Світову першість у нас відібрала Південна Африка, де показники ще сумніші. Причини такого положення нашої країни багато чисельні та різнопланові, та потребують детального аналізу та послідовного екологічного оздоровлення вказаної території. Висока концентрація населення, інфраструктури та господарства, незбалансована структура господарства з високою долею екологічно-небезпечних галузей та виробництв, з відсталими ресурсо- та енергоємними технологіями, слабкий розвиток очисних споруд, занедбані та деградуючі комунальні господарства міста та селищ. Відсутність хоча б трохи помітної та

ефективної еколого-економічної політики в країні, в регіонах, в містах, лише фрагментарна та суперечлива нормативно-правова база прородокористування, слабе та не ефективне законодавство щодо виробництва та реалізації продуктів харчування, тобто споживачі є незахищеними особами у цьому процесі.

За результатами нашого опитування 2011 р. жителів Одеської області, більше 83 % респондентів заклопотані проблемою здорового харчування, при чому жінки у віці від 18 до 24 років та від 45 років і більше стовідсотково відповіли, що приділяють велику увагу вказаній проблемі. Більше 93 % наших респондентів згодні купувати екологічно чисту продукцію. 90 % повідомили, що готові більше платити за екологічно чисті товари. На питання, що вини розуміють під екологічно чистим продуктом, більшість респондентів відповіло: відсутність шкідливих домішок та добавок (57 %), використанні натуральної сировини (43 %).

Готові купувати «здорові продукти» в подальшому можуть втратити інтерес до даної категорії через те, що споживачі екологічно чистої продукції хочуть бути абсолютно впевненими, що вони купують дійсно екологічно чисту продукцію, що їх не обманюють.

Найбільш вагомими факторами, що впливають на перевагу споживачів, являються: відповідність продукції стандартам екологічно чистої продукції - 43 % опитаних; рівень ціни – 12 % опитаних; користь товару – 30 % опитаних; репутація торгівельної марки – 13 % опитаних; легкість здійснення покупки – 1 % опитаних; реклама – 1 % опитаних.

На питання: чи згодні ви купувати екологічно чисту продукцію, не один із респондентів не відмовився від купівлі екологічно чистої продукції.

Оскільки, хліб є основним продуктом в раціону більшості населення. Висока соціальна значущість хлібобулочної продукції зумовлена потребою організму людини в корисних речовинах, вони є незамінними продуктами, які необхідні людині для харчування та нормальної життєдіяльності.

Наприклад, додавання до рецептури булочних виробів порошоків дикорослих лікарських рослин поліпшує їхній хімічний склад, позитивно впливає на енергетичну цінність продукту. Так, маркетингові служби підприємств зазначають, що хліб з шипшиною користується значним попитом. Завдяки саме привабливому зовнішньому вигляду, приємному смаку, тривалій свіжості та профілактичній спрямованості [2, с.29]. Проте нажаль, акціонерні товариства не зацікавлені виробляти вироби лікувально-оздоровчого призначення, оскільки існують ряд проблем, які гальмують сталий розвиток підприємств хлібопекарської галузі в Україні: дефіцит якісного зерна на ринку, зниження якісних і смакових властивостей хліба, зростання його ціни, що в подальшому призводить на зростання ціни на кінцевий продукт [3, с.5].

Досягнення сталого розвитку хлібопекарськими підприємствами України є важливим та довгим процесом для переважної більшості підприємств, що постійно працювали за старою системою та додержувались правила, яке виражалось у максимізації прибутку, проте на сьогоднішньому етапі хлібобулочним підприємствам аби бути конкурентоздатними на ринку слід

переглянути та змінити свою політику, приділяючи велику увагу якості основної та допоміжної сировини, що використовується при виробництві хлібопродуктів.

Література

1. Социально-экономический потенциал устойчивого развития / Л. Г. Мельник, Л. Хенс. – 2-е изд., стер. – Сумы : ИТД «Университетская книга». – 2008. – 1120 с.
2. Хліб наш насущний // Харчова і переробна промисловість. – 2005. – № 6. – С. 4-5.
3. Приємний смак, тривала свіжість // Харчова і переробна промисловість. – 2007. – № 3. – С. 29.

Цуркан С.М.

викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ІНТЕГРАЛЬНИЙ ПОКАЗНИК ОЦІНКИ РІВНЯ КОНКУРЕНТО-СПРОМОЖНОСТІ ПЕРСОНАЛУ ЯК СКЛАДОВА ПОКАЗНИКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Проведене дослідження наукової літератури виявило наявність безлічі методів оцінки рівня конкурентоспроможності підприємства, що базуються на різних концептуальних засадах. Нами було виявлено, що більшість методів оцінки конкурентоспроможності підприємства засновані на конкурентоспроможності продукції підприємства [1, с.12], [2, с.7-9], [3, с.14].

На думку Н.Б. Бідник, «Конкурентоспроможність підприємства досягається при виробництві, продажу конкурентоспроможної продукції *конкурентоспроможним персоналом* з використанням конкурентоспроможного обладнання і за допомогою ефективних маркетингових заходів. Конкурентоспроможним також є підприємство, яке займає вагому частку ринку і при цьому отримує вигоду та прибутки за свою діяльність» [4, с.5].

Ми погоджуємося з думкою Н.Б. Бідник, що між конкурентоспроможністю підприємства і виробленої продукції існує тісний взаємозв'язок: конкурентоспроможна продукція є необхідною, але недостатньою умовою конкурентоспроможності підприємства, тоді як конкурентоспроможне підприємство – це виробництво, яке випускає конкурентоспроможну продукцію.

Але, на нашу думку, конкурентоспроможність як продукції так і підприємства взагалі залежить від конкурентоспроможності персоналу підприємства, тому що саме персонал підприємства, використовуючи засоби виробництва, виготовляє продукцію та забезпечує конкурентоспроможність як продукції, так підприємства.

О.А. Журан у своєму дослідженні [2, с.7] дійшла висновку, «що в даний час не існує єдиного методичного підходу визначення рівня конкурентоспроможності підприємств». Крім цього вона визначила такі головні недоліки розглянутих нею методів:

– апробовані у зарубіжній практиці методи оцінки конкурентоспроможності не завжди можливо застосувати до вітчизняних підприємств. По-перше, дуже різні ринкові умови функціонування підприємств, а по-друге, не завжди на підприємстві можна одержати необхідні для розрахунків дані через різницю управлінського обліку;

– використання того чи іншого підходу інколи неможливо застосувати через висунуті обмеження або трудомісткі розрахунки;

– деякі підходи аналізують конкурентоспроможність підприємства однобічно.

Наше дослідження показало, що існують методики розрахунку конкурентоспроможності підприємства, в яких автори пропонують застосовувати окремі показники, які характеризують ефективність використання персоналу підприємства. Наприклад, В.О. Слободянюк у розрахунок показника конкурентоспроможності підприємства з показників, які стосуються персоналу підприємства, включила тільки показник продуктивності праці як показник ефективності виробничої діяльності підприємств [5, с.11]. І.В. Завсєгдашня до економічної моделі конкурентоспроможності гірничо-збагачувальних комплексів України в якості кадрових факторів включила: середню заробітну плату, обсяг реалізації продукції на 1 грн зарплати. [6, с.11].

На думку О.А. Журан, з якою ми також згодні, для оцінки конкурентоспроможності підприємств потрібно застосувати розрахунок інтегрального показника конкурентоспроможності, головною складовою якого, на нашу думку, є інтегральний показник оцінки конкурентоспроможності персоналу підприємства.

Література

1. Титаренко В. Є. Оцінювання та розвиток конкурентоспроможності промислових підприємств : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.06.01 [Електронний ресурс] / Валерій Євгенійович Титаренко; Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Л., 2005. – 20 с.

2. Журан О. А. Умови формування характеристик конкурентоспроможності підприємств : автореф. дис ... канд. екон. наук : 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами [Електронний ресурс] / Олена Анатоліївна Журан; Одес. нац. акад. зв'язку ім. О. С. Попова. – Одеса, 2006. – 20 с.

3. Селезньова О. В. Конкурентоспроможність підприємств сільськогосподарського машинобудування : автореф. дис ... канд. екон. наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами [Електронний ресурс] / Олена Віталіївна Селезньова; Класич. приват. ун-т. – Запоріжжя, 2009. – 20 с.

4. Бідник Н. Б. Математичні методи оптимізації конкурентоспроможності підприємства : автореф. дис ... канд. екон. наук : 08.00.11 – математичні методи,

моделі та інформаційні технології в економіці [Електронний ресурс] / Наталія Богданівна Бідник; Львів. нац. ун-т ім. І.Франка. – Львів, 2007. – 20 с.

5. Слободянюк В. О. Оцінка конкурентоспроможності підприємств цукрової промисловості : автореф. дис ... канд. екон. наук : 08.00.04. – Економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) [Електронний ресурс] / Вікторія Олександрівна Слободянюк; Одес. держ. екон. ун-т. – Одеса, 2009. – 21 с.

6. Завсєгдашня І. В. Комплексна рейтингова оцінка конкурентоспроможності гірничо-збагачувальних підприємств : автореф. дис ... канд. екон. наук : 08.00.04 – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) [Електронний ресурс] / Ірина Валентинівна Завсєгдашня; Криворіз. техн. ун-т. – Кривий Ріг, 2009. – 20 с.

Бакута А.В.

аспірант

Запорізька державна інженерна академія (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПРИ СТВОРЕННІ ЛОГІСТИЧНОГО ЦЕНТРУ ПІДПРИЄМСТВАМИ- ПАРТНЕРАМИ

В сучасних конкурентних умовах успішне функціонування підприємства багато в чому залежить від рівня використання концепції логістики та складської логістики зокрема.

Світовий досвід свідчить, що застосування логістичних методів управління надасть підприємствам можливість досягти фінансової стійкості, виведе підприємства на вищу ступінь розвитку.

Але логістизація сучасних підприємств є досить витратним процесом, тому менеджерам підприємств необхідно визначити напрями логістичної діяльності за умов, що ці напрями відповідатимуть стратегічній лінії підприємств. Одним з таких напрямів може бути передача логістичних функцій підприємств на аутсорсинг.

Автор поділяє точку зору Е.Г. Багірова [1, с.112-117], І.Є. Матвія [2, с.197-201], Л.О. Лігоненко [3, с.115-125], що в Україні не існує належного оператора з надання послуг з логістичного аутсорсингу; часто підприємства співпрацюють з декількома операторами, оскільки немає оператора, який надавав би весь спектр логістичних послуг, як це відбувається в європейських країнах та США. Крім того, поряд з перевагами аутсорсингу логістичних послуг, існує ряд ризиків та недоліків, які виникають, коли підприємства передають логістичні функції (бізнес-процеси) третій стороні (логістичному оператору) як самостійному суб'єкту господарювання. Створення власного логістичного центру дозволить мінімізувати, або навіть повністю уникнути цих ризиків та недоліків.

За визначенням І. Фехнера [4, с.38], логістичний центр – це просторовий об'єкт обкресленої функціональності з відповідною інфраструктурою і

організацією діяльності, за допомогою якого реалізуються логістичні послуги, пов'язані з прийманням, складуванням, розподілом (консолідацією /деконсолідацією) і відправкою товарів, а також супутніми послугами, що надаються незалежними по відношенню до відправника або одержувача суб'єктами господарювання.

Але створення логістичного центру не під силу та й недоцільне для окремо взятого підприємства. За ідеєю автора передбачається сумісне вкладання інвестиційних коштів промислових підприємств однієї галузі певного міста чи регіону в створення логістичного центру, який буде надавати послуги з логістики, як третя сторона (3 PL-оператор). Поступово, з економічним розвитком логістичного центру та розширенням сфери його логістичних та супутніх послуг, відбудеться його еволюція як 4 PL та 5 PL-оператора, що відображено на рис.

Однією з найважливіших переваг при цьому є підтримання добросовісної конкуренції в галузі та регіоні, оскільки підприємства являються партнерами, залежними один від одного. Прикладом цього можуть бути машинобудівні підприємства міста Мелітополь Запорізької області, де кожне підприємство є постачальником або споживачем одне одного.

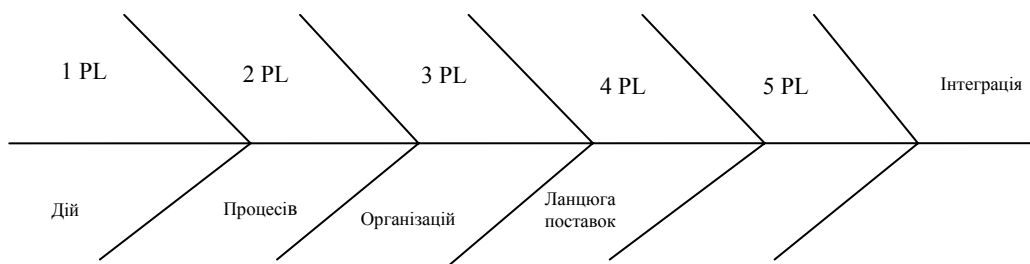


Рис. – Еволюція логістичного оператора на фоні інтеграції в ланцюг поставок

Кожне підприємство являтиметься окремою ланкою одного логістичного ланцюга і опиниться на шляху до поступової горизонтальної інтеграції господарських відносин в межах цього логістичного ланцюга. Координоване та інтегроване управління основними процесами господарсько-економічної діяльності підприємств, а також усіма логістичними потоками, призведе до зменшення загальних витрат підприємств, що є основною ціллю удосконалення їхньої діяльності.

Передача логістичних функцій підприємств на аутсорсинг (логістичному центру) дозволить підвищити конкурентоспроможність підприємств на ринку, завдяки: зростанню ефективності – скорочення операційних витрат, скорочення інвестицій в сфері логістики; підвищенню якості – вища якість ринкового обслуговування та економія часу, сучасні логістичні рішення тощо.

Таким чином, логістичний центр, який пропонує створити автор, є сумісним, ведучим, інтегрованим логістичним відділом кожного з підприємств-партнерів, які зв'язані між собою міцними економічними і правовими відносинами. Крім того, такий логістичний центр є невід'ємною

ланкою ланцюга створення доданої вартості для кожного з підприємств-учасників.

Література

1. Багіров Е. Г. Особливості логістичного аутсорсингу в Україні / Е. Г. Багіров, Д. Е. Лисенко, Д. Н. Бугас // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі : проблеми теорії та практики. – 2011. – № 4(16). – С.112-117.

2. Матвій І. Є. Дослідження особливостей використання аутсорсингу в логістиці підприємств в сучасних умовах / І. Є. Матвій // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 6. – Том 4. – С.197-201.

3. Лігоненко Л. О. Аутсорсинг як інструмент оптимізації та підвищення ефективності бізнесу / Л. О. Лігоненко, Ю. Ю. Фролова // Актуальні проблеми економіки – 2005. – №6(48). – С.115-125.

4. Крикавский Е. В. Логистический центр – это узловой объект логистических сетей // Логистика : проблемы и решения. – 2008. – № 5 – С.38-39.

Безнощенко Н.О.

аспірант

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ФАКТОР ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах, коли виживання будь-якої фірми, її стійке положення на ринку визначається рівнем конкурентоспроможності, висувуються принципово нові вимоги до якості продукції, що випускається. Це пов'язано з тим, що на конкурентоспроможність впливає декілька десятків факторів, серед яких можна виділити два основних – рівень ціни та якість продукції. До того ж другий фактор поступово виходить на перше місце. Управління якістю є однією з ключових функцій менеджменту, основним засобом досягнення та підтримки конкурентоспроможності будь-якого підприємства.

Кризова ситуація в економіці України ще раз висвітила критичні для безпеки країни чинники, головним з яких є мала питома вага вітчизняного машинобудування в загальному обсязі промислового виробництва (14 %) і, як наслідок, неадекватне зростання імпорту з величезними кредитними запозиченнями за кордоном.

Для подальшого промислового розвитку країни простого шляху не існує і потрібна багаторічна наполеглива державна політика структурних перетворень. У той же час є необхідним випереджаюче зростання обсягу машинобудування, тому що саме воно визначає виробничий потенціал країни, забезпечує стійке функціонування провідних галузей економіки, а також наповнення споживчого

ринку і, що не менш важливо, забезпечує зайнятість населення, підвищуючи його кваліфікаційний рівень.

Головна мета розвитку машинобудування України – задоволення внутрішнього попиту на машинобудівну продукцію, розширення присутності на зовнішніх ринках. Мету має бути досягнуто на основі перетворення машинобудування у конкурентоспроможний, ефективний, високотехнологічний і сприйнятливий до інновацій комплекс, що динамічно розвивається, інтегрований у систему міжнародного розподілу праці.

Для досягнення цієї мети необхідно: підвищити конкурентоспроможність машинобудівної продукції; поліпшити інвестиційну привабливість підприємств галузі; розширити ринки збуту машинобудівної продукції; реструктуризувати машинобудівний комплекс; поліпшити забезпечення висококваліфікованими науковими і робочими кадрами [1, с.39-40].

Узагальнено конкурентоспроможність товару може бути представлена наступним рівнянням:

$$\text{Конкурентоспроможність товару} = \text{Якість} + \text{Ціна} + \text{Обслуговування}.$$

Канонічне визначення поняття «якість продукції» є таким: *якість* – це сукупність властивостей та характеристик продукту, котрі надають йому здатність задовольняти встановлені або передбачувані потреби. Встановлені потреби зафіксовані у правових нормах, стандартах, замовленнях, угодах, технічних умовах поставок та інших документах. Передбачувані потреби – це ті очікування, які споживач зазвичай не формулює конкретно, але відносить до стійких побажань; до них можна віднести, наприклад, відповідність продукту моді, звичкам споживачів, національним або культурним особливостям споживання тощо [2, с.285].

Для сучасних товарів машинобудування виділяють наступні основні види показників якості: показники призначення (конструктивні та експлуатаційні), показники надійності та довговічності (безпека, здатність до ремонту, збереженість, довговічність), показники технологічності (конструктивні, виробничі, експлуатаційні), ергономічні показники (гігієнічні, антропологічні, фізіологічні, психологічні), естетичні показники (виразність та гармонійність), патентно-правові показники (патентний захист та патентна частота), економічні показники (рівень сумарних витрат). Багато з розглянутих показників якості має прямий або непрямий вплив на ефективність виробництва та споживання продукції [3, с.178-179].

Якість визначається дією багатьох випадкових, місцевих і суб'єктивних факторів. Для попередження впливу цих факторів на рівень якості необхідна система управління якістю. При цьому потрібні не окремі розрізнені і епізодичні зусилля, а сукупність заходів постійного впливу на процес створення продукту з метою підтримки відповідного рівня якості [4, с.24].

У світовій практиці широко використовуються системи менеджменту якості за стандартами ISO серії 9000 (вимоги до системи управління), екологічного менеджменту за стандартами ISO серії 14000 (вимоги до

управління навколишнім середовищем), статистичні методи управління якістю, концепція загального управління якістю – TQM (Total Quality Management), концепція «шість сигм», принципи бенчмаркінгу, методи «кайзен», «канбан», «поке-ека», «хосін канрі», реінжиніринг.

Таким чином, 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.

Література

1. Ситніченко В. Стратегія розвитку машинобудування на основі системи збалансованих показників / В. Ситніченко // Стандартизація, сертифікація, якість. Науково-технічний журнал. – 2009. – № 1. – С. 39-44.

2. Управління конкурентоспроможністю підприємства : навч. посіб. / [С. М. Клименко, О. С. Дуброва, Д. О. Барабась та ін.] – К.: КНЕУ, 2006. – 527 с.

3. Різніченко Л. В. Розробка стратегії підвищення якості продукції як гаранту зростання конкурентоспроможності підприємства / Л. В. Різніченко // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010. – № 1, Т. 2 «Економічні науки». – С. 178-184.

4. Тарасова О. В. Сучасні концепції управління якістю продукції / О. В. Тарасова, О. В. Левицька // Економіка харчової промисловості. – 2010. – № 1 (5). – С. 24-27.

Кузнєцова О.В.

аспірант,

Одеська національна академія зв'язку ім. О.С. Попова (Україна)

ОСНОВНІ АСПЕКТИ ЩОДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОСЛУГИ ЗВ'ЯЗКУ

Сьогодні ми живемо в період вступу людства в абсолютно нову фазу свого розвитку – інформаційного суспільства. Зараз істотно підвищуються вимоги як до якості так і до кількості послуг зв'язку, це пов'язано з тим, що послуги зв'язку торкаються усіх сторін як життя так і діяльності людини, і суспільства в цілому. Послуги зв'язку справляють істотний вплив на використання сучасних засобів зв'язку, на їх економічні, технологічні, соціальні та культурні параметри. Але, поряд із важливістю цієї сфери діяльності суспільства, характерною особливістю сучасного етапу розвитку суспільного виробництва є швидке зростання споживання послуг, а економіку різних розвинених держав сьогодні можливо характеризувати як економіку послуг.

З послугами сьогодні, так чи інакше, пов'язана вся сучасна економіка. Надані послуги відіграють важливу роль у підвищенні добробуту населення будь-якої держави. Прибуток фірм, рівень соціальної захищеності населення та навіть дохід цілих країн напряму залежить від якості послуг.

У споживачів з'явилась можливість порівнювати, тим самим стимулюючи виробників (конкурентів) до надання якісних послуг, і все це завдяки наявності ринку послуг.

Розвиток сфери послуг постійно потребує передумови для структури споживання населенням, зростанню частки послуг в економіці і скороченню питомої ваги матеріального споживання. Необхідно постійно впроваджувати нові форми і види послуг, розширювати мережу підприємств, які їх надають, збільшувати обсяги реалізації, та підвищувати якість послуг.

Постійне збільшення сфери послуг підтверджується закордонним досвідом. Доля послуг в ВНД розвинутих країн складає близько 2/3. В США кількість працюючих в сфері послуг досягло 79 % від загальної чисельності зайнятих. В ФРН у сфері послуг зайнято 41 % робочої сили, в Італії – 35 % [3]. Судячи з прогнозів, збільшення робочих місць буде здійснюватись саме за рахунок сфери послуг.

Послуга – це достатньо складне суспільне явище. Як вид економічної діяльності послуги існують давно. В науковій літературі наведено різноманітні кількості тлумачень поняття "послуга".

А. Маршал, Д. Рікардо, Е. Бем-Баверк при зближенні класичної теорії трудової вартості і граничної корисності характеризують послугу як форму, що володіє корисністю [4].

Інші автори [5], аналізуючи сферу послуг, виказують думку щодо послуги як особливого виду благ, які можуть приносити дохід.

В економічній науці в цілому поняття "послуга" вважалась діяльністю, яка не створює національного доходу та не бере участі у створенні валового національного продукту. Саме це і призвело свого часу до значних втрат у галузі зв'язку, бо це зменшило пай капітальних вкладень, які виділялись на цю галузь. Також суттєвих збитків зазнали працівники сфери послуг через те, що вважалось, що вони не беруть участі у створенні національного доходу, а отже, не мають власного фонду оплати праці, бо не створюють прибутку. Весь цей час вчені економісти боролися за визнання праці зв'язківців продуктивною, яка відіграє важливу роль у створенні національного доходу. Вони спирались на те, що праця зв'язківців є продуктивною, а за своєю специфікою вона має форму послуги, і це є справедливим доказом того, що вона затрачувана у сфері матеріального виробництва.

Саме тоді було введено поняття "продукція зв'язку" для того, щоб підкреслити матеріальну основу галузі та показати економічну ідентичність результату праці в галузі зв'язку з іншими галузями матеріального виробництва.

Сьогодні вся галузь зв'язку та продуктивний характер праці зв'язківців віднесено до сфери матеріального виробництва. Зараз зв'язок обслуговує і державне управління, і всі галузі матеріального виробництва, і невиробничу сферу (охорону здоров'я, освіту, культуру тощо), і кожну окрему людину нашої країни.

В даний час, в розвинутих країнах, зв'язок – це важливіший фактор економічного розвитку та процвітання нації. Резолюції й документи Ради

Європи присвячені формуванню національної політики в галузі побудови інформаційного суспільства, причому це завдання сприймається як необхідна умова розвитку суспільства, недотримання якої призводить до втрати темпів розвитку й відкидання з провідних економічних і технологічних позицій. Програма економічного розвитку будь-якої країни не може вважатися збалансованою та ефективною, якщо в ній не буде достатньо уваги приділено послугам зв'язку для розвитку національної економії, для підвищення конкурентоспроможності виробництва та доки не буде надано пріоритет розвитку національних систем зв'язку.

Література

1. Закон України «Про Телекомунікації». – К.: Державне видавничо-інформаційне агентство «Зв'язок», 2003. – 58 с.
2. Економіка галузі зв'язку : підручн. для вузів і фахівців зв'язку: у 2-х т. / за ред. В. М. Орлова, Ф. З. Мардаровського, Н. Ю. Потапової-Сінько. – Т.1 : Управління, планування, ресурси / В. М. Орлов, В. М. Гранатуров, Ф. З. Мардаровський та ін. – [2-ге вид. пер. і доп.]. Одеса : УДАЗ. – 1999. – 238 с. Т.2 : Проектування, ефективність, фінанси / В. М. Орлов, В. М. Гранатуров, Ф. З. Мардаровський та ін. – [2-ге вид. пер. і доп.]. Одеса : УДАЗ. – 1999. – 280 с.
3. Концепція розвитку ВАТ «Укртелеком» до 2005 р. – К., 2001. – 40 с.
4. Петров В. И. Вопросы развития электросвязи: финансирование Всеобщего доступа / Всеобщего Обслуживания / В. И. Петров, Т. Е. Бурлака, И. А. Дьяченко // Зв'язок. – 2003. – №5. – С. 10-14.
5. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов / пер. с англ. Т.1. – М., 1962, с. 244.

Покариніна А.С.

аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

ЯКІСТЬ ПРОДУКЦІЇ ЯК ОСНОВНИЙ ВАЖІЛЬ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ

Якість та конкурентоспроможність продукції в умовах транзитивної та ринкової економік є факторами успішної господарської та підприємницької діяльності суб'єктів усіх організаційно-правових форм, забезпечення високої ефективності виробництва та реалізації продукції.

В економічній літературі останніх років багато уваги приділено питанням оцінки рівня якості продукції, взаємозв'язку якості продукції та її конкурентоспроможності тощо. Так, проблемами якості та конкурентоспроможності продукції займаються науковці, серед яких слід виділити Е.В. Мінько, В.П. Смирнова, А.І. Кібіткіна, Л.В. Баумгартена, П.С. Зав'ялова, Е. Демінга, Р.А. Фатхутдінова, С.У. Нуралієва, І.М. Ліфіца, М.С. Ісаєва, Ш.Ш. Магомєдова, М.

М. Лобанова, І.Б. Гуркова та ін. Аналіз останніх наукових праць свідчить про наявність певних розробок.

Важливими показниками діяльності організацій є якість і конкурентоспроможність продукції. Категорія якості продукції безпосередньо і тісно пов'язана з конкурентоспроможністю, маючи загальну сферу формування і прояву.

В практичній діяльності та в теоретичних дослідженнях нерідко стоїть знак рівності між якістю та конкурентоспроможністю продукції, або ж взагалі не робиться відмінностей між ними. Також існує багато суперечок з приводу того, яке з зазначених понять є ширшим.

Так, в деяких наукових працях існує думка щодо тотожності якості та конкурентоспроможності [1, с.127]. Інші автори взагалі не вважають якість підпорядкованою категорією по відношенню до конкурентоспроможності і розглядають її як комплексний показник якості будь-якого економічного об'єкта в ринковому середовищі, що характеризує потенціал даного об'єкта.

Також існує думка, що поняття конкурентоспроможності продукції значно ширше поняття «якість продукції»: конкурентоспроможність є інтегральним показником, що включає як якість, так і ціну, термін поставки, рівень сервісу тощо, причому вагомість якості, за оцінками зарубіжних фахівців, становить близько 70 % [2, с.24-25].

Змішання понять «конкурентоспроможність продукції» та «якість продукції», і розгляд конкурентоспроможності тільки на основі технічних характеристик продукції, без урахування економічних параметрів, пояснюється історично сформованим пріоритетом питань якості та технічного рівня промислової продукції в економіці радянського періоду [3, с.63-64].

Аналіз понять «якість» і «конкурентоспроможність», розглянутих сучасними дослідниками, дозволив автору зробити висновки, що, поняття «конкурентоспроможність продукції» та «якість продукції» не є тотожними і взаємозамінними, якість є складовою конкурентоспроможності продукції, вони співвідносяться як приватне і ціле.

Серед великої кількості рекомендацій щодо підвищення якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції найпоширенішими є наступні:

1) забезпечити відміну товару за основними споживчими властивостями від товарів конкурентів;

2) використовувати нові технології, що забезпечують виробництво даного товару з найменшими витратами і досягти лідерства шляхом створення високоякісного товару при збереженні колишньої реалізаційної ціни;

3) впровадити системи управління якістю на основі міжнародних стандартів, що є одним з загально визнаних факторів підвищення конкурентоспроможності;

4) на основі переходу від послідовного до паралельного методу організації виробництва розробляти нову продукцію, яка буде лідером на ринку в найближчі роки.

5) вийти на ринок з новим товаром. Одним з основних критеріїв конкурентоспроможності є здатність швидко оновлювати продукцію.

На думку автора такі рекомендації носять доволі утопічний характер, або взагалі не відповідають реаліям сучасної української економіки. Забезпечення високого рівня якості продукції та її конкурентоспроможності автор бачить у підвищенні рівня інвестування у виробництво, збільшення динаміки впровадження інновацій у виробництво, підвищенні уваги до вивчення споживчих запитів і переваг.

Крім вищесказаного, вирішення даної проблеми неможливе без ретельного контролю та ефективної підтримки з боку органів влади: необхідно розвивати політику поліпшення якості продукції не тільки окремого підприємства, області, а й країни в цілому.

Література

1. М. Г. Долинська, І. А. Соловійов. Маркетинг и конкурентоспособность промышленной продукции. – М.: Экономика, 1999. – 255 с.
2. Е. В. Мінько, М. Л. Кричевский. Качество и конкурентоспособность. СПб.: Питер, 2004. – 268 с.
3. Д. І. Долгов. Взаимосвязь качества и конкурентоспособности машиностроительной продукции // Успехи современного естествознания.– 2006. – № 11. – С. 110.

Радулов Д.Д.

аспирант

Одесский национальный экономический университет (Украина)

ВНЕШНИЕ ФАКТОРЫ МЕЗОУРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Внешние факторы – это силы, явления, обстоятельства, влияющие на конкурентоспособность отдельного предприятия извне. Предприятие не всегда может на них влиять, руководить ими [1]. К этим факторам следует относить действия правительства, факторы спроса, активность конкурентов и пр.

Внешним факторам конкурентоспособности предприятия посвящены исследования таких ученых, как М.В. Шеремет, Д.Б. Станько, И.У. Зулькарнаев, Л.Р. Ильясова, А.Т. Зуб, И.А. Бланк, Т.А. Фролова и др.

Рассмотрим более подробно факторы конкурентоспособности предприятия, которые мы, в результате проведенных исследований, отнесли к мезоуровню (контролируемые государством, наличие влияния предприятия – уровень «область, район, город»).

Каждое предприятие расположено на определенной территории, на которой действуют определенные процессы, силы, факторы социального, экономического, культурного и других характеров, которые и являются факторами мезоуровня. На рис. приведена классификация факторов мезоуровня конкурентоспособности предприятия.

Общепринятой классификации факторов конкурентоспособности предприятий не существует, однако практически все ученые выделяют систему государственного регулирования как один из внешних факторов конкурентоспособности.

Представим каждую из подгрупп в виде показателей, которые наиболее емко характеризуют ее и в той или иной мере влияют на уровень конкурентоспособности предприятия региона.

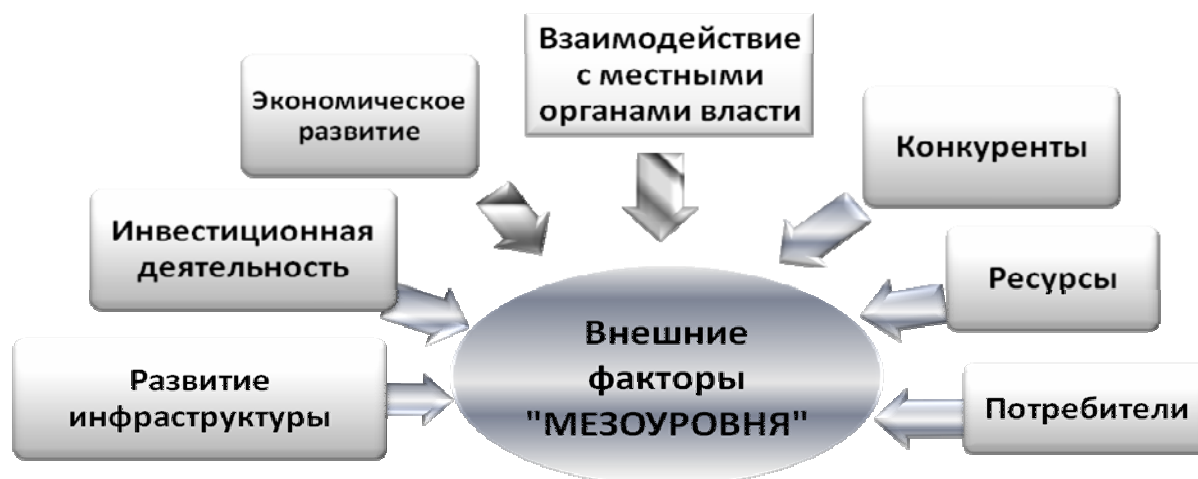


Рис. – Классификация внешних факторов конкурентоспособности предприятия мезоуровня

Подгруппа «Экономическое развитие». В эту подгруппу предлагаем включить показатели, характеризующие производственную деятельность предприятий региона: индекс промышленной продукции по основным видам деятельности, объем реализованной промышленной продукции на единицу населения и т.д. [2].

Подгруппа «Развитие инфраструктуры». Высоко развитая инфраструктура имеет большое значение для эффективного функционирования как экономики в целом, так и отдельно взятых предприятий, поскольку она является важным фактором, определяющим место расположения экономической деятельности, вид деятельности.

Подгруппа «Инвестиционная деятельность». Уровень инвестиционной привлекательности региона показывает на сколько лояльно власти относятся к иностранным и отечественным инвесторам, на сколько им комфортно в регионе. Уровень привлечения инвестиций может оказать значительное разнонаправленное влияние на промышленные предприятия, соответствие качества производимой продукции требованиям покупателей, рентабельность деятельности, прибыльность, а соответственно и конкурентоспособность предприятий.

Подгруппа «Конкуренты» включает в себя факторы, в рамках которых предприятия взаимодействуют или противодействуют друг другу.

Подгруппа «Потребители» представляет собой характеристику потребительского рынка региона. Без наличия потребителей, их желания

приобрести товар, основная цель деятельности предприятия – получение прибыли – будет недостижимой при любых обстоятельствах [2].

Подгруппа «Ресурсы» – одна из наиболее широко представленных подгрупп, показатели которой характеризуют наличие не только материальных ресурсов в регионе, но и кадровых, научных и т.д [2].

Подгруппа «Взаимодействие с местными органами власти». От политики, которую осуществляет государство, от методов воплощения политики в различных сферах зависит результат деятельности промышленного комплекса в целом и отдельно взятых промышленных предприятий, как в стране, так и в отдельном регионе. Подгруппа «Взаимодействие с местными органами государственной власти» может сыграть решающую роль, даже при условии, что показатели остальных факторов будут на высшем уровне.

Литература

1. Кузьминич Г. Г. Факторы, влияющие на конкурентоспособность предпринимательских структур // Известия Иркутской государственной экономической академии. Электронный журнал. № 4, 2011. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://elibrary.ru>

2. Отчет о конкурентоспособности Украины 2009 // Фонд «Эффективное управление» [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://feg.org.ua>

Донцова А.Ю.

здобувач

Кіровоградський національний технічний університет (Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Формування конкурентного середовища в Україні неодмінно позначається на функціонуванні ринку праці. В умовах перевищення пропозиції робочої сили над попитом загострюються конкурентні відносини. Зростають вимоги роботодавців до знань, вмінь, досвіду працівників. Особи, які найбільше відповідають ринковому попиту, вважаються більш конкурентоспроможними. Для окремих підприємств, регіону, України загалом бажано зростання кількості працівників, які мають конкурентоспроможний трудовий потенціал, оскільки це позначається на конкурентних можливостях економіки, її здатності до інноваційного розвитку, засвоєнні нових знань.

Конкурентоспроможність трудового потенціалу (КТП) у вітчизняній літературі все ще залишається новим напрямком, який потребує поглибленого вивчення. Окремі її аспекти досліджували Д. Богиня, М. Семикіна, Л. Лісогор, О. Грішнова, Н. Глевацька, Д. Ратников та ін. Водночас трактування сутності КТП, підходи до його оцінки залишаються неоднозначними.

М. Семикіна вважає, що ця категорія є багатоаспектною та багатовимірною, зокрема може визначатись як сукупність якісних та вартісних

характеристик робочої сили, які характеризуються попитом на певному сегменті ринку праці у певний період часу [1, с.356]. Виходячи з поглядів Глевацької, КТП персоналу можна розуміти як вміння кожного працівника підприємства, як окремо, так і разом, своєчасно реагувати на зовнішньо-економічні зміни середовища, швидко адаптуватися до них та створювати вироби, які відповідають всім вимогам споживача з найменшими витратами всіх видів ресурсів [2, с.80]. Дещо іншим є підхід Р. Фатхутдінова [3, с.501], який вважає головним конкурентні переваги у розвитку окремих компонент трудового потенціалу (табл.), при цьому поділяє такі переваги на: а) зовнішні, що визначаються конкурентоспроможністю організації, де працює конкретний робітник; б) внутрішні, які притаманні індивіду, можуть бути успадковані або розвинені в процесі навчання, трудової діяльності.

Таблиця

Приклади характеристик трудового потенціалу, які визначають його конкурентоспроможність

Компоненти трудо- вого потенціалу	Об'єкт аналізу та їх характеристики		
	Людина	Підприємство	Суспільство
1. Здоров'я	Працездатність. Час відсутності на роботі через хворобу	Втрати робочого часу через хвороби і травми. Витрати на забезпечення здорового персоналу	Середня тривалість життя. Витрати на охорону здоров'я. Смертність за віковими категоріями.
2. Моральність	Ставлення до оточуючих	Взаємини між співробітниками	Ставлення до інвалідів, дітей, старих. Злочинність. Соціальна напруженість
3. Творчий потенціал	Творчі здібності	Кількість винаходів, патентів, ноу-хау, нових виробів на одного працюючого	Доходи авторських прав. Кількість патентів і міжнародних премій на одного жителя країни.
4. Активність	Прагнення і реалізація здібностей. Заповзятливість	Заповзятливість	Темпи науково-технічного прогресу
5. Організованість	Актуальність, раціональність, дисциплінованість, ощадливість, обов'язковість і порядність	Втрати від порушень дисципліни. Ретельність	Рівень розвитку законодавства. Рівень розвитку інфраструктури, дотримання договорів і законів
6. Освіта. Знання. Загальний термін навчання в школі, ВНЗ	Частка фахівців з вищою освітою, витрати на підвищення кваліфікації	Середній час навчання. Частка ВВП витрат на освіту з державного бюджету	
7. Професіоналізм	Уміння. Рівень кваліфікації	Якість продукції. Втрати від браку	Доходи від експерта. Втрати від аварії
8. Ресурси робочого часу	Річний робочий час	Чисельність працівників. Річний робочий час на одного робітника	Частка працездатного населення. Рівень безробіття

О. Грішнова і О. Шпирко виходять з того, що конкурентоспроможність персоналу є функцією від його якості і ціни. До індикаторів конкурентоспроможності дослідники відносять: об'єктивні якісні характеристики працівників (досвід, освіта, здоров'я, продуктивність праці, кваліфікація); суб'єктивні якісні характеристики (характер, здатність до навчання); цінні характеристики (витрати на персонал, витрати пов'язані з прийомом на роботу, навчання, підвищення кваліфікації, адаптацією) [4, с.3].

Узагальнюючи різноманітні підходи, вважаємо, що КТП – це сукупність якостей трудового потенціалу (на рівні індивіда, персоналу, працівників регіону, країни), які відповідають ринковому попиту і дозволяють реалізувати потенційні здібності до праці, отримуючи максимально можливий соціально-економічний ефект від своєї трудової діяльності в певний період часу.

Література

1. Семикіна М. В. Мотивація конкурентоспроможної праці : теорія і практика регулювання. Монографія. – Кіровоград : Пік, 2003. – 426 с.
2. Глевацька Н. М. Стратегія забезпечення конкурентоспроможності робочої сили // Зб. наукових праць. Формування ринкової економіки, Том. 2 : Управління персоналом в організаціях. – К.: КНЕУ, 2005. – С. 80-87.
3. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность организации в условиях кризиса (экономика, маркетинг, менеджмент). – М.: ИНФРА, 2002. – 625 с.
4. Грішнова О., Шпирко О. Конкурентоспроможність персоналу підприємства : критерії визначення та показники вимірювання // Україна : аспекти праці, 2004. – № 3. – С. 3-9.

Савіцький А.В.

здобувач

Хмельницький національний університет (Україна)

РОЛЬ ВНУТРІШНІХ ФАКТОРІВ У ФОРМУВАННІ ЯКОСТІ ПРОДУКЦІЇ ПРОМИСЛОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

На сьогодні, як вітчизняні, а так і зарубіжні товаровиробники вивчають безліч питань, які пов'язані з якістю продукції та дослідженням факторів, які впливають на її формування. Поняття якості є досить багатограним. Тому, різні вчені в процесі вивчення поняття «якості продукції» виокремили певні групи факторів, які можуть впливати на якість продукції, виступати її характеристиками та діяти як самостійно, а так і у взаємозв'язку між собою. Дослідження взаємозв'язку між факторами впливу дає можливість їх розглядати з точки зору всіх стадій життєвого циклу продукції, який може відображатися як на певній окремій стадії виробництва продукції, а так і на кількох [2, с.52].

Взагалі, фактори впливу ототожнюють з конкретною силою, яку здійснює вплив на матеріали, сировину, елементи виробничого процесу, мотивацію та результат в цілому. Тому, найголовнішим чином слід розглядати внутрішні фактори впливу на формування якості продукції, а саме ті фактори, які може контролювати саме підприємство та які залежать від виробничого процесу та його діяльності [3].

Внутрішні фактори можна об'єднати в чотири групи: технічні, організаційні, економічні і суб'єктивні [2, с.52-54], [1, с.113-120].

Кожна з груп внутрішніх факторів може по різному впливати на створення якісних виробів. Досить велика увага під час виробничого процесу приділяється технічним факторам, проте, якщо майбутні одиниці виробів спроектовані достатньо продумано та успішно, але в результаті організаційних процесів на підприємстві зазнають неправильного управління та організації, досягнення високих якісних параметрів продукції зазнає негативного впливу з точки зору організаційних факторів і втрачається.

Найважливішими факторами, які впливають на весь виробничий процес, а отже і на формування якості продукції є економічні фактори. До економічних факторів відносять ступінь підвищення рівня продуктивності праці, собівартість, ціну, рівень оплати праці, рівень затрат на технічне обслуговування і ремонт та ін. Найбільш стимулюючим фактором є ціна і зарплата. Економічні фактори, також мають тісний взаємозв'язок з організаційними факторами впливу на якість продукції, так як вимірювання затрат праці, засобів та матеріалів впливає на досягнення і забезпечення певного рівня якості виробів. Досить важливим факторами, який пов'язаний зі всіма іншими факторами, які впливають на якість продукції є суб'єктивні фактори [1, с.113-120].

Суб'єктивні фактори досить чітко виділяються від інших факторів впливу тим, що за своєю специфічністю вони можуть спрямовувати будь-які фактори виробництва на відповідний рівень виробництв, так як до суб'єктивних факторів відносять професійну підготовку працівників, їх фізіологічні та емоціональні аспекти підготовки праці та мотивації. Суб'єктивні фактори по різному можуть впливати на формування якості продукції під час її виробництва. Наприклад, від професійної підготовки працівників залежить рівень використання технологічних факторів, так як будь-який працівник повинен вміти правильно здійснювати виробничий процес та експлуатацію технологій [2, с.52-53].

Отже, необхідно враховувати значення та роль кожного з досліджуваних факторів впливу на якість продукції, що дозволить співставити усі зазначені факторні властивості та відобразити їх на виробництві майбутніх виробів. Досягнення високих якісних параметрів продукції надасть можливість для підприємства завоювати міцні позиції на ринку та підвищити її конкурентоспроможність.

Література

1. Лойко Д. П. Управління якістю : навч. посіб. – 2-е вид. / Д. П. Лойко, О. В. Вотченікова, О. П. Удовіченко, М. А. Котлар. – Львів : «Магнолія 2006», 2010. – 336 с.
2. Шаповал М. І. Основи стандартизації, управління якістю і сертифікації : підручник. – 3-є вид., перероб. і доп. – К.: Видавництво Європ. університету, 2002. – 174 с.
3. Левкулич В. В. Зовнішні та внутрішні фактори впливу на забезпечення та покращення якості продукції [Електронний ресурс]. – Режим доступу :
http://archive.nbu.gov.ua/portal/natural/nvuu/Ekon/2012_36/statti/3_13.htm

2. ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

**Grzybowska B.
dr inż.**

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

INNOVATIVENESS OF INDUSTRIAL ENTERPRISES IN POLAND COMPARED TO OTHER COUNTRIES OF THE EUROPEAN UNION

Innovation is presented as the ability and motivation of business entities to continuously search for previously unknown concepts, ideas and inventions, and practical application of research results and the work of the R&D. Innovation activity, as an important element for companies, enables them to simultaneously improve their competitiveness on the market [2, p.23]. The aim of the study is to assess the innovation potential and innovative activity of industrial enterprises in Poland compared to other European Union countries. The choice of this sector of the economy was due to many reasons. On the one hand, industrial companies report the need for innovative solutions in the field of science and technology.

On the other hand, they provide their market partners with technological innovation. Therefore, as rightly pointed out by Bukowski et al. [1, p.119], the relationship between the manufacturing industry and other actors of innovation (i.e. science and government) determines the international competitive position of a country's economy. The conducted analysis shows that the level of innovation in industrial enterprises in Poland compared to other European Union countries in 2002-2010 was relatively low. This fact is especially present in the areas related to R&D (due to the low number of enterprises engaged in R&D and the levels of expenditure incurred by companies in this sphere) and a low proportion of innovative enterprises. Only in the case of participation of companies co-operating in the field of innovation and benefiting from public support industrial enterprises in Poland seem relatively better, standing at the top or in the middle of the ranking of the EU countries. Reasons for this are mainly due to financial barriers, inadequate involvement of public authorities in supporting innovative activities and the lack of cooperation between R&D and business.

References

1. Bukowski M., Szpor A., Śniegocki A. Potencjał i bariery polskiej innowacyjności. Instytut Badań Strukturalnych, Warszawa. - 2012.
2. Sudolska A., Głabiszewski W.. Przejawy aktywności proinnowacyjnej przedsiębiorstw regionu kujawsko-pomorskiego w świetle badań empirycznych. Przegląd Organizacji, 7-8: 23-27. - 2008.

**IDENTIFICATION OF ORGANIZATIONAL CULTURE FACTORS THAT
HAVE AN IMPACT ON INNOVATION IN MANUFACTURING
ENTERPRISES. RESULTS OF EMPIRICAL RESEARCH**

Culture is likely to have a profound and continuing effect on innovation within organizations, contributing to the development of different norms, habits, and ways of working. An innovation-oriented culture appears to be extremely important in predicting future innovation and, subsequently, organizational performance [1]. The key to success in innovation lies in making sure these two critical aspects of innovation - strategy and culture - are in alignment and working together [2]. The literature on organizational innovation emphasizes the importance of culture as a major determinant in innovation performance [3-6].

The aim of this study was identification of factors of organizational culture which influence enterprise innovation and evaluation of this strength impact. The survey included 86 companies, mainly manufacturing from the region of Warmia and Mazury in Poland.

The analysis can confirm that the factors affecting organizational culture have an impact on innovation. The strongest and at the same time a statistically significant correlation was observed between innovation and the mission and vision of the company (Pearson correlation coefficient $R = 0.685$). The high correlation coefficients allow us to conclude that also creativity of employees, a strong commitment to work, open communication and clear communication encourage innovation. Strong correlations were observed also in the case of corporate identity ($R = 0.558$). The obtained results allow to conclude that the regular development of innovation and the use of information technology in the flow of information and decision-making processes of innovation are also important. Another interesting aspect of the analysis is the relationship of innovation and competitiveness. Companies that treat competition as a priority, implement innovations and declare that with this the company is developing. The absence of ability to deal with conflict has a negative correlation ($R = -0.627$).

References

1. De Tienne Dawn, Paul Mallette, Antecedents and Outcomes of Innovation-Oriented Cultures, *International Journal of Business and Management*, 2012. Vol. 7, No. 18; pp. 1-11.
2. Jaruzelski Barry, Katzenbach Jon, Building a Culture that Energizes Innovation, *Financial Executive* 2012, March, pp. 32-35.
3. Nigar Demircan Çakar, Alper Ertürk, Comparing Innovation Capability of Small and Medium-Sized Enterprises: Examining the Effects of Organizational

Culture and Empowerment, Journal of Small Business Management 2010, 48 (3), pp. 325–359.

4. Branen, M. Y. Culture as the Critical Factor in Implementing Innovation, Business Horizons 1991, 34, pp. 59–67.

5. Çakar, N. D., Enhancing Innovation Capability through Human Resource Practices: An Empirical Study in Turkish SMEs, South-East Europe Review 2006, 4, pp. 109–126.

6. Herbig, P., and S. Dunphy, Culture and Innovation, Cross Cultural Management 1998, 5(4), 13–21.

Гончарук А.Г.

д.е.н., професор,

Яцик А.А.

аспірант

Одеська національна академія харчових технологій (Україна)

ФУНКЦІОНАЛЬНІ АСПЕКТИ УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЮ ПРИВАБЛИВІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

Управління інвестиційною привабливістю підприємства є процесом 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 інвестиційної привабливості підприємства.

Виходячи з основних завдань і напрямів діяльності щодо забезпечення інвестиційної привабливості, можна виділити наступні основні функції управління інвестиційною привабливістю підприємства:

1) *планування*, яке полягає у встановленні та обґрунтуванні цілей і завдань для конкретних виконавців (функціональних підрозділів підприємства), а також координації їх дій і виділення їм необхідних засобів і ресурсів для забезпечення інвестиційної привабливості підприємства;

2) *організація*, що пов'язана зі створенням організаційної структури (механізму), що забезпечує оптимальні умови взаємодії менеджменту і виконавців для досягнення цілей і завдань управління інвестиційною привабливістю підприємства; очолити таку структуру може директор підприємства або його заступник з інвестицій (фінансовий директор);

3) *мотивація*, що припускає створення і застосування системи стимулів для спонукання виконавців та менеджерів до досягнення цілей і завдань управління інвестиційною привабливістю підприємства;

4) *оцінка і контроль*, які полягають у вимірюванні стану інвестиційної привабливості, її складових і перевірки відповідності їх фактичних значень плановим завданням по забезпеченню інвестиційної привабливості підприємства;

5) *аналіз*, який полягає в проведенні комплексу розрахунків і висновків, які дозволяють встановити причини невідповідності фактичних значень плановим завданням по забезпеченню інвестиційної привабливості підприємства та виробити рекомендації щодо прийняття управлінських рішень, спрямованих на усунення цих відхилень;

б) *регулювання*, яке полягає у прийнятті управлінських рішень по усуненню недоліків системи, що призвели до відхилень фактичних значень показників від планових завдань по забезпеченню інвестиційної привабливості підприємства;

7) *координація*, що забезпечує узгодженість у роботі всіх ланок системи управління інвестиційною привабливістю підприємства шляхом встановлення раціональних зв'язків та обміну інформацією між ними.

Чітке і послідовне виконання перерахованих функцій у рамках здійснення управлінського циклу дозволить забезпечити безперервність і ефективність процесу управління. Критерієм останньої є здатність системи управління досягати поставлених цілей щодо забезпечення інвестиційної привабливості підприємства.

Дмитрієв І.А.

д.е.н., професор,

Горовий Д.А.

к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет (Україна)

ПРОГНОЗ РИНКУ УГОД ЗЛИТТЯ ТА ПОГЛИНАННЯ В УКРАЇНІ

Угоди злиття та поглинання (M&A) в світі розглядаються як одне з джерел отримання нових активів (у тому числі і нематеріальних). Проте за своєю суттю розрізняють багато видів цих угод. До них відносяться безпосередньо самі злиття (об'єднання підприємств в одне), поглинання, придбання підприємств, LBO та MBO (викуп акцій позиковими засобами), «takeover» (вороже поглинання або рейдерське захоплення), рекапіталізація, зміна структури власності, «зворотне злиття» (створення публічної компанії без IPO), «spin-off» (виділення і продаж бізнес-одиниці) та решта операцій, які мають на увазі передачу корпоративного контролю з рук одних акціонерів іншим [1].

Особливістю українських операцій M&A є переважне використання методу поглинань, а не злиття, що характеризується придбанням нових активів, ринків збуту й каналів дистрибуції продукції в рамках існуючого сегменту ринку. Крім того, в Україні 98% злиттів і поглинань є недружніми (тобто рейдерським захопленням). Проте офіційної статистичної інформації стосовно досліджуваного питання в Україні на сьогоднішній день не існує ні в розрізі оцінки обсягів процесів M&A, ні тим більше в розрізі обсягів рейдерських дій. Існують лише окремі погляди та аналітичні дослідження стосовно цих питань.

Що стосується оцінки обсягів та вартості угод M&A, то тут мають місце певні експертні оцінки таких міжнародних аналітичних груп, як ISI Emerging Markets, M&A-Intelligence та ін., на основі даних яких стає можливим оцінити і тенденції в зміні обсягів угод злиття та поглинання в Україні.

Приблизна оцінка обсягів угод на ринку злиття та поглинання України у грошовому еквіваленті за даними цих агенцій була оприлюднена у роботі [2]. Ми ж спробуємо за цими даними зробити ще й прогноз подальшої ситуації на цьому ринку як за допомогою вже згаданих у попередніх розділах трендових моделей, так і моделі ARIMA (рис. 1 та 2, відповідно).

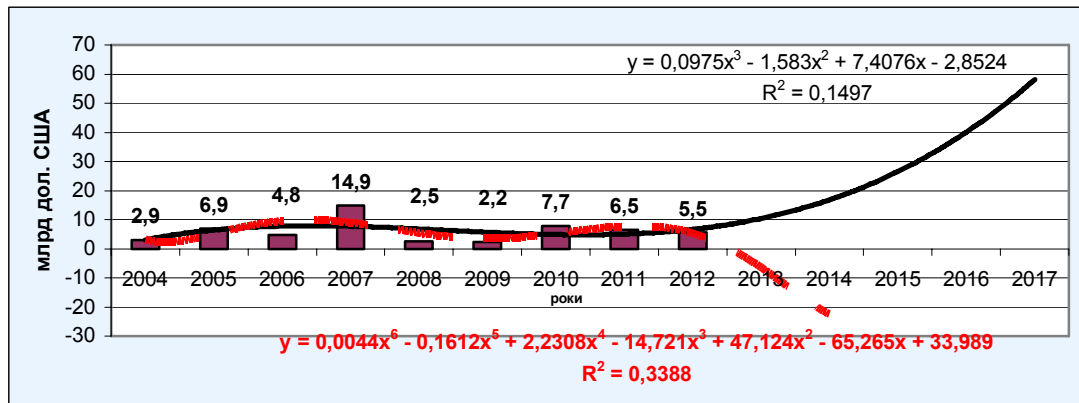


Рис. 1 – Обсяги угод «злиття-поглинання» на ринку України та їх прогноз на найближчі п'ять років

З побудованих графіків за обома моделями робимо висновок, що прогнози є досить непевними. Прогноз за допомогою трендів має досить малу величину ймовірності апроксимації (достовірності) при використанні поліноміальної функції. Так, тренд з поліномом третього порядку дає величину достовірності апроксимації лише $R^2=0,1497$, а вже досить складний у подальшому використанні поліном шостого порядку лише $R^2=0,3388$. Решта функцій – логарифмічна, лінійна, ступенева, експоненційна – дають ще меншу достовірність отриманих результатів (R^2 близько 0,1). Причому прогнози на ближчі п'ять років, отримані з використанням поліноміальних функцій різного ступеня, дають суперечливі прогнози. З меншою імовірністю (і використанням меншого ступеня поліному) – обсяг угод «злиття-поглинання» в Україні має істотно збільшитися, а з більшою імовірністю (і більшим ступенем поліному) – зменшитися, аж до від'ємних значень. Тому вже згадана досить мала достовірність цих прогнозів не дозволяє визначити якусь певну тенденцію подальшого розвитку ринку M&A в Україні.

Для подолання такої непевності буде зроблена спроба довгострокового прогнозу обсягів угод «злиття-поглинання» за допомогою моделі ARIMA (рис. 2) у програмі Forecast Expert 1.03.

За цим прогнозом обсяг ринку угод «злиття-поглинання» в Україні має стабілізуватися на досить низькому рівні – близько 6 млрд. дол. США. 6 млрд. доларів – це досить невеликий рівень як у порівнянні з обсягами таких угод, наприклад, у Великобританії, США тощо.

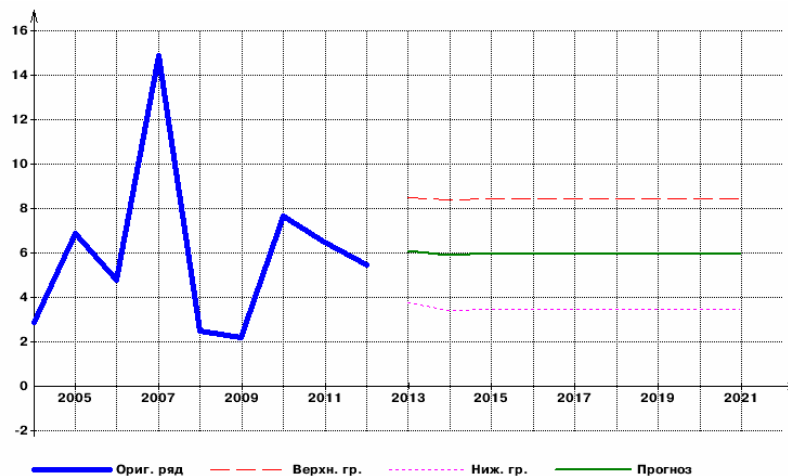


Рис. 2 – Обсяги угод «злиття-поглинання» на ринку України та їх прогноз на найближчі п'ять років за допомогою моделі ARIMA, млрд. дол. США

Однак і в цьому прогнозі також присутня значна непевність, яка закладена у досить великий розмір абсолютного відхилення між верхньою та нижньою границею достовірного інтервалу – від 3 до 8 млрд. дол. США.

Література

1. Эффективные слияния и поглощения [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.e-executive.ru/knowledge/announcement/338280/>
2. Кубах Т. Г. Ринок злиття та поглинання : сучасний стан та перспективи розвитку / Т. Г. Кубах [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/index.php?operation=1&iid=1151>

Вашенко Н.В.

к.е.н., доцент

Донецький національний університет економіки і торгівлі
ім. Михайла Туган-Барановського (Україна)

РОЗВИТОК ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗАСАДАХ ІННОВАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПЕРСОНАЛУ

Розвиток торговельних підприємств в Україні на сучасному етапі відбувається переважно завдяки зростанню купівельної спроможності населення та зростання рівня інфляції – тобто зовнішніх чинників. При цьому внутрішній потенціал підприємства може залишатися незмінним. Тобто, статистичне зростання товарообігу та прибутків за таких умов характеризує не інтенсивний, а екстенсивним шлях розвитку, що загострює проблему формування та використання наявного потенціалу персоналу.

В Україні сформовано наукові школи, в яких всебічно розглядаються процеси розвитку торговельних підприємств. Серед них слід відмітити такі, як

Донецький національний університет економіки і торгівлі ім. Туган-Барановського, Київський національний торговельно-економічний університет, Полтавський університет економіки і торгівлі, Львівський інститут економіки та туризму, Вінницький торговельно-економічний інститут тощо.

У той же час, потребується концентрація уваги на таких принципах та методах управління торговельними підприємствами, застосування яких дозволить сформувати та використати потенціал інноваційного розвитку. При цьому більш глибокого дослідження потребують аспекти розвитку торговельних підприємств з урахуванням їх інноваційного потенціалу.

Для вирішення цієї практичної проблеми потребує зміна парадигми самого поняття «розвиток» у цьому виді економічної діяльності з урахуванням внутрішніх чинників, що потребує розробки концепції та обґрунтування методології процесу управління торговельними підприємствами з використанням форм і методів, які вмотивовують персонал до ощадливого використання ресурсів та підвищення ефективності, а не лише збільшувати обсяги товарообігу та прибутків шляхом підвищення цін на товари та послуги, користуючись зростанням попиту та купівельною спроможністю населення.

У цьому контексті на перший план виступає інноваційна складова розвитку торговельного підприємства. Інноваційність дозволяє підприємству будь-якого виду економічної діяльності забезпечити інтенсивний розвиток. Помилковою у цьому контексті можна вважати думку окремих учених про те, що інноваційний розвиток – як процес і предмет наукових досліджень заслуговує увагу лише на промислових підприємствах.

Необхідність інноваційного розвитку торговельних підприємств доведена вченими. Зокрема: Букацела А.О. на особливу увагу приділяє чинникам, що спонукають керівників торговельних підприємств до інноваційної діяльності саме у сфері торгівлі (загострення конкурентної боротьби, зростання попиту споживача та технічного потенціалу, необхідність підвищення престижу підприємства) [1]; Защук М.С. і Бакунов О.О. розглядають інноваційний розвиток не тільки як процес, але й як управління інноваційним потенціалом на торговельних підприємствах [2, с.5-7]; Рогоза М.Є і Кузьменко О.К. доводять необхідність удосконалення інноваційних процесів на торговельних підприємствах задля їх інноваційного розвитку на засадах моделювання [3, с.169]; Підкамінний І.М. та Ціпуринда В.С. у своїх дослідженнях вирішують наукові проблеми вивчення впливу внутрішніх та зовнішніх чинників на інноваційний розвиток торговельних підприємства та стимулювання інноваційного розвитку [4].

Аналізуючи праці цих, та інших учених, які доводять необхідність інноваційного розвитку торговельних підприємств, можна дійти висновку про те, що для такого розвитку необхідно сформувати та реалізувати інноваційний потенціал, що зумовлює необхідність концентрації уваги на цих двох процесах в інноваційному менеджменті торговельного підприємства.

Розуміючи потенціал у якості особливої та здатної до саморозвитку системи відновлюваних внутрішніх ресурсів людини, стає очевидним, що на рівні окремого підприємства інноваційний потенціал формується та

реалізується завдяки наявності внутрішніх ресурсів персоналу, здатного раціонально (на інноваційній основі) використовувати ресурси для одержання доходів і прибутків. Поза інноваційно-налаштованого персоналу, який здатен упроваджувати на практиці інноваційні рішення та проекти, інноваційний потенціал торговельного підприємства не може бути сформованим та, відповідно, його інноваційний розвиток не може відбуватися.

Отже, інноваційний розвиток торговельного підприємства забезпечується за умови виконання наступних послідовних стратегічних етапів: адаптація стратегії управління персоналом до загальної стратегії розвитку підприємства; формування та реалізація інноваційного потенціалу персоналу; формування інноваційного потенціалу самого підприємства; реалізація інноваційного потенціалу підприємства; забезпечення інноваційного розвитку підприємства.

Література

1. Букацела А. О. Ключові аспекти управління інноваційним розвитком торговельного підприємства / А. О. Букацела // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rusnauka.com/27_NNM_2011/Economics/10_93627.doc.htm.

2. Защук М. С. Управління інноваційним розвитком торговельного підприємства / Марина Сергіївна Защук : Дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / Дон. нац. ун-т економіки і торгівлі імені М. Туган-Барановського. – Донецьк, 2012. – 203 с.

3. Рогоза М. Є. Моделювання механізму нарощування потенціалу розвитку підприємства / М. Є. Рогоза, О. К. Кузьменко // Проблеми економічної кібернетики : матеріали XV Всеукраїнської наук.-метод. конф., 4-8 травня 2010 р. – Луганськ ; Євпаторія : 2010. – С. 168–169.

4. Підкамінний І. М. Системні фактори впливу на інноваційний розвиток підприємства / І. М. Підкамінний, В. С. Ціпуринда // Ефективна економіка // [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.economy.nayka.com.ua/index.php?operation=1&iid=480>.

Дехтяр Н.А.

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Українська академія банківської справи Національного банку України»
(Україна)

ФІНАНСОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови господарювання характеризуються зменшенням обсягів промислового виробництва, недостатністю інвестицій для оновлення матеріально-технічної бази підприємств, зростанням обсягів дебіторської і кредиторської заборгованості, що призводить до ускладнення економічних зв'язків між контрагентами, збільшенням частки збиткових підприємств, що зумовлено дією факторів негативного впливу внутрішнього та зовнішнього

середовища, і як наслідок – неможливістю реалізації інноваційної моделі розвитку підприємств.

Слід зазначити, що загальний рівень інвестиційної активності повністю залежить від стану економіки країни, темпів росту та обсягів доходів бюджетів різних рівнів, якості функціонування банківської системи, прибутковості підприємств і доходів населення. Інноваційна діяльність охоплює витрати на дослідження і розробки, придбання інших зовнішніх знань, купівлю машин, обладнання та програмного забезпечення, підготовку виробництва для впровадження інновацій. До найбільш поширених галузей, в яких застосовуються інновації в Україні належать фармацевтична, машинобудівна, авіабудівна, суднобудівна, сільськогосподарська, нафтова, хімічна, електротехнічна та металургійна сфери. Дослідження стану розвитку інноваційної сфери України показують, що починаючи з 2010 р. частка промислових підприємств, що займалися інноваціями має незначну тенденцію до зростання.

Так, рівень інноваційної активності промислових підприємств у 2012 р. склав 17,4 % від їх загальної кількості, а середній показник за даний період знаходиться у межах 15,8 %, при максимальному показнику 18,0 % у 2000, 2002 роках. Питома вага підприємств, що впроваджували інновації у 2011 році склала 12,8 %, при середньому рівні за 2007–2012 рр. – 11,2 % [1]. Однак, у США, Японії, Німеччині та Франції частка інноваційних підприємств становить 70–80 % від їх загальної кількості [3]. Обсяги реалізованої інноваційної продукції в Україні у загальній сумі промислової продукції складають лише 3,8 %, для порівняння в країнах Європейського союзу – 75 %. Це свідчить про достатньо низьку інноваційну активність підприємств України, що є наслідком загострення кризових явищ в економіці, зниженням господарської активності та неефективністю використання капітальних вкладень.

Визначальний вплив на розвиток інноваційного процесу на підприємствах має рівень фінансового забезпечення. Фінансове забезпечення інноваційної діяльності передбачає можливість здійснення безперервного процесу виробництва, реалізації продукції та мінімізацію витрат за рахунок впровадження результатів наукових досліджень і розробок, спрямованих на випуск на ринок нових конкурентоздатних товарів і послуг. Основними формами фінансового забезпечення інноваційного розвитку підприємств виступають самофінансування, бюджетне фінансування, інвестування та банківське кредитування.

Джерелами фінансової підтримки інноваційної діяльності є: кошти Державного та місцевих бюджетів України; власні кошти спеціалізованих державних і комунальних інноваційних фінансово-кредитних установ; власні чи запозичені кошти суб'єктів інноваційної діяльності; кошти (інвестиції) фізичних і юридичних осіб; інші джерела, не заборонені законодавством України. Серед основних джерел фінансування інноваційної діяльності в Україні необхідно відмітити власні кошти підприємств, питома вага яких у 2012 р. склала 63,9 % або 7335,9 млн. грн.; кошти іноземних інвесторів займають лише 8,7 %, а найменша частка припадає на кошти державного

бюджету – 2,0 % від загальної суми витрат. Для порівняння частка фінансування з федерального бюджету США у загальних витратах на наукові дослідження і розробки складають близько 28 % [2].

Однак, необхідно зауважити, що власні можливості підприємства здійснювати інноваційну діяльність обмежені сумою чистого прибутку і амортизаційних відрахувань, що призводить до залучення позикових коштів та випуску цінних паперів. Саме тому, для розвитку інноваційної діяльності слід активно розвивати банківський сектор через залучення цільових інвестицій, вигідного вкладення вільних фінансових коштів підприємств, фінансування перспективних науково-технічних досягнень, оскільки частка банківських кредитів у фінансуванні інновацій є занадто низькою. З метою подальшого розвитку інноваційної активності необхідно створити інноваційний банк, що спеціалізувався на виконанні програм науково-технічного і соціально-економічного розвитку підприємств, одержання прибутку від реалізації даних програм; створення міжрегіональних інноваційних фондів і мережі венчурних підприємств; розвитку страхування та інших заходів реалізації інноваційних проектів. Фінансування інноваційної діяльності підприємств за рахунок коштів державного бюджету і бюджетів органів місцевого самоврядування доцільно здійснювати не лише у формі прямих бюджетних асигнувань, але й субвенцій, субсидій та інших цільових адресних надходжень.

Література

1. Наука і інновації /Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
2. Стойко І. Аналіз досвіду здійснення інноваційної політики зарубіжними країнами [Електронний ресурс]. / І. Стойко, Ю. Вовк, О. Юрчак // Соціально-економічні проблеми і держава. – 2011. – Вип. 2 (5). – Режим доступу : <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2011/11siipzk.pdf>.
3. Дроздовська Х. М. Проблеми розвитку інноваційної діяльності підприємств в Україні та шляхи їх вирішення / Х. М. Дроздовська [Електронний ресурс]. – Режим доступу : rdak.edu.ua/assets/files/konferencia/4.doc.

Карпенко Л.М.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПРИНЦИПИ СИНЕРГЕТИЧНОГО ПІДХОДУ ДО УПРАВЛІННЯ ІНВЕСТИЦІЯМИ НА ПІДПРИЄМСТВІ

За умов стабілізації економічної ситуації інвестиційна діяльність виступає найважливішим фактором стійкого зростання та динамічного розвитку української економіки, оскільки становить підґрунтя для відтворення розширення виробничо-інноваційного потенціал у вітчизняних підприємств, підвищення їх

конкурентоспроможності й ефективності функціонування. Проте відсутність на багатьох підприємствах цілісної високоефективної системи інвестиційної політики, що відповідає вимогам мінливого ринкового середовища та спрямованої на забезпечення раціонального використання інвестиційних ресурсів, загострює проблему вдосконалення і розвитку науково-методичних підходів та інструментарію управління інвестиційною діяльністю, застосування яких сприятиме прискоренню соціально-економічного розвитку українських підприємств через вкладання капіталу [1, с.87].

Суттєвий внесок у дослідженні проблем інвестування й інвестиційного середовища, розробку державного регулювання інвестиційного процесу в 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, О.А. Пересада та ін. Аналіз останніх наукових робіт свідчить про наявність результатів комплексних досліджень щодо розвитку та впровадженню елементів інноваційно-інвестиційного механізму.

Метою роботи є розгляд синергетичного представлення інвестицій та визначення принципів синергетичного підходу до управління інвестиціями на підприємстві, надання економіко-статистичної оцінки інвестиційної діяльності вітчизняних підприємств, визначення перспектив розвитку Одеського регіону.

Синергетика як наука про розвиток і самоорганізацію складних систем розвиває міждисциплінарні підходи своїх попередниць: текстології А.І. Богданова, теорії систем Л. фон Берталанфі, кібернетики Н. Вінера. Проте її методи спираються на нелінійну математику і результати природних наук, що вивчають еволюцію складних систем. Історія методів синергетики пов'язана з іменами багатьох видатних вчених ХХ століття.

Розглянемо співвідношення між синергетичною і традиційною економікою. Оскільки синергетична економіка має справу з економічною еволюцією, вона є частиною теорії економічної динаміки. Під це поняття потрапляє багато теорій (теорія ділових циклів, економічного зростання, безліч аналітичних методів, принцип відповідності). Всі ці теорії і методи складають зміст традиційної теорії економічної динаміки, яка не є універсальною. Синергетична економіка її розширює, формує джерела складності економічної еволюції, перш за все, в нестійкості і нелінійності, а не в стійкості і лінійності, як це властиво традиційній економіці. Значну роль в синергетичній економіці грає математика, яка допомагає точно виразити, що розуміється під нестійкістю, циклічним розвитком, хаосом тощо. Синергетична економіка базується на взаємодії різних змінних і різних рівнів системи.

З метою підвищення надійності й ефективності функціонування підприємств необхідно відновити форми і методи управління інвестиціями. Це пов'язано з тим, що насправді конкретні наслідки інвестиційної діяльності не завжди приводять до очікуваного результату.

Синергетичні моделі динамічних інвестиційних процесів – це моделі нелінійних, нерівноважних систем, що піддаються дії флуктуацій (змін). В інвестиційних процесах головною силою може виступати мета. Розвиток даної

системи в область стійкого стану відбувається в результаті поєднання управлінських параметрів (навмисних і необхідних) і випадкових подій, які взаємно доповнюють один одного в процесі виникнення нової складної структури. Зміст управління інвестиційними процесами в головному визначається характером мети діяльності, яка обумовлена тим, наскільки в поставлених цілях (оперативних, середньострокових, стратегічних) найбільш точно і повно виражені потреби й інтереси всієї організації, її окремих груп.

Таким чином, формування мети інвестиційної діяльності пронизує і визначає всі стадії управлінської роботи: інформаційну, організаційну, координуючу, контрольну. Воно лежить в основі головного принципу синергетичного управління – поєднання системного підходу і методів нелінійної динаміки [2, с.59].

Щодо питань інвестиційної діяльності Одеського регіону зазначимо, що ситуація в економіці регіону залишається нестабільною, оскільки не створюються належні передумови економічного росту, зберігаються і загострюються економічні й соціальні проблеми, існування інфляційних очікувань, які вимагають невідкладної активізації державної інвестиційної політики, в першу чергу, шляхом створення підприємницького та інвестиційного клімату.

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 (акціонерний капітал) на одну особу населення регіону на 1 січня 2012 р. становив 513,9 дол. США [3].

Література

1. Боярко І.М. Гриценко Л.Л. Інвестиційний аналіз: навч. посібник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 400с.
2. Сухарев О. С. Синергетика инвестиций : учеб.-метод. пособие / О. С. Сухарев, С. В. Шманёв, А. М. Курьянов; под ред. проф. О. С. Сухарева. – М.: Финансы и статистика; ИНФРА – М, 2011. – 368 с.
3. Офіційна сторінка Державного комітету статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: – [http:// www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)

Ластовенко Н.Г.

к.э.н., доцент

Одесский национальный экономический университет (Украина)

КРИЗИС И ПРОЦЕСС ВОСПРОИЗВОДСТВА КАПИТАЛА

В условиях разразившегося мирового кризиса, начавшегося в США в банковской сфере, крайне важно проанализировать состояние современного

воспроизводства капитала и современного кризиса как формы восстановления постоянно нарушающегося экономического равновесия.

Процесс капиталистического воспроизводства – это процесс капиталистического производства, рассматриваемый в непрерывном потоке своего возобновления, это единство процесса производства и процесса обращения товаров, это оборот промышленного капитала. В процессе кругооборота промышленный капитал проходит три стадии, где принимает три экономические формы: денежную, производительную и товарную. Промышленный капитал должен постоянно поставлять товары на рынок и снова извлекать их оттуда, чтобы для торгового капитала сохранялась возможность быстрого оборота. Когда процесс воспроизводства вообще замедляется, то замедляется и оборот торгового капитала.

Опосредствуя оборот производительного капитала, торговый капитал сокращает время его обращения, хотя он и не оказывает прямого влияния на время производства, которое также является пределом времени оборота промышленного капитала. Второй предел для торгового капитала – это быстрота и размеры всего личного потребления. Производительное, личное и общественное потребление – это те два предела, которые необходимо всякий раз расширять и преодолевать торговому капиталу, чтобы ускорять свой оборот. При этом остаются в стороне обороты между торговцами, когда один купец перепродает другому один и тот же товар. Особенно в периоды спекуляции, экономического подъема обращение товаров такого рода принимает вид всеобщего оживления и расцвета.

Торговый капитал, во-первых, сокращает фазу продажи товаров (Т — Д) для производительного капитала, во-вторых, благодаря развитой кредитной системе, он имеет возможность широко пользоваться значительной частью всего денежного капитала общества. А поэтому торговый капитал может производить свои закупки до того времени, когда купленные товары будут окончательно реализованы. И в этом случае безразлично продает ли торговец свои товары непосредственному потребителю или другим торговцам.

При чрезвычайной эластичности процесса воспроизводства, который постоянно может быть выведен за каждый данный предел, в самом производстве он не находит никакой границы или только очень эластичную границу. Кроме отдельных актов продажи товаров (Т — Д) и купли товаров (Д — Т), вытекающих из самой природы товарооборота, здесь создается фиктивный спрос. При этом появляется формальная причина кризисов, так как процесс продаж во времени может не совпадать и, как правило, не совпадает с процессом купли товаров. Такой разрыв в сфере денежного товарооборота неминуемо приводит к кризисам.

Движение торгового капитала, несмотря на его относительное обособление, относительную самостоятельность, всегда является, по сути, движением промышленного капитала в сфере обращения. Тем не менее, в связи с тем, что он обособлен, а поэтому торговый капитал совершает свое движение в известных границах независимо от пределов, которые устанавливает ему процесс воспроизводства. Торговый капитал в определенных границах может и

заставляє процес виробництва виходити із своїх меж. Внутрішня залежність і зовнішня незалежність призводять торговий капітал до такої межі, коли внутрішня зв'язь відновлюється насильно, через кризи і за допомогою криз. Тому криза – це економічна форма, за допомогою якої промисловий капітал встановлює постійно порушені пропорції між загальним попитом і загальним пропозицією, між обсягом і структурою суспільних потреб і обсягом і структурою засобів виробництва, фонду життєвих засобів.

Кризи, як правило, спочатку виявляються і виникають не в роздрічній торгівлі, яка має справу з безпосередніми споживачами, а в сфері оптової торгівлі і в кредитно-банківській системі, яка надає оптовій торгівлі грошовий капітал суспільства.

Циклічне розв'язання капіталістичного виробництва проходить чотири фази: криза, депресія, оживлення і підйом. В сучасних умовах ця ланка порушена, і виникла тенденція до становлення циклу, який складається з двох фаз: кризи і депресії. Після депресії знову починається криза. В літературі таке явище отримало назву – друга хвиля кризи. Воно протікає в умовах панування державно-фінансового капіталу.

Люта О.В.

к.е.н., доцент

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ» (Україна)

АЛЬТЕРНАТИВНІ ДЖЕРЕЛА ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РЕСУРСІВ ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах успішний розвиток економіки країни неможливий без розвитку її складової – реального сектора економіки. Стабілізація фінансового стану, розвиток і стійкість, підвищення конкурентоспроможності підприємств значною мірою залежить від обсягів і форм фінансових ресурсів, що знаходяться в його розпорядженні. Формування інвестиційних ресурсів суб'єктів господарювання пов'язане із значними проблемами, основною серед яких є неспроможність існуючих джерел інвестиційних ресурсів задовольнити потреби вітчизняного реального сектора в інвестиціях. На сьогоднішній день для більшості вітчизняних підприємств характерний критичний рівень зносу основних засобів та брак коштів на їх оновлення. За оцінками експертів величина сукупних інвестицій, необхідних для заміни застарілих основних фондів у промисловості України, оцінюється щонайменше у розмірі 100-150 млрд. дол. США. Тому особливої актуальності набуває питання пошуку альтернативних джерел залучення фінансових ресурсів, з метою фінансування інвестиційних проектів, що покликані забезпечити ефективність діяльності як суб'єкта господарювання, так і економіки в цілому.

Аналізуючи існуючі джерела фінансування інвестиційних проектів, слід відмітити, що основними серед них залишаються чистий прибуток та

банківське кредитування. Як свідчать статистичні дані, незважаючи на те, що за 2010-2011 рр. підприємства в цілому по Україні збільшили суму фінансового результату до оподаткування з 58334,0 млн. грн. до 126663,3 млн. грн. його обсягу недостатньо для фінансування інвестиційних проектів, зокрема оновлення основних засобів про що свідчить зростання коефіцієнту зносу основних засобів з 69,2 % в 2010 р. до 74,9 % в 2011 р. [1, с.65].

Розглядаючи наступне джерело – банківське кредитування – необхідно зазначити, що обсяги кредитів, наданих суб'єктам господарювання за 2009-2011 рр. збільшилися на 234031 млн. грн., що склало 21,6 %. Однак привертає увагу той факт, що переважна частка наданих кредитів носила короткостроковий характер та використовувалася переважно для фінансування оборотного капіталу підприємств. Окрім того в динаміці частка довгострокового кредитування суб'єктів господарювання скорочується. Так в 2010 році вона становила 22,6 % від загальної суми наданих кредитів підприємствам, а в 2011 році зменшилася до 19,91 % [2, с.139]. Ситуація, що склалася, не дозволяє вітчизняним підприємствам використовувати довгострокові кредити банківських установ як джерело фінансування своїх інвестиційних проектів.

Як свідчить світовий досвід до альтернативних джерел формування інвестиційних ресурсів підприємства слід віднести такий вид фінансування як субординований кредит (subordinated loan) та пасивну участь (silent participation). Субординований кредит – це кредит, котрий у разі ліквідації позичальника сплачується в останню чергу, після того, як будуть задоволені вимоги решти кредиторів, але до задоволення вимог акціонерів. Такі кредити, як правило, є довгостроковими. Процентна ставка за субординованими кредитами може бути фіксованою, плаваючою чи змішаною, коли частина її залежить від прибутку, а решта - фіксовано. Серед країн СНД субординоване кредитування активно використовується в Естонії. Дані кредити надаються терміном до 10 років з відсотковою ставкою від 11 %. Сума субординованого кредиту коливається від 64 тис. дол. до 1,1 млн. дол., однак вона не може бути більшою ніж власний капітал підприємства на момент укладання угоди [3].

Одним з найбільш поширених видів альтернативного фінансування в країнах Західної Європи, зокрема в Німеччині, є пасивна участь. При цьому методі фінансування інвестор (так званий пасивний партнер) бере участь у комерційній діяльності підприємства шляхом надання капіталу і отримання права участі в прибутку компанії. Як правило, така особа бере участь у прибутку підприємства у розмірі своєї частки, але без будь-якої відповідальності перед кредиторами компанії. Угоди стосовно надання капіталу на таких умовах можуть укладатися на термін від 5 до 15 років [4]. Перевагою цього способу фінансування є те, що сторони є дуже гнучкими в договірних відносинах. Фінансування компанії може тому бути пристосоване до індивідуальних потреб інвестора та компанії, що прагне залучити капітал.

Отже, зважаючи на постійний дефіцит фінансових ресурсів для реалізації інвестиційних проектів, використання субординованого кредитування та

пасивної участі інвестора можуть стати вагомим джерелом збільшення обсягів інвестиційних ресурсів вітчизняних підприємств.

Література

4. Статистичний щорічник України за 2011 рік [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/druk/katalog/kat_u/publ1_u.htm
5. Бюлетень Національного банку України № 2/2013 (239) [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.bank.gov.ua/doccatalog/document?id=865699>
6. Evaluation of Member State Policies to Facilitate Access to Finance for SMEs Country Fact Sheets [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://ec.europa.eu/enterprise/policies/finance/guide-to-funding/indirect-funding/files/fact-sheets/estonia_en.pdf
7. Silent Participations [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.mzs-law.com/financial-professionals/financing-of-companies/silent-participations.html>

Мельниченко О.В.

к.е.н., доцент

Університет банківської справи НБУ (Україна)

ПРОБЛЕМИ РОЗРАХУНКІВ ЕЛЕКТРОННИМИ ГРОШИМА ЗА ТОВАРИ, РОБОТИ Й ПОСЛУГИ

Питання використання електронних грошей під час розрахунків між підприємствами та фізичними особами й підприємствами набуває все більшої актуальності. Пояснюється така тенденція розвитком інформаційних технологій, технічним прогресом, більшою обізнаністю суспільства щодо використання сучасних платіжних засобів та загальносвітовою практикою переведення суспільно-економічних відносин у «цифрову» площину. Так, більшою популярністю користуються банківські картки під час розрахунків в торговельних закладах, за товари й послуги в мережі Інтернет тощо. При цьому, у вітчизняній літературі частіше досліджуються питання розрахунків електронними грошима з боку банківських установ, технічні аспекти використання електронних грошей та, часом, макроекономічна складова електронних грошей як частини сукупного грошового обороту держави. Однак операціям підприємств з електронними грошима приділяється недостатньо уваги.

Перед підприємствами різного профілю рано чи пізно, на нашу думку, постане питання щодо приймання платежів електронними грошима за реалізовані ними товари, роботи чи послуги. При цьому, для керівництва підприємств важливо визначити, електронні гроші яких систем приймати до оплати, які банки-емітенти електронних грошей вважати надійними, котрі мають стабільну ліквідність та платоспроможність, щоб у результаті була

можливість погасити електронні гроші та здійснити їх обмін на готівку чи безготівкові кошти.

В Україні нормативно-правовими актами визначено, що емісію електронних грошей мають право здійснювати лише банки, котрі отримали на це дозвіл Національного банку України і які є учасниками системи електронних грошей визначених платіжних систем. У зв'язку з цим, підприємства мають обмежений вибір банків – емітентів електронних.

На даному етапі розвитку розрахунків за допомогою згаданого платіжного засобу більш зацікавлені у їх використанні, у першу чергу, торговельні підприємства роздрібногo бізнесу. Сьогодні фактично квазі-електронні гроші в Україні використовують мережі автозаправних станцій із використанням «паливних» карток, метрополітени, надаючи послуги за передплаченою вартістю поїздок, спортивні арени, на території яких є можливість розрахуватись лише за допомогою спеціальної картки, що поповнюється коштами через агентів з поповнення електронних гаманців, тощо. Нами зазначено, що дані інструменти є лише прообразом електронних грошей, оскільки ними може вважатись лише платіжний інструмент, який приймається іншими ніж емітент особами як засіб платежу [1]. Суть же електронних грошей полягає в тому, що їх власник (користувач), поповнивши свій електронний гаманець, матиме можливість за розміщені на ньому одиниці вартості розраховуватись з різними підприємствами, які визнали електронні гроші й уклали про це договори з відповідними системами електронних грошей чи їх учасниками.

Приймаючи електронні гроші як засіб платежу, підприємства роздрібногo торгівлі отримують окремі переваги економічного та соціального характеру, зокрема:

- використання електронних грошей як електронного замітника банкнот і монет у розрахунках з населенням може дозволити зменшити витрати на розрахунково-касове обслуговування в банку та інкасацію готівки;

- розрахунки електронними грошима пришвидшують операції з купівлі-продажу товарів за рахунок своєї абсолютної подільності – можливості моментального списання необхідної суми коштів;

- робота з цим платіжним засобом унеможливорює здійснення шахрайських операцій недобросовісним персоналом підприємства завдяки автоматичній фіксації операцій у відповідних програмно-технічних комплексах;

- як платіжний інструмент на пред'явника електронні гроші безособові – ідентифікується електронний гаманець, а не його власник, що також може спонукати покупців розраховуватись у такий спосіб.

Головними перешкодами для повноцінної реалізації можливості підприємствам приймати оплату, а покупцям оплачувати товари й послуги за допомогою електронних грошей є організаційна, нормативна та технічна неготовність у першу чергу банківської системи України здійснювати повноцінну емісію електронних грошей, вести їх правильний облік та забезпечувати їх розповсюдження. Разом з тим, недостатня поінформованість

населення щодо можливостей, переваг та недоліків розрахунків за допомогою цього платіжного засобу буде перепорою для масовості таких платежів. Крім того, потребує нормативно-правового регулювання облік операцій з електронними грошима на підприємствах: сьогодні дане питання не вирішене взагалі, а нормативні акти, що прийняті державними органами, регулюють лише окремі питання банківської діяльності з електронними грошима і не стосуються організації роботи з ними на підприємствах. Таким чином, перед науковцями сьогодні постали важливі завдання: розробити рекомендації для підготовки й прийняття низки нормативно-правових актів, що регулюватимуть питання обліку операцій з електронними грошима, складання об'єктивної звітності за операціями з ними тощо.

Література

1. Про платіжні системи та переказ коштів в Україні. Закон України від 05.04.2001 р. № 2346-III (зі змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/2346-14>.

Пігуль Н.Г.

к.е.н, доцент

ДВНЗ «Українська академія банківської справи НБУ» (Україна)

ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВА ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

У сучасних економічних умовах одним із основних напрямів економічного зростання суб'єктів господарювання є їх інноваційний розвиток, що передбачає використання принципово нових прогресивних технологій, переходом до випуску високотехнологічної продукції, прогресивними організаційними і управлінськими рішеннями в інноваційній діяльності. Інноваційний розвиток є визначальним фактором підвищення ефективності діяльності підприємства, якості продукції, економічного використання ресурсів, конкурентоспроможності, експортного потенціалу, запобігання екологічним наслідкам індустріалізації [1]. Тому сучасні економічні умови вимагають інтенсивної інноваційної діяльності, ефективної організації досліджень та розробок, нововведень, зниження інноваційних ризиків, стратегічного управління в інноваційній діяльності кожного підприємства [2].

Слід зазначити, що питома вага підприємств, що займалися інноваціями за 2008 – 2012 рр. знаходиться в межах від 12,8 % до 17,4 % і має тенденцію до збільшення. При цьому за даний період збільшується і питома вага підприємств, що впроваджували інновації, а саме у 2008 році їх частка складала 10,8 %, а у 2012 р. – 13,6 % [3].

Основою ефективною реалізації інноваційної діяльності є наявність достатнього обсягу фінансового забезпечення. Так, за даними Державної

служби статистики України обсяги фінансування інноваційної діяльності за 2008-2012 рр. не мають чіткої тенденції і коливаються по роках (рис.1.).

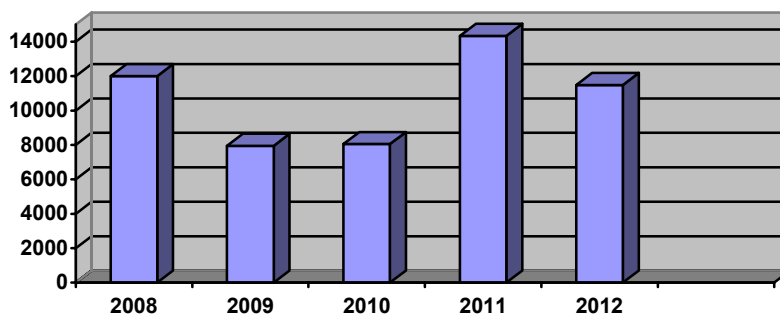


Рис. 1 – Динаміка обсягів фінансування інноваційної діяльності, млн. грн.

Дані рис. 1 свідчать, що найбільший обсяг фінансування інноваційної діяльності спостерігався у 2011 р. і дорівнював 14333,9 млн. грн., а найменший – 7949,9 млн. грн. у 2009 р. До джерел фінансування інноваційної діяльності належать власні фінансові ресурси, кошти державного бюджету, кошти іноземних інвесторів та інші джерела. При цьому слід зазначити, що найбільшу частку (в межах від 53 % до 65 %) в структурі джерел фінансування інноваційної діяльності протягом 2008-2012 рр. займали власні фінансові ресурси, зокрема, прибуток. Отже провідну роль у фінансовому забезпеченні інноваційних процесів належить прибутку. Аналізуючи динаміку фінансових результатів діяльності вітчизняних підприємств за останні роки, слід зазначити, що у 2008-2009 рр. підприємства за видами економічної діяльності отримали збиток, що дорівнював 410255,1 млн. грн. та 37131,1 млн. грн. відповідно. Але вже у 2010 році вітчизняні підприємства отримали прибуток в обсязі 13906,1 млн. грн., а у 2011 р. – 67797,9 млн. грн. Найбільший розмір прибутку отримали підприємства у промисловості; сільському господарстві, мисливстві, лісовому господарстві; а також підприємства, що займаються оптовою торгівлею та посередництвом в оптовій торгівлі. Така тенденція щодо збільшення розміру прибутку позитивно вплинула і на обсяги фінансування інноваційної діяльності.

Оскільки прибуток є основним фінансовим джерелом розвитку підприємства, науково-технічного вдосконалення його матеріальної бази і продукції, забезпечення інтересів його власників та працівників необхідно ефективно і безперервно управляти ним. Політика управління формування прибутку підприємства повинна бути спрямована на максимізацію розміру позитивного фінансового результату через виконання комплексу завдань щодо забезпечення зростання обсягів його діяльності, ефективного управління витратами, підвищення ефективності використання матеріально-технічної бази, оптимізації складу та структури обігових коштів, підвищення продуктивності праці та системи управління суб'єктом господарювання.

Отже збільшення обсягів прибутку підприємств позитивно вплине на інноваційну діяльність, що в свою чергу призведе до економічної незалежності України.

Література

1. Сербенівська А. Ю. Сутність та значення інноваційних процесів в діяльності підприємств [Електроний ресурс] – Режим доступу : <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=1690>
2. Костюк А. К., Бояринова К.О. Інноваційний розвиток підприємств : економічні умови, проблеми та перспективи [Електроний ресурс] – Режим доступу : http://probl-economy.kpi.ua/pdf/2011_7.pdf
3. Статистична інформація / Державний комітет статистики України [Електроний ресурс] – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

Семенова В.Г.

к.е.н., доцент,

Малишко В.С.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

Сучасні умови господарювання, ринкове середовище вимагають переосмислення підходів до організації діяльності підприємств і глибокого вивчення факторів та інструментів управління для досягнення цілей. Тому стратегія підприємства має визначальне значення для формування позиції підприємства, ринкового положення та вибору сфери інтересів бізнесу.

Стратегія є основою для прийняття важливих рішень у процесі виробництва та реалізації продукції, як, наприклад: вибір споживчих груп і окремих споживачів для задоволення їхніх потреб; вибір найбільш ефективних, з погляду ресурсів і витрат, технологій і виробничих процесів; визначення оптимальних обсягів виробництва та місця розташування підприємства; використання нових ринкових альтернатив та ін. Поняття стратегії підприємства виникло в 50-і роки завдяки об'єктивному процесу активної зміни зовнішнього середовища діяльності комерційних структур, що й привело до необхідності моделювання майбутнього розвитку підприємства та підприємницької діяльності з врахуванням прогнозованих соціально-економічних змін.

Визначення стратегічних цілей підприємницької діяльності та засоби їхнього досягнення - досить складна проблема наукового прогнозування. Вона органічно пов'язана з пошуком нових імпульсів активізації економічного і технологічного відновлення та розвитку, з особливостями внутрішніх капіталовкладень і залученням зовнішніх коштів для інвестицій та інновацій. Майбутня конкурентоспроможність підприємства також багато в чому залежить від правильно виробленої стратегії розвитку.

Можна виділити ряд особливостей, що відрізняють економічну стратегію від поточного управління підприємством (планування). Перша особливість

полягає в тому, що процес вироблення економічної стратегії не завершується якою-небудь негайною дією. Звичайно він закінчується встановленням загальних напрямків, просування за якими повинне забезпечити досягнення бажаного рівня конкурентоспроможності підприємства.

Друга особливість пов'язана з якістю та обсягом інформації, необхідної для прийняття стратегічних і поточних рішень. У ході формування економічної стратегії складно передбачати всі можливості, які відкриються при складанні конкретного стратегічного проекту. Тому доводиться користуватися узагальненою, неповною і неточною інформацією про різні варіанти, що приводить до появи невизначеності в оцінці зовнішнього середовища підприємства, невизначеності цілей, невизначеності дій конкурентів. У результаті цього економічна стратегія виробляє своєрідну "зону невизначеності" - безліч варіантів розвитку підприємства, кожний з яких оптимальний при деякому реально можливому сполученні зовнішніх умов.

Третя особливість виражається в істотному посиленні ролі зворотного зв'язку при виробленні економічної стратегії. Оскільки в процесі вироблення стратегічних рішень постійно з'являються нові альтернативи, здійснюється цілеспрямований пошук найбільш кращих рішень, з'являється більше повна і достовірна інформація про ті або інші стратегічні напрямки. Спочатку намічені цілі стратегічного розвитку можуть бути піддані коректуванню або просто відкинуті. Внаслідок цього розробка економічної стратегії являє собою циклічний процес із постійним коректуванням первісних цілей в результаті уточнення інформації про фактори, що визначають конкурентоспроможність підприємства в досліджуваній перспективі.

Четверта особливість економічної стратегії полягає в тому, що на рівні стратегічного планування - на відміну від планування на тактичному рівні - досить важко визначити абсолютні показники корисності тих або інших стратегічних рішень. Це приводить до необхідності користуватися для вибору кращих рішень показниками, заснованими на сполученні параметрів, що піддаються перекладу в абсолютні показники (наприклад, витрати в грошовому вираженні), і порядкових, якісних показників, для вираження яких використовується бальна система оцінок.

Для розробки і реалізації ефективної інноваційної стратегії на підприємстві, на наш погляд, повинні існувати наступні умови:

- загальна стратегія підприємства, що визначає обсяги та види продукції;
- стратегічний контроль за розвитком ситуації в системі "продукція - ринок", що дозволяє керівництву підприємства швидко припинити розробки, що не дають очікуваного ефекту;
- чітке формулювання інноваційної стратегії, що гарантує, що діяльність науково-технічних підрозділів взаємопов'язана із загальною стратегією підприємства. При великій кількості різних проектів і великому бюджеті науково-технічних заходів виникає небезпека втрат, протиріч і вибору неправильних напрямків розробок;
- ефективна система відбору проектів, що дозволяє оцінювати висунуті пропозиції з позицій специфічних фінансових і організаційних цілей;

- виклад детального змісту проектів, відповідно до якого буде оцінюватися хід їхньої реалізації;
- добре розвинена система управління проектами, що координує і контролює портфель проектів у відповідності зі стратегією та поточним плануванням;
- процедури управлінського контролю, що забезпечують ефективне використання ресурсів, необхідних для проекту;
- з'єднання системи управління із зусиллями окремих працівників, що мають високий ступінь мотивації відносно успіху реалізації інноваційної стратегії підприємства.

Скибінський О.С.

к.е.н., доцент,

Саталкіна Л.О.

аспірант

Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

ЕЛЕМЕНТИ СИСТЕМИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОРТФЕЛЮ ПІДПРИЄМСТВА

Інвестиційний портфель підприємства – сукупність активів інвестованих у проекти власного та/або іншого підприємства. Формування інвестиційного портфелю підприємства – процес вибору інвестиційних проектів, з метою отримання доходу або розвитку діяльності підприємства. Система формування інвестиційного портфелю – це послідовність елементів, послідовно пов'язаних між собою, які визначають процес його формування. Основними елементами у системі формування інвестиційного портфелю є характеристики підприємства-інвестора, цілі, принципи, пріоритети, обмеження, завдання а також процес управління формуванням інвестиційного портфелю підприємства [1, с.154-155].

Розглянемо докладніше деякі з цих елементів. Основними характеристиками підприємства-інвестора є:

- величина;
- галузь функціонування;
- перспектива і потенціал розвитку;
- форма власності;
- тип діяльності тощо.

Вплив характеристик підприємства-інвестора на формування інвестиційного портфелю здійснюється через фактори внутрішнього та зовнішнього середовища. До факторів внутрішнього середовища належать: структура, завдання, технологія, ресурси, працівники. Фактори зовнішнього середовища поділяються на [2, с.32-38]:

- фактори прямої дії – державні органи влади, споживачі, конкуренти, інфраструктура, законодавчі акти, економічні відносини;
- фактори непрямої дії – економічне становище, міжнародні події, міжнародне оточення, науково-технічний прогрес.

Отже, можна зазначити, що через фактори внутрішнього та зовнішнього середовища основні характеристики підприємства впливають на формування інвестиційного портфелю, визначаючи:

- обсяг інвестиційних ресурсів у розпорядженні підприємства-інвестора;
- джерела забезпечення інвестиційних ресурсів;
- структуру інвестиційного портфелю (реальні або фінансові інвестиції);
- стратегічну мету інвестиційної діяльності;
- напрямки інвестування;
- можливості подальшого розвитку підприємства внаслідок інвестування тощо.

Наступним елементом у системі формування інвестиційного портфелю є цілі. Пропонуємо визначити такі основні цілі формування інвестиційного портфелю підприємства [1, с.156; 3, с.57]:

- отримання доходу від розміщення вільних коштів;
- отримання доходу внаслідок розвитку власної діяльності;
- забезпечення інноваційного розвитку, диверсифікація діяльності, збільшення обсягів виробництва;
- забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства тощо.

Принципи формування інвестиційного портфелю підприємства є ще одним елементом у зазначеній системі. У табл. наведено основні групи принципів формування інвестиційного портфелю.

Таблиця

Основні принципи формування інвестиційного портфелю підприємства

Принципи	Характеристики
Відповідності інвестиційного портфелю внутрішньому середовищу підприємства	– формування інвестиційного портфелю відповідно до цілей, стратегії, місії підприємства; – відповідність капіталомісткості об'єктів інвестування обсягам інвестиційних ресурсів підприємства з урахуванням забезпечення оптимізації джерел фінансування
Співвідношення пріоритетних показників інвестиційного портфелю	Допустимі пропорції між дохідністю і ризиком, дохідністю і ліквідністю, відповідно до цілей формування інвестиційного портфелю, з метою забезпечення фінансової стійкості та платоспроможності підприємства
Фінансування інвестиційного портфелю	– відповідність термінів і фінансування – довгострокові фінансові інвестиції з тривалим терміном окупності слід забезпечувати довгостроковими позичковими коштами; – особливо ризикові інвестиції слід фінансувати за рахунок власних інвестиційних коштів
Досягнення рентабельності	– при оцінюванні проектів реального інвестування слід обирати ті, які забезпечать досягнення максимальної дохідності; – чиста виручка від інвестування коштів повинна перевищувати чисту виручку від розміщення цих коштів на банківському депозиті; – рентабельність інвестицій повинна бути вищою за середньорічний темп інфляції;

	– рентабельність конкретного інвестиційного проекту з урахуванням фактору часу повинна перевищувати рентабельність за альтернативними проектами;
Управління інвестиційним портфелем	– відповідність процесу формування інвестиційного портфелю та основних функцій управління; – забезпечення зворотного зв'язку

(Розроблено авторами з використанням [4, с.89; 3, с.61-62, 72])

Отже, можна припустити що формування оптимального інвестиційного портфелю доцільно здійснювати у рамках певної системи враховуючи її визначені складові елементи.

Література

1. Саталкіна Л. О. Система формування інвестиційного портфелю підприємства [Текст] / Л. О. Саталкіна // Регіональний збірник наукових праць з економіки Прометей. – 2013. – № 1(40). – С. 154-160.
2. Кузьмін О. Є. Теоретичні та прикладні засади менеджменту [Текст] / О. Є. Кузьмін, О. Г. Мельник // Навчальний посібник. – 2-е вид. доп. і перероб. – Львів : Національний університет «Львівська політехніка», 2003. – 352 с.
3. Бочаров В. В. Инвестиции [Текст] / В. В. Бочаров // Учебное пособие. – Питер, 2008. – 176 с.
4. Староверова Г. С. Экономическая оценка инвестиций [Текст] / Г. С. Староверова, А. Ю. Медведев, И. В. Сорокина // Учебное пособие. – М.: КНОРУС, 2006. – 312 с.

Сментина Н.В.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ДЕЯКІ АСПЕКТИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В сучасних умовах господарювання все більша кількість підприємств відчуває потужну роль інновацій в успішній організації своєї діяльності, у посиленні власних конкурентних позицій, збільшенні кількості потенційних споживачів продукції (послуг). З огляду на це, в силу своїх можливостей, підприємства намагаються впроваджувати новітні технології, випускати нові види продукції (чи надавати новітні види послуг) та підвищувати їх якість. Важливість інноваційної діяльності як одного з факторів, завдяки якому можливе прискорення економічного зростання в країні, відчувається і державними органами влади та управління. З огляду на це, низкою нормативно-правових актів в країні унормовано інноваційний розвиток. Одним з них є Закон «Про інноваційну діяльність», який визначає правові, економічні та організаційні засади державного регулювання інноваційної діяльності в Україні, встановлює форми стимулювання державою інноваційних процесів і

спрямований на підтримку розвитку економіки України інноваційним шляхом [1]. Законом передбачається можливість державної підтримки суб'єктів господарювання, що реалізують в Україні інноваційні проекти, та підприємств, які мають статус інноваційних, незалежно від їх форми власності.

Статус інноваційного має підприємство, що розробляє, виробляє та реалізує інноваційні продукти (товари, послуги). При цьому, їх обсяг у грошовому виразі має перевищувати 70 відсотків від загального обсягу за звітний період. Можуть функціонувати такі підприємства у вигляді інноваційного центру, бізнес-інкубатору, технополісу, технопарку тощо.

За офіційними даними державного комітету статистики на початок 2012 р. в м. Одеса було зафіксовано 50 одиниць інноваційно-активних підприємств, порівняно з 2005 р. їх кількість збільшилась на 72 %. В обласному підсумку цей показник становить 20,6 % проти 12,9 % – у 2005 р. [2, с.72]. Кількість підприємств у місті, що впроваджували інновації, становить 32, а тих, що впроваджували інноваційні види продукції – 4. Загалом інноваційної продукції було реалізовано на суму 285,6 млн. грн. [2, с.73].

Слід пам'ятати, що розробка та впровадження в обіг інновацій – ризикова справа, яка ще й вимагає значних капіталовкладень на впровадження нових технологій, нового устаткування (здебільшого іноземного походження). І, якщо це робити, як зазначають дослідники, «на тих же умовах, за якими працюють усі інші суб'єкти господарювання, то не тільки отримання прибутку, але і просте повернення грошей, що вкладені в інновації, стає проблематичним» [3]. З огляду на це держава бере на себе організаційну, фінансову і правову підтримку інноваційної діяльності.

Фінансова підтримка для виконання інноваційних проектів може бути надана суб'єктам інноваційної діяльності за рахунок Державного та місцевих бюджетів, а також шляхом безвідсоткового або часткового (50 %) кредитування, повної або часткової компенсації відсотків, що сплачуються за кредитування інноваційних проектів, майнового страхування реалізації інноваційних проектів у страховиків та надання державних гарантій комерційним банкам, що здійснюють кредитування пріоритетних інноваційних проектів [1, с.17].

При цьому слід враховувати стратегічні пріоритетні напрямки інноваційної діяльності в країні, яким до кінця 2013 р. визнані: модернізація електростанцій; нові та відновлювані джерела енергії; новітні ресурсозберігаючі технології; машинобудування та приладобудування як основа високотехнологічного оновлення всіх галузей виробництва; розвиток високоякісної металургії; нанотехнології, мікроелектроніка, інформаційні технології, телекомунікації; вдосконалення хімічних технологій, нові матеріали, розвиток біотехнологій; високотехнологічний розвиток сільського господарства і переробної промисловості; транспортні системи: будівництво і реконструкція; охорона і оздоровлення людини та навколишнього середовища; розвиток інноваційної культури суспільства; виробництво засобів наземного транспорту, літальних апаратів, плавучих засобів і пов'язаних з транспортом

пристроїв та обладнання, комплектуючих виробів, розробка та впровадження новітніх технологій для їх складання (виготовлення) [4, с.7].

Державна підтримка інновацій здійснюється і через реалізацію цільових інноваційних програм, які пов'язані з середньостроковими перспективами розвитку реального сектора і соціально-економічними прогнозами.

Заслугує на увагу і такий момент, що статус «інноваційного» для підприємства є плаваючим. Відповідно до норми, що зазначалася вище, протягом одного звітного періоду цей статус підприємство може мати, протягом іншого – ні. Проте такий статус надає йому право на отримання низки пільг: наприклад, скористатися прискореною амортизацією основних фондів за 20 % нормою та сплачувати земельний податок з 50 % знижкою діючої ставки оподаткування. Таким чином, статус інноваційного підприємства та низка пільг, якими підприємство може скористатися, виступають стимулом для суб'єктів господарювання зі значним науковим потенціалом займатися виключно інноваційною діяльністю.

Література

1. Закон України «Про інноваційну діяльність» № 40-IV від 04.07.2002 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2002. – № 36. – с.266.
2. Статистичний щорічник міста Одеси за 2011 р. – Одеса, 2012. – 113 с.
3. Беліков О. Інвестування в інноваційну діяльність. Проблеми та шляхи їх вирішення // Юридичний журнал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.justinian.com.ua/article.php?id=3025>.
4. Закон України «Про пріоритетні напрями інноваційної діяльності в Україні» від 16.01.2003 року №433-IV [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua>.

Стовба Т.А.

к.е.н., доцент

Херсонська державна морська академія (Україна)

ПРО СТВОРЕННЯ УМОВ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ ІМПОРТОЗАМІЩЕННЯ

Згідно Програми економічних реформ на 2010-2014 рр. «Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава» Україна має на меті побудувати сильну та сучасну європейську державу з потужною економікою для забезпечення гідного життя кожного громадянина [1, с.2]. За роки незалежності накопичилось багато проблем, для вирішення яких слід наповнити внутрішній споживчий ринок товарами вітчизняного виробництва, забезпечити зайнятість населення, що здатні здійснити вітчизняні підприємства легкої промисловості.

Пріоритетність збереження та подальшого розвитку вітчизняної легкої промисловості для економіки України визначається наступними чинниками:

задоволенням первинних потреб населення (до її складу входять 17 підгалузей: бавовняна, вовняна, льняна, трикотажна, хутряна, шовкова, виробництво іграшок, швейна, взуттєва, шкіряна, виробництво штучних шкір, текстильно-галантерейна та ін.); великою ємністю внутрішнього ринку; високим рівнем доданої вартості (до 50%); споживанням вітчизняних ресурсів (і, відповідно, сприяє розвитку суміжних галузей: агропромислового виробництва та хімічної промисловості) – шкірсировини, вовни, льону, хімічних матеріалів; низькою енергоємністю виробництва та незначним впливом на екологію; забезпеченням значної кількості висококваліфікованих робочих місць в усіх регіонах України; швидким обігом капіталу [2, с.270]. Слід відзначити, що світовий досвід виведення економіки країни з кризи свідчить про доцільність надання статусу ключової галузі саме легкій промисловості, оскільки вона дозволяє акумулювати фінансові ресурси для розвитку високотехнологічних перспективних секторів економіки.

Легка промисловість України найбільше потерпає від експансії імпорту, зокрема дешевого одягу та взуття. Частка вітчизняної продукції легкої промисловості на внутрішньому ринку складає близько 20 % [1, с.7]. Такий стан слід розцінювати як катастрофічний, який не враховує стратегічного значення галузі щодо задоволення не тільки первинних потреб людини, але й безпеки країни (зокрема, у площині прогнозованого виникнення біотероризму).

Хоча галузь і не відноситься до напрямів шостого технологічного укладу, розвиток яких вважають за необхідне розвивати у XXI ст. науковці, проте зважаючи на вищезазначене існує величезний потенціал для імпортозаміщення на внутрішньому ринку. Оскільки вітчизняні підприємства легкої промисловості досі ще мають виробничі потужності (хоча й із високим ступенем зношеності основних засобів), кваліфікований персонал та ємний внутрішній споживчий ринок, то необхідно створити умови саме для їх системного відродження, а не модернізації. Це пояснюється наступним. Модернізація передбачає впровадження удосконалень у будь що, приведення у відповідність до сучасних вимог [3, с.497], якої явно недостатньо за результатами проведеного аналізу для підприємств легкої промисловості. Під системним відродженням підприємств легкої промисловості пропонується розуміти комплекс взаємопов'язаних та стимулюючих заходів, спрямованих на динамічний збалансований розвиток сировинної бази, виробництва галузі, організації торговельного обслуговування, ринкової інфраструктури, що базується на всебічному аналізі та прогнозуванні попиту і споживчої поведінки.

Проте відродження та подальший розвиток вітчизняних підприємств легкої промисловості можливі лише на інноваційних засадах, тобто на використанні принципово нових прогресивних технологій, організаційно-управлінських систем [2, с.271-274]. Легка промисловість має перетворитись на галузь, яка культивуватиме нові, більш високі життєві стандарти, надаватиме споживачам високоякісні модні товари, що в повній мірі враховуватимуть їх індивідуальні запити та ідеї. Для цього слід перманентно моніторити латентний попит населення, швидко задовольняти побажання споживачів у відповідному обсязі, що можливо на основі зближення підгалузей, а також формувати попит, застосовуючи випереджувальне прогнозування потреб на основі вивчення

технологічних можливостей. Тобто необхідно відмовитись від традиційного підходу створення споживчої цінності «B2B» або «B2C» на користь такої схеми економічної діяльності: «споживач-компанія-споживач» (C2B2C).

Тому на підприємствах слід створити підрозділи з інноваційного розвитку. При Міністерстві промислової політики варто створити консультативний центр щодо надання інформації для бенчмаркінгу економічних результатів діяльності підприємств з кращими підприємствами галузі в Україні, за кордоном, про можливість суттєвого поліпшення результатів діяльності за рахунок інноваційно спрямованої діяльності.

Легка промисловість може стати локомотивом для активізації розвитку економіки України за умови збільшення фінансування інноваційної діяльності.

Основними джерелами фінансування інноваційного розвитку галузі є збільшення прибутку підприємств та амортизаційних відрахувань, залучення коштів індивідуальних інвесторів (бізнес-ангелів). Сприятиме участі населення у фінансуванні розвитку підприємств і державна політика щодо збільшення доходів населення. Для залучення іноземних інвестицій необхідно підвищити інвестиційну привабливість підприємств та стабілізувати політичну ситуацію в Україні.

Література

1. Державна програма активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки // КМУ від 27 лютого 2013 р. № 187. – 15 с.
2. Стовба Т. А. Системне відродження підприємств легкої промисловості на інноваційних засадах / Т. А.Стовба // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 35. – Одеса : ОДЕУ, 2009. – С. 268-274.
3. Крысин Л. П. Толковый словарь иноязычных слов // Л. П. Крысин. – М.: Изд-во Эксмо, 2005. – 944 с.

Чуркіна І.Є.

к.е.н., доцент

Одеський інститут фінансів УДУФМТ (Україна)

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ

Всі країни прагнуть досягти підвищення конкурентоспроможності на світовому ринку високотехнологічної продукції. Що є передумовою стабільного довгострокового економічного розвитку. Рушійну силу економічного зростання вони вбачають у використанні та удосконаленні передових технологій, а стійке економічне зростання намагаються забезпечити шляхом ефективного управління інноваційними процесами.

Головним і визначальним елементом інноваційного підприємництва є створення і виробництво науково-технічної продукції, товарів, робіт, інформації, що підлягають подальшій реалізації покупцям, споживачам. Ефективність інноваційного підприємництва залежить від безлічі чинників:

організаційно-економічних, фінансово-кредитних, соціальних, психологічних тощо [1, с.562].

Основну мету національних інноваційних систем можна визначити як забезпечення стійкого економічного розвитку, досягнення конкурентних переваг країни та підвищення якості життя її населення шляхом: створення додаткових робочих місць у сфері науки; збільшення доходів держави за рахунок зростання обсягів виробництва наукоємної продукції; підвищення освітнього рівня населення; розв'язання власних екологічних і соціальних проблем завдяки використанню новітніх технологій [2].

Функціонування національної інноваційної системи визначається державною макроекономічною політикою, законодавством, формами прямого і непрямого державного регулювання, станом науково-технологічного і промислового потенціалу, внутрішніх товарних ринків, ринків праці, а також історичними і культурними традиціями і особливостями [3].

Основними причинами недостатнього рівня розвитку інноваційних процесів в Україні є:

- недостатній рівень розвитку тості фінансових інститутів (фондових ринків, інституту банкрутства, грошових ринків, зокрема їх венчурних різновидів);
- недосконала система державної підтримки інноваційних процесів, відсутність державної інноваційної стратегії;
- низька частка високотехнологічних виробництв та повільна швидкість їх переходу із груп дрібних до груп великих фірм;
- недосконале державне регулювання інвестиційної діяльності шляхом використання інструментів податково-бюджетної та грошово-кредитної політики;
- відсутність розвинутого ринку наукової та аналітичної продукції;
- традиційна система забезпечення безпеки державних інтересів, яка не відповідає і не сприяє інноваційному розвитку суспільства, враховуючи світові тенденції інноваційного розвитку тощо [4].

Сьогодні визначено, що найбільш ефективним способом інноваційної трансформації суспільства є побудова національної інноваційної системи як інструменту управління інноваційним процесом. Тому ідеологами і ключовими фігурами інтелектуального переозброєння можуть бути лише науковці-новатори, здатні до освоєння великих масивів знань та швидко й безболісного подолання опору інноваціям шляхом створення нової системи суспільних відносин. Лише наявність механізмів управління інноваційною активністю та обґрунтоване фінансове прогнозування і планування його заходів визначає стратегію реформування економіки.

Основними напрямками державної політики сприяння інноваційному розвитку в Україні мають бути:

- визначення пріоритетів інноваційного розвитку та активна участь держави у процесах її реалізації;
- створення національних інформаційних мережевих структур, їх інтеграція з аналогічними світовими інформаційними мережами;
- сприяння розвитку інновацій у приватному секторі економіки;

- посилення ефекту трансферу технологій, особливо через програми підтримки малого бізнесу;

- сприяння розвитку конкуренції на ринку інноваційної продукції.

Сучасний стан розвитку основних компонентів інноваційної системи України та її інфраструктури свідчить про те. Що національна інноваційна система формується досить повільно. Тому вкрай важливим є посилення взаємозв'язку національного наукового простору з міжнародним, врахування міжнародного досвіду формування національної інноваційної системи та державного регулювання у цій сфері.

Література

1. Фінанси України : інституційні перетворення та напрями розвитку / За ред. І. Я. Чугунова. – К.: ДНУ АФУ, 2009. – 848 с.

2. Ткачова Н. М. Логістичні підходи до формування стратегії антикризового розвитку / Ткачова Н. М., Денісова С. В. // Науковий журнал «Логістика : теорія та практика» Луцького національного технічного університету. – № 1 (2). – Луцьк, 2012. – С. 192-195.

3. Розпорядження Кабінету Міністрів України «Про схвалення Концепції розвитку національної інноваційної системи» від 17.06.2009 р., № 680-р [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [//zakon4.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-p](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/680-2009-p).

4. Шляхи формування національної інноваційної системи та удосконалення інноваційного законодавства : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., м. Харків, 11 лист. 2011 р. / редкол.: С. М. Прилипко, Ю. Є. Атаманова, Д. В. Задихайло. – Харків : НДІ ПЗІР, 2011. – 307 с.

Грінченко Р.В.

к.е.н., викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ІНВЕСТИЦІЙНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ

Успішне функціонування підприємств агропродовольчої сфери у сучасних ринкових умовах та підвищення їх конкурентоспроможності сьогодні вже неможливі без всебічного дослідження стану та тенденцій інвестиційних аспектів розвитку агропродовольчої сфери. Значна кількість авторів займається проблемами пов'язаними із розвитком агропродовольчої сфери в Україні. Проте існують специфічні особливості розвитку підприємств даної сфери. Головним завданням дослідження сучасних інвестиційних аспектів розвитку підприємств агропродовольчої сфери виступає пошук можливих засобів подолання наслідків кризи та забезпечення зростання прибутковості даних підприємств.

На жаль, сьогодні агропродовольча сфера знаходиться у глибокій кризі, основною причиною якої виступає недостатня підтримка держави, нестача інвестицій, зростаюча конкуренція та інфляції. Характерною тенденцією стає скорочення діяльності агропродовольчих підприємств або їх повна ліквідація. Останнім часом державою не ухвалювалися рішення, які можна вважати активною державною структурно-інвестиційною політикою, яка призначена для розвитку економіки країни та агропродовольчої сфери. Але натомість існує постійне поступове зниження частки держави у загальному обсязі інвестицій в основний капітал. Більша частина державних інвестицій в основний капітал спрямовується на потреби бюджетної сфери. Тому можна зробити висновок, що загальна структура й динаміка інвестицій у галузі економіки країни визначається можливостями самих господарюючих суб'єктів. Розглянувши проблему залучення інвестицій до галузей економіки країни, доходимо висновку щодо існування загальнодержавної проблеми залучення інвестицій до багатьох галузей економіки України, у тому числі й в агропродовольчу сферу. Підприємства агропродовольчої сфери сьогодні потребують виваженої державної політики, спрямованої на їх підтримку.

Варто підкреслити, що ефективність діяльності підприємств агропродовольчої сфери, як і будь-якої іншої залежить від вміння раціонально використовувати власні та залучені інвестиції. Ті підприємства, що належать до галузей матеріального виробництва потребують найбільших обсягів інвестицій. Тому особливо гострою постає проблема знаходження та залучення інвестицій саме для підприємств галузей матеріального виробництва, у тому числі й для підприємств агропродовольчої сфери. Раціональна та виважена структура інвестицій допомагає зростанню фінансової стійкості підприємства.

Ефективність діяльності будь-якого підприємства визначається наявністю ресурсів та якісної системи управління. Гнучка структура управління допомагає більш вдало акумулювати кошти інвесторів, враховуючи та нівелюючи інфляційні прояви. Керівники підприємств повинні постійно аналізувати можливості використання різноманітних джерел інвестицій для досягнення запланованих показників ефективності. Рішення про структуру джерел інвестицій повинно базуватися на аналізі можливих варіантів в умовах нестабільності [1, с.274]. Використання зовнішніх джерел інвестицій обмежено наступними головними особливостями: обсягами інвестицій, які можуть бути отримані підприємствами, термінами залучення та надходження до підприємства, періодичністю залучення інвестицій [2, с.256]. Будь-якому джерелу залучення інвестицій притаманні свої переваги та недоліки, тому потрібно ретельно аналізувати наслідки використання різноманітних джерел учасниками інвестиційного процесу.

Сьогодні першочерговою задачею для підприємств агропродовольчої сфери виступає оптимізація діяльності та системи управління, впровадження досягнень світової науки та практики у сучасний механізм управління підприємством.

Література

1. Смолін І. В. Стратегічне планування розвитку організації. - К.: КНТЕУ, 2004.- 344 с.
2. Економіка підприємства : Структурно-логічний навч. посібник / За ред. д-ра екон. наук, проф. С. Ф. Покропивного . – К.: КНЕУ, 2001. – 457 с.

Обертайло М.В.

к.е.н., викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ФОРМУВАННЯ АЛГОРИТМУ ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ІННОВАЦІЙНО-ІНВЕСТИЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

Для ефективного функціонування підприємства та поступового підвищення його інноваційно-інвестиційного розвитку необхідно комплексно розглядати усі його складові. Для цього доцільно буде сформувавши механізм (алгоритм) підвищення рівня інноваційно-інвестиційного розвитку.

Поняття «механізм» у загальному розумінні може мати декілька значень. Це внутрішній устрій (система ланок) машини, приладу, апарату, що приводить їх в дію. Або це послідовність станів, процесів, що визначають собою якусь дію, явище [1]. Ми у своєму дослідженні притримуємось процесного підходу щодо сутності поняття «механізм».

Алгоритм підвищення рівня інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства доцільно зобразити за допомогою схеми (див. рис.). Схему можна умовно поділити на два великі блоки, що позначені на рисунку пунктирними лініями. Перший блок розкриває алгоритм здійснення аналізу стану інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства, а другий – алгоритм розробки рекомендацій покращення кожної складової інноваційно-інвестиційного розвитку. Усі складові були умовно поділені на дві великі групи: кількісні та якісні (атрибутивні). Кількісні складові можна охарактеризувати за допомогою різних показників, що мають кількісний вимір. Характеристика атрибутивних складових – не легке завдання: їх часто порівнюють та вимірюють за допомогою понять «добре – погано», «краще – гірше», «є – немає», або використовують експертні методи оцінки.

Запропонований алгоритм функціонував би найбільш ефективно, якщо би на підприємствах існував окремий інноваційний відділ (або відділ інноваційно-інвестиційного розвитку). Даний підрозділ міг би формувати план реалізації інноваційних заходів, розподіляти обов'язки, забезпечувати системний підхід щодо впровадження рекомендацій.

Якщо на підприємстві буде створений тимчасовий відділ по реалізації інноваційного проекту – частину завдань можна вирішувати його силами. За умови відсутності на заводах інноваційних підрозділів, відповідальним за процес удосконалення рівня інноваційно-інвестиційного розвитку може бути, наприклад, заступник головного інженера за технічної політики розвитку, який буде делегувати повноваження та давати завдання працівникам інших відділів

(інженерному, конструкторському, збутовому, відділу кадрів тощо). Не слід забувати й про системне впровадження запропонованих рекомендацій. На нашу думку, план підвищення рівня інноваційно-інвестиційного розвитку необхідно складати на один календарний рік. Після цього необхідно здійснити аналіз кількісних та якісних складових запропонованими методами та порівняти результати з попередніми. Це надасть змогу формувати календарний план на подальший період з урахуванням допущених раніше помилок.

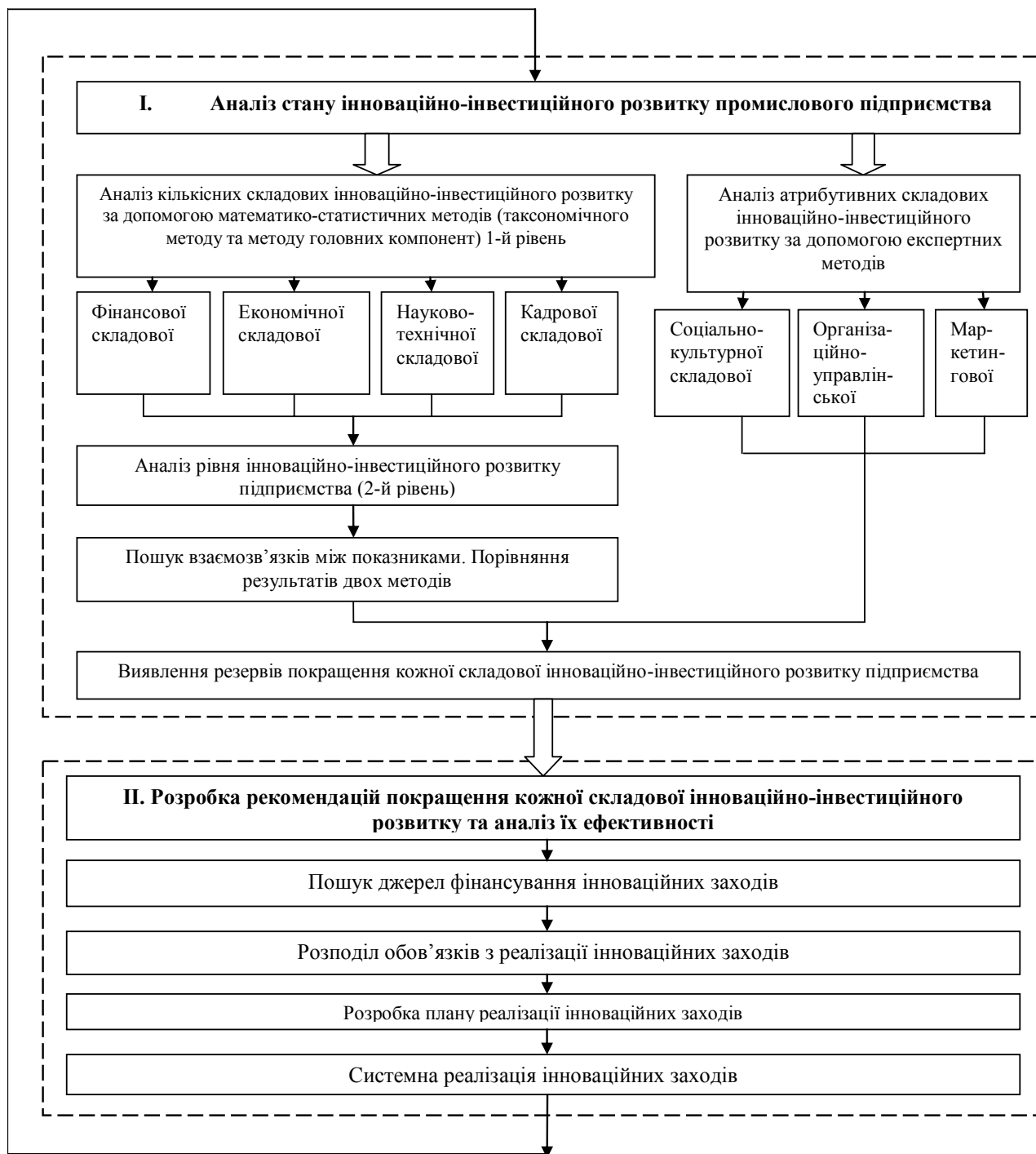


Рис. – Алгоритм підвищення рівня інноваційно-інвестиційного розвитку промислового підприємства (авторська розробка)

Література

1. Slovarozhegova. Толковый словарь Ожегова. Механизм [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=14364>

Гагауз В.Н.

аспирант

Одесский национальный экономический университет (Украина)

ОЦЕНКА БИЗНЕСА В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

Профессиональная оценка занимает важное место в современной практике экономических измерений. Она дает акционерам, собственникам, кредиторам, заемщикам, аудиторам, регуляторам и другим субъектам экономических отношений основу для сравнения и принятия управленческих решений. Сегодня оценка не только отражает стоимость имущества, отображая существующие на рынке соотношения, но и активно формирует их. Именно результаты оценки определяют стоимость имущества при отчуждении, ипотеке/залоге, влияют на показатели кредитоспособности, инвестиционной привлекательности [1]. О значительной роли профессиональной оценки в обеспечении развития компаний, еще раз напомнил последний финансовый кризис. Важнейшим элементом в системе управления стоимостью является оценка стоимости бизнеса. Сегодня уже общепринято то, что главной финансовой целью деятельности компании является увеличение его стоимости.

Трудно прогнозируемое развитие рыночной среды, обилие новых регламентирующих деятельность решений и законодательных актов создают для субъектов экономических отношений многочисленные препятствия для развития. Существующие методики оценки не приспособлены для решения задачи принятия решений в условиях неопределенности. Неопределенность – это неустранимое качество рыночной среды, связанное с тем, что на рыночные условия оказывает свое одновременное воздействие неизмеримое число факторов различной природы и направленности, не подлежащих совокупной оценке. Но даже если бы все превходящие рыночные факторы были в модели учтены, сохранилась бы неустранимая неопределенность относительно характера реакций рынка на те или иные воздействия.

Украинская оценка формировалась под влиянием американской, основанной на неоклассической экономической теории с ее представлениями о "совершенном эффективном рынке" и "рациональном поведении игроков рынка", а также модели саморегулирования рынка под воздействием "спроса" и "предложения". При этом методика финансовой оценки, базирующаяся на рынках акций, переносилась на анализ инвестиций в имущество [1].

Таким образом, в американской, а вслед за ней в российских и украинских оценочных концепциях, эти подходы отождествились. Что особенно характерно для оценки в Украине, это привело так же, к обобщению рынков имущества, имеющих собственников, и рынков инвестиционного имущества. Мотивация собственников имущества, с точки зрения его функционального использования, различна. Для инвестора стоимость определяется не столько уровнем потребительской полезности, сколько, в первую очередь, уровнем дохода, который может быть получен от актива. Цель инвестора – сохранить капитал, и в перспективе, в том числе и за счет возможного увеличения генерируемого активом денежного потока, обеспечить прирост капитала. При этом типичный инвестор должен учитывать риски вложения капитала в активы и риски, непосредственно связанные с корпоративным или иным правами. Кроме того, типичный инвестор должен обладать информацией об альтернативных вложениях капитала в другие виды активов, такие, как, например, ценные бумаги (акции, облигации). Поэтому для нас важно разграничить оценку потребительской стоимости (valuations) имущества и на оценку (appraisals) точки зрения институциональных инвесторов.

В научной литературе изложены основополагающие принципы оценки стоимости компаний для развитой либеральной экономики, построенной на рыночных отношениях. Однако исходным условиям формирования и развития рыночных отношений в Украине присущи особенности национального, социального, исторического и экономического характера, которые накладывают существенные ограничения на методическое применение общепринятых оценочных подходов.

Подтверждением этому служит тот факт, что традиционные методы доходного подхода не позволяют учесть эффекты, вытекающие из условий развивающейся рыночной экономики, такие как высокие и/или изменяющиеся темпы роста, слабая прогнозируемость результатов деятельности. Кроме того, расчет стоимости бизнеса в рамках данных методов, в недостаточной мере учитывает особенности украинского учета, и методов расчета финансовых показателей деятельности компании.

Используемые методы расчета стоимости компании не позволяют учесть неопределенность, сопутствующую процессу стратегического управления при составлении прогнозов, горизонт прогнозов. Как следствие, современные методы оценки не позволяют учитывать объективно сложившиеся социально-экономические условия, влияющие на денежные потоки компаний. Необходимость в научно обоснованном анализе и развитии методов оценки бизнеса в условиях неопределенности с учетом национальных особенностей для решения стратегических и тактических задач, является актуальными и необходимыми компонентом развития экономики.

Литература

1. International Valuation Standards 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ivsc.org/~ivscorg/library/>

2. Гагауз В. Н. Ликвидность обеспечения банковских ссуд : сущность, значение и методы оценки // Економіка Фінанси Право. – 2013. – № 5/1 – С. 36-44.

Голобродська Н.П.

аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

СУЧАСНІ МЕТОДИ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІНВЕСТИЦІЙ

Сучасна економіка все більше набуває рис інноваційної економіки, що пов'язано з розробкою, впровадженням і використанням нововведень, з перетворенням організаційно-економічного механізму господарювання, активізацією інвестиційного процесу [1]. Саме інвестиції грають сьогодні важливу роль у розвитку економіки України. Тільки за рахунок інвестиційних вкладень в окремі галузі, регіони та підприємства може відбуватися процес капіталоутворення виробничих та невиробничих фондів, формуватися умови для економічного зростання. Суттєве розширення виробництва у всіх сферах економіки України може бути забезпечено тільки за рахунок нових інвестиційних вкладень. Тому, питання вибору методів оцінки ефективності інвестицій на даному етапі розвитку економіки здобуває важливе значення.

Широке коло питань і методів їх вирішення, пов'язаних з оцінкою ефективності інвестицій, висвітлюється у працях вітчизняних і зарубіжних вчених: Г. Бірмана, І. Бланка, Л. Гітмана, В. Гриньової, М. Джонка, А. Загороднього, А. Маршалла, І. Мейо, А. Мертенса, Ю. Несветаєва, А. Пересади, В. Федоренка, В. Царьова, Д. Черваньова, В. Шеремета, У. Шарпа та ін.

Практика свідчить, що результати розрахунків економічної ефективності інвестицій залежать від правильності вибору методу оцінки.

Методи, що використовуються в аналізі інвестиційної діяльності, можна розділити на дві групи в залежності від врахування часового параметру:

1. Засновані на облікових оцінках ("статичні" методи):

- термін окупності інвестицій – PP (Payback Period);
- коефіцієнт ефективності інвестицій – ARR (Accounted Rateo Return)
- Засновані на дисконтованих оцінках ("динамічні" методи):
- чиста приведена вартість – NPV (Net Present Value);
- індекс рентабельності інвестицій – PI (Profitability Index);
- внутрішня норма прибутку – IRR (Internal Rateo Return);
- модифікована внутрішня норма прибутку – MIRR (Modified Internal Rateof Return);
- дисконтований термін окупності – DPP (Discounted Payback Period).

Статичні методи передбачають розрахунок показників на основі недисконтованих грошових потоків. Вони не враховують зміну вартості грошей в часі. Такі методи здебільшого використовувались в умовах командно-адміністративної системи. Динамічні методи, навпаки, враховують зміну вартості грошей в часі і передбачають приведення вартостей усіх

грошових потоків до одного й того ж самого періоду шляхом їх дисконтування чи компаундингу (нарощування). Саме динамічні методи набули широкого застосування в більшості країн світу. Вони виявились найбільш концептуально правильними та загально придатними для застосування в ринкових умовах.

З кожних наданих методів існують певні переваги та недоліки, але аналітики нерідко віддають перевагу критерію IRR, оскільки вважають більш обґрунтованими рішення, які прийняті на основі аналізу відносних, а не абсолютних показників. До переваг критерію IRR належить те, що в разі його використання не потрібно знати вартість капіталу. Величина IRR надає змогу оцінити мінімальні витрати на фінансування, при яких реалізація проекту буде прибутковою. При відомій вартості фінансування застосування методу IRR також приносить відповідний результат, оскільки дає змогу оцінити «резерв прибутковості», тобто наскільки дохідність проекту перевищує витрати на фінансування.

На сучасному етапі господарювання вкладання інвестицій у розвиток підприємств завжди пов'язане з певним рівнем невизначеності його результатів, з певним інвестиційним ризиком. Рівень інвестиційного ризику у різних галузях економіки є різним. Існує багато методів, які дозволяють здійснити аналіз ризику проекту, проте більшість з них не дозволяють визначити економічну ефективність з урахуванням ступеня його ризикованості. Серед методів, які дозволяють визначити економічну ефективність інвестиційних проектів з урахуванням ступеня їх ризику, можна виділити два метода:

- метод еквівалента певності;
- метод поправки на ризик норми дисконтування.

Перший метод передбачає коригування очікуваної вартості грошових потоків шляхом їх множення на коефіцієнт ймовірності їх виникнення. Отримані таким чином грошові потоки називаються еквівалентами певності, що означає їх безпечну чи безризикову вартість В основі другого методу лежить додавання премії за ризик до безпечної (безризикової) ставки дисконту. Тому, при розрахунку теперішньої вартості грошових потоків ризик можна врахувати двома шляхами: зменшити сподівані грошові потоки на премію за ризик або збільшити відповідним чином дисконтну ставку [2, с.85].

Визначення економічної ефективності інвестицій є найважливішим і найскладнішим етапом інвестиційних досліджень. Від того наскільки об'єктивно і всесторонньо здійснена ця оцінка залежать терміни повернення інвестованих коштів.

Розглянуті нами методи є досить точними і ґрунтуються на простих розрахунках, які дозволяють достатньо швидко здійснити оцінку економічної ефективності інвестицій. Їх можна використовувати при вирішенні таких питань, як розробка інвестиційної стратегії підприємств, визначення переваг різних варіантів розробленої стратегії.

Література

1. Бланк И. А. Основы инвестиционного менеджмента. – К.: Ника-центр, Экслибрис, Эльга, 2004. – 672 с.
2. Старик Д. Э. Расчеты эффективности инвестиционных проектов : Учебное пособие. – М.: ЗАО "Финстатинформ", 2001. – 131 с.

Сігун В.Т.

аспірант

Донбаська національна академія будівництва і архітектури (Україна)

РЕАЛІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЕКТІВ ПІДПРИЄМСТВАМИ ЖИТЛОВО-КОМУНАЛЬНОЇ СФЕРИ: ФІНАНСОВИЙ АСПЕКТ

Пріоритетним завданням інноваційної політики підприємств комунальної сфери є удосконалення фінансування проектів. При цьому актуальності набувають альтернативні можливості фінансування, оскільки ймовірність отримання прибутку від інвестування комунальних об'єктів вкрай низька, а залучення інвесторів – процес проблемний, складний і досить тривалий. До того ж, в умовах обмеженості фінансових ресурсів важливо ретельно прораховувати і обґрунтувати кожний інноваційний проект.

Проблемами фінансування інноваційних проектів для розвитку міського господарства, впровадженні механізмів залучення іноземних інвестицій займаються такі вчені як Лук'яненко О.О., Богачев С.В., Микитюк П.П. [1-5] та ін. Важливим напрямом при цьому є проведення моніторингу реалізації інноваційно-інвестиційних проектів у сфері ЖКГ.

Одним із завдань Загальнодержавної програми реформування і розвитку житлово-комунального господарства на 2009-2014 рр. є сприяння розробленню та реалізації «пілотних» (інноваційних) проектів у житлово-комунальному господарстві, спрямованих на удосконалення системи управління житловим фондом, зменшення технологічних витрат і втрат ресурсів, впровадження прогресивних технологій. Усі «пілотні» проекти групуються за напрямками: 1) забезпечення комфортних умов проживання; 2) управління житлом та функціонування ОСББ; 3) зменшення споживання тепла, газу, електроенергії.

Аналіз стану виконання проектів за даними напрямками у м. Донецьк показав різну ступінь завершеності [1; 2]. Так, проекти комплексної модернізації та реконструкції каналу Сіверський Донець та екологічного оздоровлення басейну річки лише частково профінансовані (48 % та 10 %) та знаходяться у стані розробки. За проектом з реконструкції котелень з впровадженням установок утилізації тепла димових газів на котлах ТВГ – 8М – 9 од. проведено тендер на виконання робіт, за результатами якого виконавцем є ТОВ «Топ-Енерго» (профінансовано у 2011 р. на суму 2,143 млн. грн.). До того ж, із запланованих у бюджеті 2,2 млн. грн. направлено відкритих асигнувань у розмірі 1,294 млн.грн. [4]. Загальна вартість проекту з енергозбереження для

підвищення теплоізоляційної спроможності огорожувальних конструкцій будинків «комунальної власності» за адресою вул. Артема, 165 та 167. склала 8,5 млн. грн., з яких 5 млн.грн. було виділено з державного бюджету, а 3 млн. грн. – це співфінансування за рахунок місцевого бюджету та співвласників. Донецька облдержадміністрація повідомила, що угода з ТОВ «Міське будівництво» була укладена на 8,163 млн. грн. Виконано робіт на 6,372 млн. грн. (у т. ч. ДБ 3,749 млн. грн.). Заборгованість на сьогоднішній день складає 3,924 млн. грн. (у т.ч. ДБ 2,308 млн. грн.).

Дослідження діяльності Головного управління ЖКГ Донецької облдержадміністрації показав, що станом на 2012 р. в області існує п'ять основних виконавців, які отримують найбільшу частину коштів від замовника (рис.).

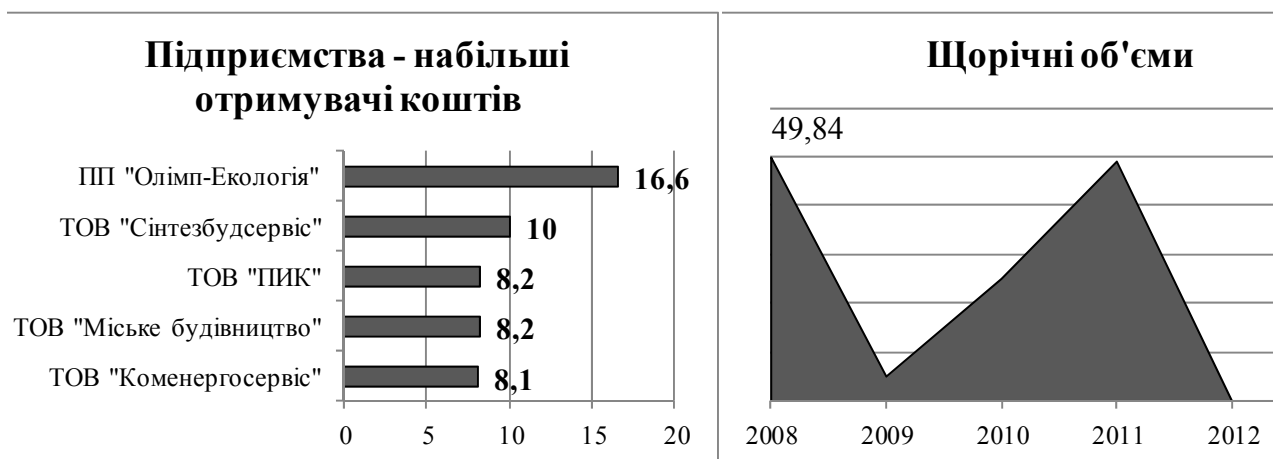


Рис. – Основні отримувачі коштів від Головного управління ЖКГ Донецької облдержадміністрації на реалізацію інноваційних проектів [3]

Треба також відмітити позитивний досвід пошуку альтернативних джерел фінансування комунального підприємства «Донецькміськтепломережа», яке реалізовує проект «Реконструкції котельні Обласної травматологічної лікарні». Проектом передбачено фінансування за рахунок кредитних, грантових і коштів підприємства. Загальна вартість реалізації проекту становить 800 тис. євро. строком кредитування 5 років. Реалізація проекту передбачена вже в цьому році і дасть можливість знизити споживання природного газу для забезпечення гарячого водопостачання, і підвищить якість надаваних послуг.

У 2012 р. Донецькою міською радою, ККП «Донецьгортепловість» і Європейським Банком Реконструкції та Розвитку було підписано договір «Про підготовку кредитного фінансування» на суму до 20 млн. євро, в тому числі співфінансування – грантові кошти до 5 млн. євро. Строк кредитування 13 років. Сьогодні готується ТЕО «Схеми оптимізації системи теплопостачання міста Донецька» і визначають пріоритетні проекти для фінансування [4].

Таким чином, завдання програми покращення житлових умов та надання якісних комунальних послуг за рахунок держбюджету активно виконується. Однак поглянувши на динаміку виділення кредитних коштів відмічається

проблема неефективності їх використання на усіх рівнях, у зв'язку з чим дієвим механізмом фінансування сьогодні стає залучення коштів міжнародних донорів.

Література

1. Про затвердження переліку пілотних проектів у ЖКГ, які фінансуватимуться у 2011 р. за рахунок коштів державного бюджету [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon.nau.ua>
2. «Реалізація пілотних проектів у сфері житлово-комунального господарства» станом на 01.01.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://minregion.gov.ua>
3. Економіка та фінанси [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.donoda.gov.ua
4. Про ОСББ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://proosbb.info>

Чаплінський В.Р.

аспірант

Подільський державний аграрно-технічний університет (Україна)

МЕТОДОЛОГІЯ ОЦІНКИ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ

З проголошеним курсом України на формування нового інноваційного суспільства суттєво змінюються напрями та ключові фактори розвитку країни. Нематеріальні активи, знання, інформатизація, інтелект починають займати передові позиції в стратегії розвитку суспільства. Інтелектуальний капітал (ІК) стає важливим рушієм у забезпеченні економічного розвитку підприємств, регіонів та країни в цілому. Здійснення глибокої оцінки інтелектуального капіталу сприятиме розробці обґрунтованих заходів, спрямованих на вирівнювання, розвиток і використання інтелектуального капіталу.

На сьогоднішній день не існує єдиного трактування ІК та його структури, що в свою чергу, і є однією з головних проблем для оцінки та визначення шляхів розвитку. Також до проблем оцінки інтелектуального капіталу можна віднести: неподільність, невизначеність, важкість захисту від копіювання окремих складових інтелектуального капіталу, не речова форма існування [1; 2].

У теперішній час найоб'єктивніше та найкраще згрупував методи оцінки інтелектуального капіталу шведський учений К.Е. Свейбі, виділивши 42 основних методи [3].

Усі заявлені методи К.Е. Свейбі можна згрупувати у 4 групи відповідно до форми та шляхів визначення вартості ІК:

- 1) методи прямого вимірювання (Direct Intellectual Capital methods);
- 2) методи ринкової капіталізації (Market Capitalization Methods - MCM);
- 3) методи віддачі на активи (Return on Assets methods - ROA);
- 4) методи підрахунку балів (Scorecard Methods - SC).

Відмітимо, що перші три групи методик відповідають відомим у теорії оцінювання витратному, доходному і порівняльному підходам.

Методики, запропоновані К.Е. Свейбі, апробувались переважно у закордонних компаніях. Серед вітчизняних науковців, які здійснювали оцінку інтелектуального капіталу та його складових, найбільшого розповсюдження одержали ринкові методи та методи витрат і доходів.

При використанні ринкового підходу оцінюваний нематеріальний актив порівнюється з аналогічними об'єктами або інтересами в цих об'єктах, що були продані на інтелектуальному або товарному ринках [3, с.188-189]. Враховуючи простоту використання даного методу, слід відмітити його головний недолік, відсутність достовірної інформації на ринку інтелектуальної власності.

Витратний підхід заснований на припущенні, що потенційний покупець, володіючи відповідною інформацією про предмет купівлі, не заплатить за нього більше, ніж за інший об'єкт у складі нематеріальних активів тієї самої корисності.

Методологія доходного підходу базується на встановленні причинного зв'язку між функціональними фізичними, техніко-економічними та іншими властивостями об'єкта інтелектуальної власності, що використовується у конкретному об'єкті техніки (технології), та майбутніми доходами від його використання. Головною передумовою такого підходу є те, що економічна цінність кожного конкретного об'єкта в даний момент зумовлена очікуванням отримання в майбутньому доходів від його використання.

Доходом від використання інтелектуальної власності є різниця за певний період часу між грошовими надходженнями і грошовими виплатами, одержана правовласником за надане право використання інтелектуальної власності. Основними формами грошових надходжень є платежі за надане право використання інтелектуальної власності, наприклад, роялті, паушальні платежі та ін. Основними методами, які відносяться до доходного підходу є: прямої капіталізації доходів; методом надлишкового прибутку; переваги в прибутку; виграш в собівартості; звільнення від роялті; метод дисконтування грошового потоку.

Зазначені методи у значній мірі стосуються складової інтелектуального капіталу, а саме інтелектуальної власності, що вже характеризує даний метод, як не зовсім повноцінний стосовно аналізу всього інтелектуального капіталу. Також слід відмітити, що суттєвим недоліком витратних методів є те, що при їх використанні, як правило, отримана оцінка не має відношення до реальної вартості оцінюваного інтелектуального активу (капіталу).

Виходячи з розглянутих методик, слід зазначити, що інтегральна методика оцінки інтелектуального капіталу повинна задовольняти такі вимоги: повинна включати аналіз головних складових ІК; має давати оцінку інтелектуального капіталу як у кількісному, так і в якісному вимірі; має відображати всі часові та просторові характеристики діяльності суб'єктів господарювання та бути адаптованою до реального застосування на практиці;

Література

1. Краснокутська Н. С. Потенціал підприємства, формування та оцінка : Навчальний посібник. – Харків, 2004. – 288 с.
2. Федонін О. С. Потенціал підприємства : формування та оцінка : Навч.-метод. посібник для самост. вивч. дисц./ І. М. Репіна, О. І. Олексюк. – К.: КНЕУ, 2005. – 261 с.
3. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sveiby.com/library.html>

Симоненко Д.С.

економіст

Одеський національний економічний університет (Україна)

АМОРТИЗАЦІЯ ЯК ДЖЕРЕЛО ФІНАНСУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

Відсутність об'єктивної інформації про функціонування амортизаційного механізму примушує більшість дослідників робити досить обережні і надто загальні висновки щодо його недоліків. Через ці ж причини пропозиції економістів щодо удосконалення амортизаційного механізму не підкріплюються кількісними оцінками можливих результатів упровадження запропонованих змін. Удосконалення амортизаційного механізму переважно розглядається через призму удосконалення податкового законодавства та бухгалтерського обліку у напрямі їхнього зближення. Такі підходи, зокрема, простежуються у схваленому Податковому кодексі України [1]. Окремі науковці пропонують усунути існуючі розбіжності між податковим і бухгалтерським підходами до визначення об'єкта амортизації за рахунок переходу до амортизації первинної вартості.

Тому одним із найважливіших завдань, без вирішення яких неможливо достовірно оцінити ефективність діючого амортизаційного механізму, а також змін, що до нього вносяться, має стати побудова цілісної фінансової, податкової та статистичної звітності про нарахування та використання амортизації з урахуванням усіх складових елементів цього процесу. Через брак інформації, поза увагою дослідників залишається зв'язок між обсягами нарахованої амортизації та процесами оновлення основних засобів. Зважаючи на виняткову важливість цього зв'язку для економічного розвитку України, метою нашого дослідження є вивчення кількісних та якісних характеристик амортизаційного механізму з точки зору його впливу на інвестиційні процеси, а також вироблення рекомендацій щодо посилення його мотиваційної складової.

Результати нашого дослідження дозволяють зробити висновок про те, що для постійного оновлення основних засобів на інноваційній основі необхідна прив'язка формування амортизаційного ресурсу до самого процесу оновлення основних засобів. Відсутність такої ув'язки, як показує практика, призводить до нецільового використання амортизації, чого в умовах дефіциту фінансових

ресурсів неможливо уникнути, так і до відсутності зацікавленості до оновлення основних засобів. Розв'язати це завдання за нинішніх умов зможе застосування бонусної амортизації, котра передбачає віднесення частки витрат на придбання (спорудження) основного засобу до складу валових витрат платника податку та подальшої амортизації частки витрат, яка залишається після такого віднесення (залишкової вартості основного фонду), за загальними правилами та нормами. Можливість застосування бонусної амортизації передбачена Законом України від 20 січня 2010 р., № 1814-VI "Про внесення змін до деяких законів України щодо державної підтримки літакобудівної промисловості в Україні". Однак у Податковому кодексі застосування бонусної амортизації не передбачено. Бонусна амортизація має нараховуватися на найбільш сучасні основні засоби, такі як автоматизовані лінії, роботи, лазерну техніку тощо, що мають бути виділені у окрему групу.

З метою стимулювання виробництва зазначених основних засобів в Україні доцільно застосовувати бонусну амортизацію виключно до основних засобів, які вироблені в Україні. При цьому включення витрат на придбання основних засобів до складу валових витрат платника податку на прибуток повинно бути диференційованим залежно від масовості виробництва того чи іншого основного засобу. Оскільки в Україні відсутнє власне виробництво промислових роботів, доцільно було б встановити для цих основних засобів 100% норму віднесення витрат на їхнє придбання на валові витрати. Разом з тим в умовах відсутності ринкових механізмів визначення дійсної вартості основних засобів, її викривлення через багаторічну практику індексації і переоцінки основних засобів найбільш дієвим з точки зору мотивування цільового використання амортизаційного ресурсу є перехід до амортизації виключно витрат на нововведені основні засоби.

Нарахування амортизації на нововведені основні засоби не тільки зрівнює підходи до обчислення амортизації за бухгалтерським і податковим обліками, але й має низку інших переваг. По-перше, запровадження такого підходу значно посилює мотивацію підприємств до оновлення основних засобів, адже амортизація нараховуватиметься виключно на нововведені основні засоби. По-друге, відпадає потреба у проведенні індексації та переоцінки основних засобів, які значно викривлюють та перекошують як вартісну оцінку основних засобів, так і нараховану величину амортизації та ступінь зносу. По-третє, введення такого порядку стимулюватиме зростання попиту на продукцію промисловості, зокрема продукцію машинобудівних підприємств, що відобразатиметься у зростанні ВВП. По-четверте, встановлення диференційованих норм амортизації для груп основних фондів залежно від пріоритетів інвестування, визначених державою, дає можливість гнучко управляти процесами інвестування, виробництва та імпортування основних засобів. Загалом нарахування амортизації на нововведені основні фонди позитивно позначиться на інвестиційній діяльності, зростанні виробництва засобів виробництва, котре на сьогодні практично знищене, та надходженнях до бюджету.

Таким чином, перспективним для виходу з кризи української економіки є забезпечення цільового спрямування амортизації виключно в інвестиції на

оновлення основних засобів та нематеріальних активів, для чого необхідні подальші дослідження амортизаційної політики та впровадження їх результатів у вітчизняну законодавчу базу.

Література

1. Податковий кодекс України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>.
2. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
3. Інвестиції в основний капітал за джерелами фінансування [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Толмачова О.В.

економіст

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

ІННОВАЦІЙНИЙ ТИП РОЗВИТКУ ЯК ОСНОВА ДОВГОСТРОКОВОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

В умовах наростаючої конкурентної боротьби за ринки збуту промислової продукції і падаючого попиту створення промисловим підприємством конкурентоспроможної продукції є одним із пріоритетних завдань для менеджменту сучасного українського підприємства. Це дозволяє підприємству вирішувати завдання не тільки розширення обсягів випущеної продукції і його якості, а й зберігати стійкість бізнесу в умовах постійного конкурентного тиску, тобто вирішувати свої ключові бізнес-завдання. Причому це можливо зробити не стільки в короткостроковій перспективі, скільки закласти фундамент цілісності та економічного зростання промислового підприємства в довгостроковій перспективі.

Основою довгострокової конкурентоспроможності підприємства є продукт (послуга чи робота), що постійно оновлюється. Це можливо в умовах, коли вже створений товар знаходиться на передовому рубежі науково-технічного прогресу, входить до групи лідерів у своїй галузі або підприємство придбало або розробило передову технологію виробництва товарів і послуг. Виникає питання, як можна досягти росту і розвитку при найменших витратах і максимальній віддачі на вкладений капітал.

У ринковій економіці (якщо виключити природні переваги) існує два основних напрямки, або два стійких шляхи, створення підприємствами конкурентних переваг, необхідних для отримання економічного прибутку.

Перше, чим часто керуються підприємці, вони намагаються поєднати ринки виробництва і ринки збуту продукції. [1, с.133]. Даний шлях розвитку можна назвати рентним. Суть його полягає в тому, що джерелом економічного прибутку є заниження, в порівнянні з ринком вільної конкуренції, цін на

одиницю витрат виробництва, завищення цін на кінцеву продукцію (однакової порівняно з конкурентами якості), відмова нести всю суму соціальних витрат (заниження податкових та інших витрат з прибутку), з якими пов'язане виробництво. У цьому випадку власник привласнює ренту, тобто дохід, який перевищує внесок власника і належних йому факторів виробництва у створення суспільного продукту [2, с.8].

Другий варіант – це почати виробляти якісно нову продукцію (послугу, роботу), тобто інноваційний шлях розвитку. У цьому випадку джерелом економічного прибутку, який він отримує, є монополія новатора, оскільки інші учасники ринкової гри не володіють даними конкурентними перевагами.

Зазначений шлях має у своїй основі створення підприємцем технологічних та організаційних переваг перед іншими виробниками.

Тут значно більше ризиків, значно вище маржа, щоправда, гарантії отримання якої в разі менше, ніж у першому прикладі. Тому цим напрямком підприємці цікавляться в останню чергу. Тут вища конкуренція, жорсткіша боротьба за ринки збуту готової продукції, потрібна постійна робота над створенням нових продуктів або удосконаленням тих, що вже випускаються.

Цей варіант передбачає більш-менш широкі часові горизонти господарського планування, оскільки часто може дати віддачу в довгостроковій перспективі (наприклад, інвестиції у фундаментальні дослідження).

Перехід на інноваційний тип розвитку промислового підприємства в Україні є складним процесом, зв'язаним з світоглядним переломом поглядів на бізнес і управління людьми, переходом від адміністративного типу управління до лідерства.

Проте необхідність переходу від адміністрування до лідерства очевидна, на що вказує досвід більшості корпорацій, до успіху яких привів не адміністратор, а лідер. Основою стратегічного ринкового лідерства підприємства на сучасному рівні розвитку ринкових відносин є постійний інноваційний розвиток підприємства.

Можна говорити про те, що інноваційна діяльність підприємства приводить до лідерства, і навпаки, відсутність інноваційної діяльності призводить підприємство в аутсайтери, зумовлює його ринкове становище.

Таким чином, чим більш конкурентна середа, тим вище потреба в інноваційному розвитку підприємства і вище потреба в розвитку лідерства, як переважаючого типу управління між усіма рівнями підприємства. Інноваційна стратегія розвитку для підприємства обов'язково повинна носити постійний характер. Тільки безперервне вдосконалення технологій роботи, виробництва, якості продукції, що випускається, бізнес-процесів, співробітників, які працюють на даному підприємстві, здатне привести підприємство до сталого розвитку та економічного процвітання. При цьому воно зможе досягти стабільного фінансового становища, зайняти певне місце на ринку за якістю продукції, що випускається, надаваних послуг і робіт. Строго кажучи, інноваційна політика стає реальним інструментом управління підприємством, орієнтованим на зростання в довгостроковій перспективі, готовим впроваджувати інновації та управляти ризиками, пов'язаними з інноваційними

проектами, інструментом переходу промислового підприємства на інноваційний тип розвитку.

Література

1. Окатов Ю. Инновационное развитие промышленного предприятия как основа стратегического рыночного лидерства / Ю. Окатов // Вестник института экономики РАН. – 2011. – № 4. – С. 131-139.

2. Дементьев В. В. Почему Украина не инновационная держава : институциональный анализ / В. В. Дементьев, В. П. Вишневский // Научные труды ДонНТУ. Серия : экономическая. – 2009. Выпуск 36-1. – С. 5-16.

3. Окатов Ю. Инновационный тип развития современного промышленного предприятия / Ю. Окатов // Вестник института экономики РАН. – 2012. – № 1. – С. 138-145.

3. ОСОБЛИВОСТІ ПЛАНУВАННЯ ТА КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Johannes N. Stelling

Prof., Dr.

University of Applied Sciences Mittweida (Germany)

MODERN CHALLENGES OF THE COST MANAGEMENT

- The definitions of costs and revenues are one of the major fundamentals in systems of management accounting. Particular the different objectives between the financial accounting and the internal cost accounting forces a different definition of expenses and costs. The determination of costs in the theory of cost accounting requires a supplementation of the expenses with imputed costs like estimated depreciations or replacement costs. But these procedure is problematic in modern concepts of partial-cost-accounting like systems of quality-costs or in the calculation of forecasted risks.

- The analysis of cost variances is one of the major features of a standard costing system; due to theoretical and practical problems there are different approaches to compute variances of cost. Particular the problems of the interactions of various determinants and difficulties in the economic interpretation raises the question of a satisfactory solution. The implementation of cost control in service companies is more difficult than in industrial firms.

- The traditional analysis of revenue variances separates the effects of price and quantity on the variance. This is not a sufficient tool for an effective control of marketing activities. The method of differentiated-cumulative variance analysis shows, that it is possible to compute further revenue variances. The differentiated-cumulative variance analysis identifies the interactions of various determinants of revenues. The description of the methods of revenue control is aimed at the construction of different sub variances, which are able to show the effects of internal and external revenue determinants like market shares and market growth.

Literature

1. Coenenberg, A. / Fischer, T. / Günther, T.: Kostenrechnung und Kostenanalyse, 7. Auflage, Landsberg am Lech, 2009.

2. Haberstock, L.: Kostenrechnung II. (Grenz-) Plankostenrechnung, 10. Auflage, Wiesbaden, 2008.

3. Kilger, W.: Flexible Plankostenrechnung und Deckungsbeitragsrechnung, 13. Auflage, Wiesbaden, 2012.

4. Schweitzer, M. / Küpper, H.: Systeme der Kosten und Erlösrechnung, 10. Aufl., München, 2011.

5. Stelling, J.: Die Bewältigung der Komplexität in der Kostenkontrolle, Diskussionspapier 2008/03, hrsg. v. Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Mittweida, Mittweida, 2008.

6. Stelling, J.: Die Erlöskontrolle als Instrument des Erlöscontrollings, Diskussionspapier 1998/03, hrsg. v. der Wirtschaftswissenschaftlichen Dokumentation der Technischen Universität Berlin, Berlin, 1998.

7. Stelling, J.: Die flexible Kostenkontrolle in Verkehrsbetrieben, Diskussionspapier 1997/20, hrsg. v. der Wirtschaftswissenschaftlichen Dokumentation der Technischen Universität Berlin, Berlin, 1997.

8. Stelling, J.: Kostenmanagement und Controlling, 3. Auflage, München, Wien, 2009.

Michalak J.

Ph.D.,

Kozłowski W.

Ph.D.

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

CULTURAL MARKETING OF KURPIOWSKI REGION

Contemporary economic ups and down should inseparably accompanied by systematic development of culture. To draw public attention exclusively on economic issues and the material can cause losse of cultural identity, the disappearance of traditional social bonds. The condition of continuity of culture is to revive our heritage, using our own unique cultural tradition, understood as one of many components of a single human culture [1, s.23-25].

Kurpie region is a land of beautiful, not really discovered its rich landscape and historical monuments, the knowledge of which gives an understanding of Polish culture and tradition. Kurpiedoes not need large bodies of water or the beautiful mountains to be an attractive region. Just by that it has its own unique cultural values that have a significant impact on the development of tourism. Undoubtedly, this region attracts tourists folklore. This shows an interesting past and distinctive cultural achievements of the population living in areas of old forest [2, s.33-36].

This article draws attention to the importance the culture for the economy of the region. It is the component that connects its people and promotes cooperation for the development of the territory. An indispensable part of this work is to use marketing tools that increase interest in the region is through culture. But it is different in almost every part of the Polish, which in addition to separation of access to natural resources and topography of the area makes it a product of culture combine seeing it right now with some of the region.

Promotion of the culture of the territory is mainly deal by local authorities and cultural institutions to set up [3, s.13-15]. Studies have shown that in the region business is the most justified because: it leads to the fact that the region finds itself more and more people; organized cultural events attract more and more customers,

businesses operating in the area to benefit from the naming of the cultural terrain Forest Green.

Concludes action taken by Kurpie cultural organizations in the form of published books, magazines, Internet activity, especially through the organization showing the rites formerly cultivated by the people of that region are delivering the expected results. In the analyzed period increased the number of foreign tourists places in the district ostrołęcki, the number of buyers of the product which are described in the work of cultural events and have an indirect effect on economic growth of the region.

References

1. Niemczyk A. Marketing w sferze kultury. Wybrane problemy. Wydawnictwo AE w Krakowie, Kraków 2007, s. 23-25.
2. Kuczyska U. Bartnictwo Kurpiowskiej Puszczy Zielonej, Pszczelarska Oficyna Wydawnicza, Jomia 2004, s. 33-36.
3. Wryblewski J. Strategie marketingowe w instytucjach kultury. PWE, Warszawa 2012, s. 13-15.

**Michalak J.,
Kozłowski W.,
Warzocha Z.**
Ph.D.

University of Warmia and Mazury in Olsztyn (Poland)

CHILDREN PERCEPTION OF TV ADS

Advertise with us almost from the moment of birth. Established her presence in our lives. The recipients of advertising are both adults and children. Advertising spots are issued frequently, by all television stations, which means that the child has to deal with a large and quite diverse in advertising.

The aim of this study was to investigate how children of primary school assess TV commercials. To obtain the necessary information used diagnostic survey method, in which the author's research tool was a questionnaire. Moreover, the study used the observation method based on an analysis of the children perception of mobile phone advertng.

The information collected show a high level of interest in to see world of advertising for a young audience. They are aware that they spend a lot of time TV ads. It can be even say that this is one of the many leisure activities. The study shows that TV ads have a huge impact on children. This effect manifests itself in increasing awareness of the desire for advertised products. However, there were also negative side of this phenomenon. Advertising interact so strongly that children necessitate even on adults buying specific sweets, toys and other products advertised. Different types of content presented on television by children generally received literally. They attach great importance to this emotional. This is because they do not have such knowledge and experience as adults. They know that the ads do not fully represent

reality, but they usually want to take possession of your products. Disappointing when you purchased the product does not meet their expectations. Children in most susceptible to persuasion this form of promotion. They believe that if they come into possession of products will be more popular among their peers. The needs of children are not focused only on the usual toys and sweets. The perception of mobile phone advertising has shown great interest in products that are not entirely designed for them. In addition, children were able to determine which products are in vogue, and which is no longer on the market.

Sheikha Nissrat Sabir

Ph.D.

Economics-University of Salahaddin (Kurdistan Region, Iraq),

Sabadyryova A.,

Obnyavko A.

Ph.D.

National Economic University of Odessa (Ukraine)

IMPROVEMENT OF EVALUATION OF TOURIST ENTERPRISE ASSETS

Enterprise assets are being analyzed in the works of scientists, among which are such as A. Gradov, P. Druker, R. Kaplan, J.B. Queen, G. Minzberg, D. Norton, James R. Hitchner, I. Blanc, V. Geetz, M. Marinicheva, O. Shiganov, I. Repina. In author's theoretical designing research problem of enterprise assets are analyzed, and the issue of its valuation. However, the estimation of enterprise assets of tourist sphere in market conditions is not considered.

Tourist enterprise assets are controlled economic resources, which are formed at the expense of capital, and characterized by capability of income generating. Permanent assets turnover is connected with factors of time, risk and liquidity. Thus, assets is a variable part of recourses, which is selected for realization of entrepreneurial activity by economic player according to approved business model within its ability, and taking into account factors of time and risk to bring economic benefits, ensure enterprise competitiveness on competitive market [1, p.548-553].

Significant changes in world's economy, formation of knowledge economy in new information area determine the priority of intangible assets, which is provided with documentary evidence – the right to property. Intangible assets in the balance of tourist enterprise make directions of investment of money; determine nonmonetary position of balance assets. Intangible assets of tourist enterprise are estimated on the basis of cost approach in money. Confirmation of intangible assets of tourist enterprise in nonmonetary articles of balance assets reflects action of nonmaterial production factors. Intangible assets of tourist enterprise in Kurdistan Region of the Republic of Iraq has difficult structure and are divided to, first of all, created by own means and gained by other ways; and secondly, purchased at the expense of

monetary funds that were exchanged to other assets, as contribution to the statutory fund, as sponsor contributions or targeted funding.

Trends of transition from raw materials, industrial economy to a knowledge economy are based on formation of intellectual assets regarding usage of high-tech and information technologies. In the structure of intellectual assets in market economy conditions, the priority of property rights increases, which are evidenced documentary in accordance with current legislation. Intellectual property is the cost that is fixed in the balance of tourist enterprise, makes nonmonetary position of balance assets, and forms directions of money investment. Intangible assets, which are attracted to property rights of intellectual property, are capable to bring benefit, increase value of enterprise tourist potential.

Evaluation of property rights to objects of intellectual property right on tourist enterprise in Kurdistan Region of the Republic of Iraq is conducted in conditions of favorable information space, and ensures competitiveness of its potential. Thereby, activation of objects of intellectual property right in Kurdistan Region of the Republic of Iraq increases assets of tourist enterprise on competitive market.

The aim of the estimation of tourist enterprise assets in Kurdistan Region of the Republic of Iraq is determination of the value of its potential. The subject to evaluation of tourist enterprise assets is Strategy on saving of tourist enterprise recourses in conditions of competitive environment. One of the main objectives of Strategy on saving of tourist enterprise recourses is increase of costs of tourist enterprise assets.

Saving of recourses are the activity (organizational, economic, technical, scientific, practical, informational), methods, processes, complex of organizational and technical activities, which accompany to all stages of objects life circle, and are aimed at sufficient and rational recourses usage [2, p.857].

- Economical, political, social and demographic, technological, competitive and geographical factors are referred to external factors of recourses saving, which generally influence to the value of tourist enterprise assets. Internal factors of recourses saving are technical, organizational, social and economic, which are adapted on all stages of tourist enterprise assets management. Internal factors of recourses saving include factors of domestic mechanism of tourist enterprise. It is necessary to take into account that tourist enterprise as an integral system, and production and other subdivisions as its separate parts are principally different systems by its objectives, possibilities, position in domestic production process. The result of activation of tourist enterprise assets in the sphere of internal economic mechanism is depicted in asset and liability of accounting balance.

Liability of accounting balance determines the funding sources of activation process of tourist enterprise. Assets estimation of tourist enterprise in Kurdistan Region of the Republic of Iraq requires significant attention in conditions of realization of the Strategy on recourses and energy saving, and turns into the most important aspect of internal economic mechanism. Hereby, theoretical approach to estimation of tourist enterprise assets is determined, which is in closely connected with methods of accounting.

Estimation of tourist enterprise assets in Kurdistan Region of the Republic of Iraq is determined by the system of economic indicators, and requires further theoretical development.

References

1. Repina I. Enterprise assets : categorical analysis and systematology Formation of market economy : Collected articles of scientific works. Specialized publication Economy of the enterprise: theory and practice. – 2008. – p. 548-553.
2. Social and economic potential of sustainable development : Textbook / Edited by Professor L. Melnik (Ukraine) and Professor L. Hensa (Belgium). – Sumi : «University book», 2001. – 1120 p.

Валінкевич Н.В.

к.е.н., доцент

Житомирський державний технологічний університет (Україна)

ОЦІНКА ГОСПОДАРЮВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Виняткове місце в промисловості Житомирській області займають підприємства харчової промисловості, які представлені підприємствами хлібопекарської, пиво-безалкогольної, кондитерської, м'ясомолочної, цукрової, лікєро-горілочаної, борошномельно-круп'яної промисловості, а також виробництвом рибних продуктів, спирту, молочних продуктів та морозива. Зауважимо, що аграрне спрямування економіки регіону має значний потенціал для розвитку цих підприємств, адже всі галузі здійснюють переробку вирощеної та виробленої продукції у сільському господарстві області.

Відтак, у 2012 р. у Житомирській області було зареєстровано в ЄДРПОУ по промисловості 3455 суб'єктів господарювання (з них 3244 із статусом юридичної особи, 211 без статусу юридичної особи), по переробній промисловості 2701 підприємство (з них 2549 із статусом юридичної особи, 152 без статусу юридичної особи), що складає 78,2 % від загальної кількості, з них 455 одиниць зареєстровано у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів (або 16,9 % від кількості суб'єктів у переробній промисловості чи 13,2 % до підсумку). В харчовій галузі функціонує 110 підприємств, що відносяться до основного кола, та близько 200 малих підприємств.

Саме тому, у переробну промисловість залучено 201 млн. доларів США іноземних інвестицій (станом на 01.01.2012 р.), що становить 59 % від загального обсягу іноземного капіталу в області. Сьогодні тут привабливими для інвестицій є підприємства, що виробляють неметалеву мінеральну продукцію – іноземні партнери станом на 01.09.2012 р. розмістили 105,1 млн. дол. (що складає 28,9 % до загального обсягу інвестицій області); підприємства

з виробництва харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів – 40,6 млн. дол. або 11,2 %.

Найбільшим попитом (46,8 % до загального обсягу) користувались підприємства та організації, для яких основним видом економічної діяльності є промисловість – у 2012 р. в порівнянні до 2011 р. їх обсяги збільшилися на 37,3 %. Зокрема, інвестиції у переробну промисловість зросли на 20 %, з виробництва та розподілення води, газу та електроенергії на 45,9 %, у підприємства добувної промисловості збільшилися у 2,5 рази. Протягом 2012 р. в економіку Житомирщини було залучено та безпосередньо вкладено у вигляді прямих інвестицій 28,8 млн. дол. США, які є акціонерним капіталом, з них: 1,8 млн. дол. або 6,3 % вкладеного капіталу з країн СНД та 24,2 млн. дол. (83,8 % загального обсягу) з країн Європейського Союзу, інвестиції з інших країн світу становили 2,8 млн. дол., що складає 9,9 %.

Таким чином, іноземних інвестицій у розрахунку на одного мешканця області у 2012 р. було залучено в розмірі 284,60 дол. США. Середньомісячна заробітна плата найманих працівників у промисловості в даному періоді склала 2113 грн. (збільшилась на 310 грн. по відношенню до 2011 р., або на 17,2 %) [1].

В області обсяг реалізованої інноваційної продукції у 2011 р. становив 490,8 млн. грн., що складає 3,8 % обсягу загальної реалізації, де частка виробництва харчових продуктів та напоїв відповідно склала 27 %. Інноваційну діяльність упроваджували 48 підприємств у промисловості, що складає 14,4 % від загальної кількості промислових підприємств області. З них у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів інноваційно-активними були 12 підприємств, що становить 16,7 % від загальної кількості. Обсяг реалізації інноваційної продукції цих суб'єктів господарювання був у межах 133459,6 тис. грн. або 3,7 % від загального обсягу реалізованої промислової продукції [2].

За підсумками роботи промисловості Житомирської області за 2012 р. індекс виробництва харчових продуктів і напоїв склав по відношенню до 2011 р. 103,9 %, а у 2011р. до 2010 р. 105,2 %.

Індекс промислової продукції у 2011 р. по промисловості області в цілому склав 125,3 % до 2010 р., по переробній промисловості 112,4 %, а індекс виробництва по підприємствам харчової промисловості 105,2 % відповідно. Доречно відзначити, що введено в дію потужності промислового призначення з виробництва пива 8,0 млн. дал у 2007 р., з виробництва продукції швидкозамороженої плодоовочевої 1,7 тис. т у 2008 р. та виробництва продуктів з м'яса та субпродуктів 0,3 тис. т у 2011 р.

Зосередимо увагу і на розподілі обсягу реалізованої продукції у 2011 р., де у структурі переробної промисловості 41,5 % займає сировинна продукція, 11,9 % – інвестиційна продукція, 45,1 % – товари широкого вжитку, 1,5 % – товари тривалого використання. Значна відмінність структури простежується у виробництві харчових продуктів, напоїв та тютюнових виробів: 8,4 % сировинна продукція та 91,6 % товари широкого вжитку. А утім, зазначимо, що за підсумками роботи підприємствами харчової промисловості Житомирщини у

2012 р. було реалізовано продовольства на 4 млрд. грн., а індекс харчової продукції становив 103,9 % у порівнянні до попереднього року.

Структура та абсолютна сума витрат, як відомо, є одним з головних індикаторів розвитку області у зіставленні з обсягами діяльності підприємств для визначення ефективності їх використання (обсягом реалізованих продукції, робіт та послуг). Отже, на високу витратомісткість промислових підприємств вказує величина і динаміка питомих витрат, а також нестабільність розміру цього показника. Операційні витрати з реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємств області за 2011 р. склали 12662,1 млн. грн., що складає 117 % до 2010 р. або 97,9 коп. на одну гривню реалізованої продукції.

У виробництві харчових продуктів і напоїв за 2011 р. матеріальні витрати складають 73,2 % усіх витрат, амортизація – 5,4 %, витрати на оплату праці – 8,7 %, відрахування на соціальні заходи – 3,2 %, інші операційні витрати – 9,5 %. У промисловості матеріальні витрати зросли за рік на 2,8 % за рахунок матеріаломісткості виробництва, якою є харчова промисловість.

В загальних витратах на одиницю реалізованої продукції (робіт, послуг) показник становив у 2010 р. 105 коп. на одну гривню, в 2011 р. відбулось зменшення (на 3,4 коп.) до 101,6 коп. на одну гривню реалізованої продукції.

Отже, збалансоване управління витратами є ключовим вектором інтегрованості в умовах транзитивної економіки регіону, коли забезпечення розвитку конкурентоспроможності та вартості підприємства стають магістральними завданнями на підприємствах харчової промисловості області. Причому, ціллю управління витратами не є їх мінімізація, яка може призвести до скорочення самого виробництва, а ефективне використання ресурсів підприємства, максимізація віддачі витрат на всіх етапах виробничого процесу, їх економія та дематеріалізація, зокрема. Управління спрямовується на зниження операційних витрат на одиницю виробленої продукції (вартісну або натуральну) за умов повного забезпечення всіх операцій технологічного процесу. Мінімізація витрат на одиницю реалізованої продукції генерує резерв підвищення прибутковості, конкурентоспроможності, розширення можливостей для реалізації сценарію впровадження організаційно-економічної модернізації підприємств.

Література

1. Державна служба статистики України. Головне управління статистики у Житомирській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.stat.ic.zt.ua/>

2. Житомирщина : інвестиційний портал (Розділ “Статистична інформація”) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.zt-invest.org/index.php?option=com_content&view

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПРИРОДНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯМИ АПК

Изменившиеся приоритеты социально-экономического развития Украины, использование многообразных форм собственности, возросшее влияние техногенных и природных факторов производства диктуют необходимость разработки экономически эффективных методов охраны окружающей среды и обеспечения экологической безопасности сельскохозяйственных продуктов. Эти рычаги должны, в первую очередь, базироваться на контроле над рынком, так как именно там сходятся интересы производителя и конкретного потребителя сельхозпродукции. Если рынок будет предъявлять требования к экологическим показателям товара и соответственно за нее платить, то сельхозпредприятия будут вынуждены учитывать эти условия.

Правительство принимает нормативные документы, которые улучшают систему охраны природы и усиливают ответственность за экологические нарушения. Однако (пока) зачастую эти документы противоречат экономическим интересам хозяйствующих субъектов, так как мероприятия по защите окружающей среды приводят к дополнительным затратам и, соответственно, к уменьшению прибыли. По этой причине природоохранные требования или вынужденно нарушаются, или саботируются.

Одной из предпосылок успешности экономического подхода в данной сфере является зависимость сельхозпроизводства от природной среды. В нормальном состоянии окружающего пространства в разной степени заинтересован каждый производитель, который рассчитывает бесплатно получать сегодня и в будущем, например, осадки в виде дождя, солнечную энергию, плодородные качества грунта, насекомых-опылителей и т.п.

Для промышленного предприятия «природоохранную деятельность» допустимо ограничить внесением штрафов за сбросы отходов производства (их экономически выгодней оплатить, нежели приобретать дорогое очистное оборудование). Для сельских предприятий такой подход абсолютно недопустим и равносителен подрыву потенциала страны уже в обозримом будущем. Пагубно влияют на урожай насыщенная примесями вода, попадающая на поля, загрязненный воздух над территориями больших индустриальных городов, который способствует выпадению кислотных дождей. Поэтому агрофирмы с самого начала заинтересованы в экологически чистом сельхозпроизводстве. В нашей жизни понятие экономической эффективности часто объединяются с социальной эффективностью, что приобщает к этой деятельности и общественность территорий, где действует предприятие.

Оценка такой эффективности предполагает учет затрат и эффекты от их использования. Метод затрат доминирует, поскольку является наиболее

простим при оцінці будь-якого рішення. Предпочтительним варіантом є варіант з найменшими витратами. Економічний ефект може бути досягнутий за рахунок зменшення втрат продукції та витрат на збереження якості врожаю. Інші резерви – економія сировини, енергії, палива, зменшення відходів, а також зменшення витрат, пов'язаних з ліквідацією наслідків забруднення навколишнього середовища.

Аналіз сучасного стану та перспектив розвитку економічно ефективною природоохоронною діяльністю сільськогосподарських підприємств дозволяє стверджувати, що більшість науково обґрунтованих розробок в цій сфері залишаються нереалізованими. Пояснити це можна відсутністю конкретних успішних прикладів дії на конкретних підприємствах та невідповідністю багатьох з них економічним умовам, оскільки трансформації в даній сфері відбуваються настільки швидко, що наука про захист навколишнього середовища за ними просто не встигає.

Тому головним орієнтиром змін в цій сфері може бути тільки економічна зацікавленість сільськогосподарських підприємств, яка ґрунтується на зменшенні втрат використаних ресурсів виробництва та вигоду від продажу екологічно чистої продукції.

Височин І.В.

к.е.н., доцент

Київський національний торговельно-економічний університет (Україна)

СЦЕНАРНИЙ ПІДХІД У ПЛАНУВАННІ ОБСЯГІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Прогнозний обсяг діяльності підприємства є вихідним для планування багатьох показників господарської діяльності – витрат, прибутку, потреби в активах та капіталі тощо. Сценарний підхід в прогнозуванні і плануванні дозволяє виокремити три варіанти обсягів діяльності підприємства у перспективному періоді.

Максимальний можливий обсяг діяльності підприємства характеризує оптимістичний сценарій подій та пов'язаний з визначенням потенціального обсягу діяльності підприємства.

Потенціал продажів – це кількість одиниць продукції, товару, роботи або послуги, яка може бути реалізована конкретним підприємством [1], це частина загального ринкового потенціалу (місткості ринку), на який розраховує підприємство [2]. Під впливом конкуренції на ринку, маркетингових зусиль конкретного підприємства, його сильних та слабких сторін, різноманітності пропонованої продукції (товарів, робіт, послуг) підприємство може розраховувати лише на певну частину загального ринку (потенціал або місткість ринку).

Отже, потенціал продажів являє собою можливу частку (максимальну або цільову) підприємства на ринку, яку воно може обґрунтовано досягнути за найбільш сприятливих умов. Іншими словами, потенціал продажів відображає

гранично досяжний рівень попиту на продукцію (товари, роботи, послуги) підприємства у міру зростання її маркетингових зусиль порівняно з конкурентами.

Визначення максимальної частки ринку можна розглядати як задачу, пов'язану з багатофакторним аналізом ринкових структур (кількість і розміри суб'єктів господарювання, представлених на ринку, ступінь подібності або відмінностей товарів різних суб'єктів господарювання, представлених на ринку, легкість «входу на» та «виходу з» конкретного ринку, доступність ринкової інформації та ін.). Якщо практичне рішення такої задачі на підприємстві неможливе, тоді параметр максимальної частки ринку можна замінити параметром цільової частки ринку.

У фаховій літературі з управління продажами зарубіжні фахівці наводять три основні технології оцінки потенціалу продажів підприємства [3, с.433-437; 4, с.240-241]: ринковий фактор, дослідження намірів покупця і пробні ринки.

Метод виведення ринкового фактору для розрахунку потенціального обсягу продажів передбачає визначення ринкового фактору. Ринковий фактор – це компонент або елемент ринку, який є причиною попиту на продукцію (товари, роботи, послуги) або іншим чином пов'язаний з попитом. У якості ринкового фактору можуть виступати прогнозований рівень народжуваності, частка території, яку обслуговує підприємство, в загальному ринку та ін. Розрахунок потенціалу продажів підприємства здійснюється через потенціал (місткість) ринку та потенційну частку ринку підприємства.

Метод дослідження намірів покупця для визначення потенціалу продажів підприємства полягає у проведенні опитувань потенційних споживачів з метою виявлення їх готовності придбати продукцію (товари, роботи, послуги) за даною ціною.

Метод пробних ринків (тест-маркетинг) включає впровадження і просування нової продукції (товарів, робіт, послуг) на ринку, подібному до інших ринків підприємства. Попит на продукцію (товари, роботи, послуги) на пробному ринку буде використаний для прогнозування потенціалу продажів на інших ринках.

Для мережевих структур особливої актуальності набуває визначення потенціалу продажів у регіонах розташування окремих об'єктів. Для визначення потенціального обсягу продажів на різних територіях, як правило, застосовують відповідний ринковий фактор або індекс, розподілений за цими територіями. Ринковий індекс являє собою один або більше ринкових факторів, виражених у відсотках або в іншій кількісній формі, співвіднесених з деякою базовою величиною [3]. Зокрема, у якості ринкового індексу може бути використана питома вага продажів у регіонах в загальному обсязі діяльності.

Під *мінімальним обсягом діяльності*, значення якого покладено в основу песимістичного сценарію прогнозування обсягу діяльності підприємства, розуміємо обсяг діяльності, який забезпечить підприємству беззбитковість у перспективному періоді.

Реально досяжний обсяг діяльності підприємства у перспективному періоді визначається на основі узгодження прогнозу і плану обсягів діяльності та у подальшому є основою для розробки бюджетів і встановлення квот.

Література

1. Петров К. Н. Как разработать бизнес-план. Практическое пособие с примерами и шаблонами / К. Н. Петров. – М.: Вильямс. – 2010. – 384 с.
2. Козлов М. Управление продажами : Модели и стратегии / дизайн и внедрение / планирование и принятие решений / контроль и ответственность [Электронный ресурс] / М. Козлов. – Режим доступа : http://www.itctraining.ru/files/files/1214993136_mksm_3_Budgeting.pdf.
3. Управление продажами / Розанн Л. Спиро, Уильям Дж. Стэнтон, Грегори А. Рич. – М.: Издательский дом Гребенникова, 2007. – 704 с.
4. Шив Ч. Д. Курс МВА по маркетингу / Чарльз Д. Шив, Александр Уотсон Хайэм. – [пер. с англ. Б. Зуев, А. Исаенко]. – М.: Альпина Паблишер, 2003. – 717 с.

Гуменюк В.В.

к.е.н., доцент

Прикарпатський національний університет ім. Василя Стефаника (Україна)

ТИПОЛОГІЗАЦІЯ ФІНАНСОВО-ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КУРОРТНОЇ СФЕРИ

Фінансовий моніторинг за функціонуванням закладів курортної сфери проводиться за допомогою організованих державних статистичних спостережень, що передбачає застосування комплексу річних звітів. Наведемо їх загальну характеристику на предмет відображення в них показників фінансово-господарської діяльності.

„Звіт санаторно-курортного (оздоровчого) закладу”, форма №1-курорт. Цю звітність розробляють та подають санаторно-курортні (оздоровчі) заклади, а також підприємства й організації, на балансі яких є санаторно-курортні чи оздоровчі заклади (цілорічні – не пізніше 5 жовтня, сезонні – не пізніше, ніж через 5 днів після закінчення сезону).

„Звіт дитячого закладу оздоровлення та відпочинку”, форма № 1-от. Призначений для відображення статистичної інформації про функціонування дитячих закладів оздоровлення та відпочинку. Терміни подання: після завершення роботи закладу, однак не пізніше 1 вересня;

Обидві форми звітності містять розділ „Фінансові показники”, в якому передбачено відображення лиш одного показника „середня вартість одного ліжка-дня (людино-дня) перебування у закладі”. Такий інформаційний голод на фінансові показники ускладнює проведення фінансового моніторингу за функціонуванням санаторно-курортних (оздоровчих) закладів та дитячих закладів оздоровлення та відпочинку з використанням таких форм, як №1-курорт та № 1-от.

„Звіт про діяльність колективного засобу розміщування”, форма № 1 – КЗР. Ця звітність застосовується для узагальнення показників діяльності юридичних та фізичних осіб-підприємців, які надають послуги з тимчасового розміщування. Для цього звіту відведені терміни не пізніше 20 лютого, а за умови сезонного функціонування закладу – не пізніше, ніж через 5 днів після закінчення сезону”.

В розділі „Основні показники фінансово-господарської діяльності” міститься показник „середня вартість одного ліжка-дня (людино-дня) перебування в закладі”, показники доходів та витрат функціонування колективного засобу розміщення.

Суб’єкти господарювання – юридичні особи відображають:

1. Доходи від наданих послуг (без ПДВ, акцизного податку і аналогічних платежів у тому числі: від продажу номерів (плата за проживання); від реалізації путівок; від додаткових послуг, що не входять у вартість номера/путівки (курсівки).

2. Загальні операційні витрати із зазначення їх елементів: матеріальні витрати, оплата праці, відрахування на соціальні заходи, відрахування на амортизацію, інші операційні витрати. Додатково наводиться показник „інші витрати”.

За типом закладу	санаторій	санаторій-профілакторій	дитячий санаторій
	дитячий оздоровчий заклад (табір) цілорічної дії, дитячий центр		
	база або інший заклад відпочинку	будинок відпочинку	пансіонат відпочинку
	самостійний оздоровчий заклад 1-2 денного перебування		пансіонат з лікуванням
	бальнеофізіотерапевтичне відділення	бальнеологічна лікарня	грязелікарня
	бальнеогрязелікарня	курортна поліклініка	позаміський заклад оздоровлення
За періодом функціонування	сезонного характеру		цілорічної дії
За типом лікувальних послуг	загальноотерапевтичний		спеціалізований
За відображенням активів і пасивів	у самостійному балансі		у балансі юридичної особи
	у фінансовому рахівництві підприємців – фізичних осіб		
За категорією курортного готелю та подібного засобу розміщування	☆☆☆☆		☆☆☆☆
	☆☆☆☆		без категорії

Рис. – Типологізація закладів курортної сфери (розроблено автором)

Суб'єкти господарювання – фізичні особи розкривають загальні показники: „доходи від наданих послуг (без ПДВ, акцизного податку і аналогічних платежів)” та „витрати”.

На основі звітних форм №1-курорт, №1-от, № 1-КЗР розроблено класифікацію закладів курортної сфери, її зміст подано на рис.

Отже, на основі комплексу державних статистичних спостережень за функціонуванням закладів курортної сфери формується фактологічна база, що дає можливість вивчати структурні зрушення та фінансово-економічні процеси, які відбуваються в курортній галузі.

Егунов Ю.А.

к.э.н., доцент

Одесский национальный экономический университет (Украина)

ОСОБЕННОСТИ ПЛАНИРОВАНИЯ КАДРОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ

Важнейшей составной частью процесса формирования тактического плана промышленного предприятия является планирование кадрового обеспечения производства. Последнее осуществляется в контексте ресурсного обоснования производственной программы, представляющего собой систему взаимосвязанных плановых расчетов производственной мощности, потребности предприятия в трудовых, материальных и финансовых ресурсах.

Следует отметить, что планирование кадрового обеспечения производства является значительно более сложной задачей, чем планирование материально-вещественных факторов производства, на что указывает в своих работах ряд известных экономистов [1, с.384]. Сложность решения указанной задачи обусловлена специфическим характером данного ресурса.

Персонал предприятия – это не обычный ресурс. Во-первых, он создает стоимость большую, чем он стоит; во-вторых, без его привлечения невозможно осуществить ни одно производство; в-третьих, от него во многом зависит эффективность использования всех вовлеченных в производство ресурсов [2, с. 203]. В-четвертых, трудовой коллектив предприятия не представляет собой алгебраическую сумму отдельных его работников, что обуславливает необходимость учета в кадровом планировании синергетического эффекта, оценка которого на сегодняшний день представляется весьма сложной задачей [1, с. 384 и др.]. В-пятых, персонал является основным объектом и субъектом управления на предприятии. Но самое главное – это то, что данный ресурс требует специфических способов управления эффективностью его использования – специальной кадровой политики, под которой понимают «систему теоретических взглядов, идей, принципов, определяющих основные направления работы с персоналом, ее формы и методы» [3, с.128].

Рассмотренные выше особенности трудовых ресурсов предприятия обуславливают специфические требования, предъявляемые к планированию

кадрового обеспечения производства и предприятия. Данная задача может быть успешно решена только в результате осуществления комплекса взаимосвязанных плановых расчетов, выполняемых в системе кадрового планирования, цели которого значительно выходят как за рамки задачи ресурсного обеспечения производства, так и за рамки задачи кадрового обеспечения предприятия. Так, кадровое планирование направлено как на решение производственных задач, так и на удовлетворение интересов и потребностей работников. «Для предприятия важно иметь в нужное время и в нужном месте персонал в определенном количестве и соответствующей квалификации, а работникам – нормальные условия труда, стабильность занятости и справедливость оплаты» [4, с.189].

Отсюда логически вытекают две глобальные цели (задачи) кадрового планирования на предприятии:

- кадровое обеспечение производства и предприятия;
- обеспечение благоприятных условий труда и всестороннего развития работников предприятия.

В направлении достижения первой цели необходимо решение целого ряда частных задач, включая: 1) оценку наличного персонала; 2) определение текущих и перспективных потребностей в персонале соответствующих профессий, специальностей и квалификационных уровней; 3) изучение рынка труда; 4) определение внутренних и внешних источников удовлетворения потребностей в персонале; 5) обоснование действенных направлений и путей повышения производительности труда.

Вторая цель, связанная с удовлетворением интересов и потребностей работников, с одной стороны, имеет самостоятельное значение, с другой стороны, носит подчиненный характер по отношению к первой цели, поскольку является инструментом кадрового обеспечения предприятия. Так, для привлечения и закрепления на современных предприятиях высококвалифицированной рабочей силы, помимо обеспечения действенных материальных стимулов, необходимо:

- создание благоприятных условий труда и отдыха [1, с.384] и социально-психологического климата в коллективе [5, с.135];
- обеспечение высокого качества трудовой жизни (удовлетворение работника своим трудом, обогащение содержания труда) [5, с.134];
- создание условий для максимального раскрытия способностей работников [4, с.190] и всестороннего их развития.

Необходимость реализации указанных мероприятий для достижения второй глобальной цели кадрового планирования не только значительно усложняет процесс планирования кадрового обеспечения предприятия, но и обуславливает существенное увеличение затрат на решение данной задачи.

Литература

1. Ильин А. И. Планирование на предприятии : Учебник / А. И. Ильин. – Мн. : Новое знание, 2003. – 4-е изд., стереотип. – 635 с.
2. Грузинов В. П. и др. Экономика предприятия : Учебник для вузов / Под ред. проф. В. П. Грузинова. – М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998. – 535 с.
3. Тарасюк Г. М., Шваб Л. І. Планування діяльності підприємства : Навч. посіб. 3-є вид. – К.: Каравела, 2008. – 352 с.
4. Балабанова Л. В., Сардак О. В. Управління персоналом : Підручник. – К.: Центр учбової літератури, 2011. – 468 с.
5. Горемыкин В. А., Бугулов Э. Р., Богомолов А. Ю. Планирование на предприятии. Учебник. – М.: Информационно-издательский дом «Филинь», 1999. – 328 с.

Родина Е.Е.

к.э.н., доцент

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарева (Россия)

КОНТРОЛЛИНГ – ТЕХНОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

Современная парадигма управления развивается, основываясь на происходящих непрерывных изменениях, скорость которых возрастает, и контролировать которые достаточно сложно. В этих условиях неизбежно возникновение новых систем управления, одной из которых стал контроллинг.

Контроллинг – современная тенденция менеджмента, связанная с изменением технологии разработки управленческих решений. При росте организации и усложнении управления увеличивался административный управленческий аппарат, то в современных условиях разрабатываются альтернативные управленческие решения и с помощью компьютерной техники проводится их анализ по критериям целей фирмы, миссии, эффективности функционирования, конкурентоспособности, темпов развития и пр. Данный процесс вызывает необходимость интеграции учета, анализа, планирования, контроля и т.д. в общую систему информационного и методологического обеспечения управления. Возникшая таким образом система и получила название контроллинг [4]. На сегодняшний день нет однозначного подхода к концепции контроллинга.

С.Г. Фалько: «В определении контроллинга можно выделить: философскую, функциональную и организационные составляющие. Контроллинг – философия и образ мышления руководителей, ориентированные на эффективное использование ресурсов и развитие предприятия в долгосрочной перспективе.

Контроллинг – ориентированная на долгосрочное и эффективное развитие система информационно-аналитической, методической и инструментальной поддержки руководителей предприятия по достижению

поставленных целей, обеспечивающая реализацию цикла управления по всем функциональным сферам и процессам посредством измерения ресурсов и результатов деятельности.»[1,2].

Э.М. Коротков: «Контроллинг – это концепция в практическом управлении, направленная на поиск слабых сигналов возможных кризисных ситуаций, своевременную ликвидацию узких мест и отклонений. Обеспечение тенденций устойчивого стратегического развития в соответствии с целью, планом, миссией» [5, с.497].

НП Объединение контроллеров России придерживается подхода к определению контроллинга, данного С.Г. Фалько.

На наш взгляд, необходимо совмещение подхода Короткова Э.М. и Фалько С.Г., с одной стороны, при внедрении контроллинга в организации, необходимо чтобы он стал философией и образом мышления руководителей, а, с другой, это концепция управления, обеспечивающая устойчивое развитие предприятия, часто выступающая как система антикризисного управления.

Становление контроллинга происходило в условиях развития школ менеджмента, теорий организационного развития, моделей и методов управления. Контроллинг как система управление прошла несколько этапов развития (см. рис.) по возрастающей роли систем управления.

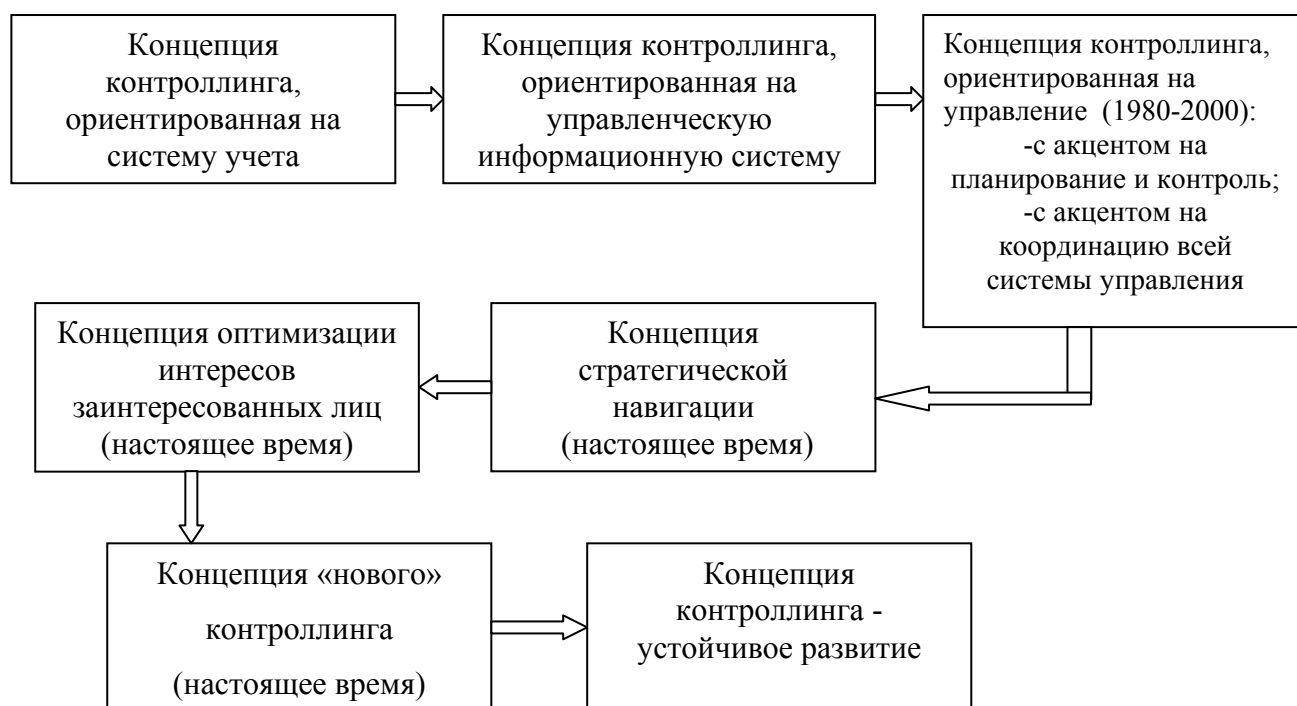


Рис. – Этапы развития концепций контроллинга

С этих позиций мы предлагаем определять контроллинг как концепцию управления, направленную на устойчивое развитие, интегрирующую функцию контроля в процесс реализации основных функций управления, развития самоуправления, своевременное устранение узких мест функционирования организации, содействующую достижению поставленных целей с учетом изменяющихся условий и факторов внешней и внутренней среды организации [6].

Литература

1. Фалько С. Г. Контроллинг для руководителей и специалистов / Фалько С.Г. – М.: Финансы и статистика, 2008. – 272 с.
2. Контроллинг : учебник / А. М. Карминский, С. Г. Фалько, А. А. Жевага, Н. Ю. Иванова. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 336 с.
3. Гуськова Н.Д. Интеграция концепций всеобщего управления качеством и контроллинга / Гуськова Н. Д., Салимова Т. А., Фалько С. Г., Родина Е. Е. – М.: Контроллинг. – № 3(36). – 2010. – С.74-79.
4. Коротков Э. М. Концепция российского менеджмента. – М.: Изд.-консалтинг. Предпр. «ДеКА», 2004. – 896 с. - [Электронный ресурс].
5. Коротков Э. М. Менеджмент : учебник. – М.: Изд-во Юрайт, 2010. – 640 с.
6. Родина Е. Е. Система управления – контроллинг : эволюция научных взглядов // Электронный журнал «Вестник Московского государственного областного университета» [Сайт]. – М.: МГОУ, 2013 – № 1. – URL : Режим доступа : http://vestnik-mgou.ru/vipuski/2013_1/stati/ekonomika/rodina.html

Сілічєва Н.Є.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

УПРАВЛІННЯ ПЕРЕТВОРЕННЯМИ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні економічні організації змінюються протягом усього часу свого існування під впливом зовнішніх і внутрішніх умов. Вони створюються, ростуть, стабілізуються, переорієнтуються, зникають. Зміна розміру, форми, напрямки діяльності, цілей розвитку підприємства вимагає розробки методів та інструментів для проведення необхідних перетворень. Ефективним засобом управління сучасною організацією, що враховує нові реальності існування і розвитку суспільства, стало стратегічне управління, що використовує положення концепції «організаційного розвитку».

Стратегічне планування визначає програму досягнення бажаних результатів, спрямовану на зміцнення конкурентних позицій фірми, і включає в себе формулювання стратегічного бачення, встановлення цілей з усіх напрямків діяльності та розробку стратегії розвитку організації. Сучасні темпи зміни зовнішнього і внутрішнього середовища, збільшення знань і об'єму інформації є настільки значними, що стратегічне планування представляється єдиним засобом формального прогнозування майбутніх проблем і можливостей їх дозволу [1].

Основні етапи і методи формування стратегічного планування розвитку підприємства представлені в табл.

Аналіз діяльності вітчизняних підприємств показує, що найчастіше стратегічна робота на підприємстві охоплює останні два етапи: розробляються бізнес-плани, в яких представлені стратегії окремих видів бізнесу, і проводяться зміни внутрішньої структури управління шляхом створення нових структур і перерозподілу обов'язків між існуючими.

В ході дослідження, було виявлено, що існує необхідність в концепції, що дозволяє встановити, в умовах, якого саме рівня невизначеності діє підприємство, і розробити корпоративну стратегію розвитку, що точно відповідає цьому рівню.

Таблиця

Характеристика основних методів і етапів стратегічного планування розвитку промислового підприємства

Характеристика етапу	Використовувані методи
1. Попередній етап: аналіз особистого потенціалу керівництва; діагностика підприємства; аналіз зовнішнього середовища	Анкетне опитування Бізнес - діагностика Маркетингові дослідження SWOT-аналіз
2. Визначення цілей, генерація стратегічних альтернатив, їх оцінка	Мозковий штурм Проблемно-ділова гра Колективна робота Методи портфельного аналізу
3. Ранжирування стратегічних проблем Розробка бізнес-стратегій функціональних стратегій	Експертні методи Бізнес-планування Мережеві моделі і стохастичні графи
4. Механізм реалізації стратегічних рішень	Зміна організаційної структури підприємства Навчання персоналу Зміна системи управління

Алгоритм стратегічного планування повинен містити наступні етапи [2]:

1. Створення одній або декілька нових точок росту, частенько нові джерела росту знаходяться на незнайомій території.
2. Визначення потенціалу компанії, приділяючи увагу розвитку ресурсів: ексклюзивні активи, уміння стимулювати ріст і специфічні взаємозв'язки.
3. Встановлення контролю над ключовими ресурсами.
4. Формування сукупності ресурсів для забезпечення переваги.
5. Активна адаптація моделі розвитку підприємства до ринку, за допомогою використання механізму зворотного зв'язку.

Інтегруючим показником визначення ефективності стратегічного планування розвитку промислового підприємства, на наш погляд, повинна служити вдосконалена комплексна система оцінки стратегічного плану, що припускає за допомогою певної параметричної функції виявляти ефективність реалізації заходів і альтернативних рішень стратегічного плану.

На підставі дослідження можна сказати, що розробка стратегічних концепцій розвитку промислової організації дозволить оптимізувати портфель бізнесів і визначити пріоритети в найкоротші терміни.

Розробка стратегічної концепції розвитку припускає рішення наступних завдань: формування бізнес-портфеля, визначення пріоритетів і формування організаційної структури.

Посилення конкурентних відносин на світових і вітчизняних ринках, стрімкий розвиток і зміна технологій, ускладнення бізнес-проектів та інші фактори обумовлюють нові вимоги до стратегічного планування, його змістом, структурою, методами розробки та оцінки результативності на підприємствах.

Таким чином, необхідною складовою розвитку організації є вибір стратегічної альтернативи і приведення у відповідність обраної стратегії організаційної структури, форм і методів управління фірмою на основі формування організаційної культури, що використовує потенціал працівників і надихає їх на здійснення змін.

Література

1. Идрисов А. Стратегия на ключевых компетенциях и динамических способностях // Экономические стратегии. – 2006. – № 1. – С. 11-19.
2. Попов С. Сценарное планирование и стратегический анализ // Стратегический менеджмент. – 2008. – № 2. – С. 56-78.

Дроздова О.Г.

к.е.н., ст. викладач

Одеський інститут фінансів УДУФМТ (Україна)

ОРГАНІЗАЦІЯ ВНУТРІШНЬОГО КОНТРОЛЮ НА ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ

В сучасних умовах диверсифікованого розвитку економіки та окремих її складових, керівна ланка підприємства потребує не лише достовірної та своєчасної інформації про стан її активів, а також виникає необхідність в організації налагодженої системи їх збереження. Враховуючи сучасні умови ведення підприємницької діяльності, саме контроль посідає особливе місце в проведенні заходів, які сприяють збереженню майна власника, як заінтересованої в цьому особи та дозволяє виявити можливі відхилення в діяльності і вжити заходів щодо їх вирішення. Тому, на сьогодні на торговельних підприємствах істотної важливості набуває удосконалення організації внутрішнього контролю, для чого необхідним є дослідження сутності та ефективного механізму його здійснення.

Поняття контролю з'явилося в лексиконі управлінців ще на початку XVIII століття. Як система контролю за діяльністю підприємства, воно сформувалося до початку XX століття у вигляді сукупності трьох елементів: розділення повноважень, ротація персоналу, використання та аналіз облікових записів. Пізніше функції контролю значно розширилися, перетворившись на організацію та координування дій, спрямованих на забезпечення збереження активів, перевірку надійності облікової інформації, підвищення ефективності

операцій, дотримання запропонованої політики та процедур компанії. Еволюціонуючи і розширюючи сферу свого застосування, контроль до кінця ХХ століття перетворився на інструмент контролю за ризиками, де його функції тісно переплітаються з функцією управління ризиками – ризик-менеджментом [1, с. 165].

У сучасних умовах господарювання до сутності поняття “контроль” зростають вимоги до ефективності управління підприємствами, які обумовлюють необхідність функціональної активізації контролю і процесу його інформаційного забезпечення як складової частини управління. Це потребує якісно нового теоретичного осмислення суті й ролі інформаційного забезпечення контролю в управлінні підприємством. Актуальним завданням є перехід від традиційної пасивної констатації фактів господарського життя до активних, ефективно функціонуючих методів накопичення інформації, що є реальною основою підвищення ефективності функціонування системи контролю на підприємстві [2, с. 3].

Різні підходи щодо визначення завдань контролю та його особливостей в першу чергу обумовлено тими факторами, що контроль як система може мати два основні види: зовнішній та внутрішній. Так, залежно від виду контролю зовнішнього чи внутрішнього та уповноважених органів, які його здійснюють буде залежати мета та способи проведення самого процесу контролю.

Внутрішній контроль є невід’ємною складовою системи управління, яка забезпечує ефективне функціонування господарської діяльності підприємства на належному рівні, за допомогою його можна виявити недоліки при здійсненні тих чи інших операцій та надати рекомендації щодо їх вирішення. Контроль є постійним процесом, що супроводжується при здійсненні господарських операцій.

Внутрішній контроль є сукупністю регламентованих на конкретному підприємстві дій, пов’язаних із процесом проведення контрольних процедур в ході здійснення господарської діяльності.

Різноманітність підходів до визначення сутності внутрішнього контролю пов’язана із різними аспектами проведення внутрішнього контролю, його функціями та складовими, що визначаються залежно від об’єктів, які підлягають перевірці.

Кожне підприємство враховуючи особливості його діяльності, матиме свої специфічні риси, які будуть притаманні для організації контрольного процесу. На торговельних підприємствах організація та процедури контролю будуть специфічними. Це в першу чергу обумовлено специфікою діяльності саме підприємств сфери торгівлі, а тому звідси і виходить, що для такої діяльності внутрішній контроль матиме свої особливості як організації так і проведення. Особливо це актуально для підприємств торгівлі, які здійснюють диверсифіковану діяльність, що і визначає необхідність розроблення ефективної системи внутрішнього контролю.

На етапі становлення системи внутрішнього контролю та його подальшого здійснення важливим постає питання його ефективної організації, що матиме позитивний результат для діяльності всього підприємства.

Під організацією контролю слід розуміти сукупність процедур, які дозволяють на достатньому рівні провести всі необхідні контрольні заходи, а також визначити їх вплив на процес приймання управлінських рішень.

Проте, варто відмітити, що для кожного підприємства організація внутрішнього контролю буде різною, оскільки це залежатиме від специфіки його діяльності. Тому, необхідно сформуванати ряд факторів, що дозволять виокремити саме ті особливості, які притаманні торговельним підприємствам та впливають на специфіку організації внутрішнього контролю руху товарів.

Література

1. Ковтун Т. В. Система внутрішнього контролю як невід'ємний елемент операційної системи підприємства / Т. В. Ковтун // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6. – Т. 1. – С. 164-170.

2. Петренко С. М. Внутрішній контроль діяльності підприємств і його інформаційне забезпечення: теорія, методологія, організація: автореф. дис. на здобут. ступ. докт. екон. наук: спец. 08.00.09 “Бухгалтерський облік, аналіз та аудит” (за видами економічної діяльності) / С. М. Петренко. – К.: Державна академія статистики, обліку та аудиту Держкомстату України – 2010. – 36 с.

Гнип Н.О.

к.е.н., викладач

Харківський інститут банківської справи Університету банківської справи
НБУ (Україна)

МЕХАНІЗМ ФІНАНСОВОГО ПЛАНУВАННЯ НАРОЩЕННЯ ФІНАНСОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Аналіз фінансово-економічних результатів підприємств в сучасних умовах показує, що погіршення в ефективності управління фінансовою діяльністю пов'язане з посткризовою ситуацією в країні. Все це зумовлює необхідність комплексного застосування і розвитку сучасного інструментарію системи фінансового управління в посткризових умовах, яка повинна забезпечити безперервний приріст фінансового потенціалу господарюючого суб'єкта або хоча би запобігти його зниженню.

Фінансовий потенціал, як категорія похідна від фінансів підприємств, обмежений виключно грошовими стосунками, що виникають в процесі руху фінансових ресурсів підприємства (власних і залучених), утворення на цій основі його потенційних доходів і розподілу їх по чинниках виробництва. Отже, фінансовим потенціалом підприємства, вважається сукупність потенційних фінансових ресурсів і доходів підприємства, при заданих або

таких, що склалися, параметрах ресурсного і виробничого потенціалів, а також ринкової кон'юнктури.

Для моделювання стійкого економічного зростання, що передбачає спільну дію операційного і фінансового важелів стає вельми важливим застосовувати механізм фінансового планування, що враховує техніко-економічні характеристики підприємства як основу для розрахунку фінансових показників. У сучасній економічній літературі [1-3] розглядають три моделі фінансового планування: розробка фінансового розділу бізнес-плану; бюджетування; складання прогнозних фінансових документів.

У табл. наведено можливе поєднання у кожній з моделей методів фінансового планування.

Новий механізм планування нарощення фінансового потенціалу повинен ґрунтуватися на комбінації відомих моделей планування – розробки фінансової частини бізнес-плану з процесом бюджетування і складанням прогнозних фінансових документів звітної бухгалтерії, одночасно поєднуючи при цьому наведені методи планування для реалізації фінансової стійкості і рентабельності. Основу нової моделі повинен складати процес бюджетування, як єдиний метод, що дозволяє якнайповніше визначити рух фінансових потоків підприємства, що є ключовим для реалізації поточної і особливо довгострокової фінансової стійкості. Відмінність даного механізму фінансового планування полягає в глибшому опрацюванні фінансової діяльності підприємства, що розглядається за трьома напрямками: з позиції доходів і витрат підприємства, з позиції руху потоків готівки та з позиції стану активів і пасивів підприємства.

Таблиця

Моделі фінансового планування

Методи (прийоми), використані в моделях фінансового планування	Модель фінансового планування		
	Розробка фінансового розділу бізнес-плану	Бюджетування	Складання прогнозних фінансових документів
Метод прогнозу об'ємів реалізації	+	+	+
Нормативний метод	+	-	+
Коефіцієнтний метод	+	-	+
Розрахунково-аналітичний метод	+	+	+
Метод балансу доходів і витрат	+	+	+
Метод балансу грошових витрат і надходжень	+	+	+
Метод прогнозованого балансу активів і пасивів підприємства	+	+	+
Метод визначення потреби в зовнішньому фінансуванні	+	-	-
Метод оптимізації планових рішень	-	+	-
Метод розрахунку точки беззбитковості	+	-	-

Політика нарощування фінансового потенціалу в рамках стратегії економічного зростання господарюючого суб'єкта через свою ризикованість не може спиратися на моделі економічного зростання, побудовані тільки на якому-небудь одному показнику, – рентабельності власного капіталу за рахунок реінвестування прибутку, валовій виручці, валовому або чистому прибутку тощо. Для розвитку господарюючого суб'єкта необхідне стійке економічне зростання як модель комбінованої взаємодії поведінки в часі показників рентабельності і фінансової стійкості, не дивлячись на можливість відмінності цільових функцій останніх.

В результаті дослідження запропоновано механізм фінансового планування нарощення фінансового потенціалу, заснований на комбінації моделі фінансового розділу бізнес-плану, бюджетування, прогнозних фінансових параметрів. Адже, планування фінансового потенціалу виступає важливим інструментом та функцією системи управління підприємств.

Література

1. Бланк И. А. Стратегия и тактика управления финансами / И. А. Бланк. – Киев.: МП «ИТЕМЛтд» СП «АДЕФ-Украина», 1996. – 534 с.
2. Єлисеєва О. К. Методи та моделі оцінки і прогнозування фінансового стану підприємства : [монографія] / О. К. Єлисеєва, Т. В. Решетняк. – Краматорськ : ДДМА, 2007. – 208 с.
3. Финансовое планирование и контроль / Робсон А. П., Кеннеди Р. Й., Сасьени М. У. и др. / Под ред. М. А. Поукока и А. Х. Тейлора. – М.: ИНФРА-М, 1996. – 479 с.

Волошан І.Г.

ст. викладач

Харківський національний економічний університет (Україна)

ОЦІНКА ЯКОСТІ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ЄМНОСТІ ПЕРВИННИХ ОБЛІКОВИХ ДОКУМЕНТІВ

Сучасний стан розвитку економіки та господарських процесів в торгівлі висуває нові вимоги до інформаційного забезпечення потреб управління. Інформація як предмет і явище несе на собі певні ознаки, які необхідно враховувати в раціоналізації роботи обліково-інформаційної системи.

Першоджерелом формування інформаційної системи підприємства є первинні облікові документи. Поліпшенню інформаційних характеристик первинних документів повинно передувати вивчення їх кількісних параметрів, одним з них є їх фізичний обсяг. Фізичний обсяг первинних документів визначає мінімальний обсяг інформаційного забезпечення підприємства про товарорух, адже саме ця вихідна інформація є першоджерелом та основою для наступної аналітичної обробки обліково-інформаційного забезпечення [1].

Ми вважаємо досить спірною можливість у всіх випадках процесу

управління товарорухом заздалегідь визначити стандартний оптимальний обсяг необхідної інформації для підприємств торгівлі. Адже кожний суб'єкт господарювання має власну мету, організаційну структуру, ринки збуту, обсяги діяльності, технічне забезпечення, від яких залежить кількість та структура обліково-інформаційного забезпечення управління. Але кожне торговельне підприємство з урахуванням мети господарської діяльності та власних інформаційних потреб може визначити склад інформації з товароруху кожного структурного підрозділу, а всередині нього за кожною групою працівників. Таким чином, процес формування обліково-інформаційного забезпечення управління товарними операціями необхідно будувати за центрами відповідальності.

Незважаючи на те, що оптимальний обсяг обліково-інформаційного забезпечення управління торговельних підприємств визначити досить складно, але можливо оцінити фізичний обсяг, якість та інформаційну ємність первинних документів, які є джерелом обліково-інформаційного забезпечення. Необхідно відмітити, що оцінка фізичного обсягу документу, як окремого показника, не представляє жодної цінності, тому вважаємо, що фізичний обсяг необхідно оцінювати поряд з його інформаційним обсягом.

Найчастіше інформаційний обсяг документу прирівнюють до кількості знаків (реквізитів), які він містить. Вважаємо недоцільним оцінювати інформаційний обсяг документу за кількістю знаків, адже тоді фізичний обсяг документу, який також вимірюється кількістю реквізитів, буде дорівнювати інформаційному, а це не відповідає дійсності. Тому, при дослідженні облікової інформації і проектуванні бланків первинних документів вважаємо за необхідне використовувати параметр інформаційної ємності.

Інформаційна ємність первинного облікового документу це реальна кількість інформації, що вкладена в визначений фізичний обсяг.

Показник інформаційної ємності первинного облікового документу прямо пропорційний його якості. Під якістю первинного облікового документу розуміємо кількість потрібної (обов'язкової та додаткової) інформації про господарський процес за рівнем значимості. Тобто, чим більш необхідна та якісна інформація у первинному документі, тим вища його інформаційна ємність. Таким чином, між інформаційною ємністю первинного облікового документа та його якістю спостерігається пряма залежність.

Інформаційна ємність первинного облікового документу крім якості залежить від його обліково-інформаційного (фізичного) обсягу. При цьому, при збільшенні фізичного обсягу первинного документу збільшується його якість, а отже і інформаційна ємність, але до певного стану. Потім функціональна залежність змінюється і зі збільшенням обліково-інформаційного обсягу первинного документу знижується його якість та інформаційна ємність. Точка зміни функціональної залежності визначається інформаційними потребами управління та користувачів облікової інформації про товарорух. Отже, з метою оцінки якості, інформаційної ємності обліково-інформаційного забезпечення управління товарними операціями необхідно визначити склад потрібної первинної облікової інформації про товарні операції підприємства торгівлі [2].

В умовах відсутності загальноприйнятої методики оцінки якості інформаційного забезпечення та первинних документів, пропонуємо в основу методики оцінки якості облікових документів використати саме їх реквізитний склад з точки зору інформаційного навантаження. Пропонуємо визначати якість первинного облікового документу за результатом бальної оцінки реквізитів первинних облікових документів. Підсумовуванням ваги одиниць інформації (добуток кількості реквізитів за видами та їх бальної оцінки) можна визначити загальну якість (інформативність) документа за групою.

Необхідно зауважити, що отриманий показник якості облікового документу потрібно порівнювати з показником якості обліково-інформаційного забезпечення за групою первинних документів. Тобто для кожної групи документів за об'єктами обліку визначається загальна якість реквізитного складу групи первинних документів. Загальна якість реквізитного складу групи первинних документів є максимальним показником якості відповідної групи. Крім того, максимальна якість обліково-інформаційного забезпечення групи первинних документів за об'єктами обліку визначить оптимальну кількість інформації, необхідної для прийняття управлінських рішень.

Таким чином, з метою підвищення оперативності управління товарними операціями на основі документальних даних виникає необхідність побудови таких облікових документів, інформаційні властивості яких відповідали б сучасним вимогам господарювання.

Література

1. Розвиток теоретико-методологічних засад обліку, аналізу, контролю і аудиту. Монографія / під заг. ред. д.е.н., проф. А. А. Пилипенка та к.е.н., проф. Г. Ф. Азаренкова. – Х : ФОП Александрова К.М.; ВД «ІНЖЕК», 2012. – 640 с.

2. Волошан І. Г. Інформаційні властивості первинного облікового документу // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України, № 1 (21), серія : Економічні науки, 2007. – С. 121-124.

Пудичева Г.О.

аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

РОЗРОБКА ЗБАЛАНСОВАНОЇ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ДЛЯ ЕНЕРГЕТИЧНОГО ГОСПОДАРСТВА ЗАГАЛЬНООСВІТНЬОЇ ШКОЛИ

Аналізуючи стан енергетичних господарств в загальноосвітніх закладах, потрібно визначити основні показники, за якими буде відбуватися оцінка ефективності використання енергетичних ресурсів. Більшість авторів [1; 2] погоджуються, що основними показниками ефективності використання енергії є енерговіддача (прямий показник) та енергоємність (зворотній показник). Однак, відображаючи економічну складову ефективності, вони ігнорують соціальну та екологічну, що набувають особливого значення в теперішній час. Крім цього, оскільки в центрі нашої уваги лежать загальноосвітні школи, що не

є виробниками продукції, показники енерговіддачі та енергоємності втрачають будь-який зміст. Тому в цьому випадку необхідна розробка системи показників, що будуть характеризувати з достатньою повнотою ефективність роботи енергетичного господарства, зважаючи на її складність та багатогранність.

У рамках концепції контролінгу широко застосовується збалансована система показників (ЗСП). Вона повинна допомогти керівництву виявити сильні та слабкі сторони у функціонуванні енергетичного господарства, визначити причини їх виникнення, а також сформулювати заходи, реалізація яких дозволить підвищити ефективність у необхідних напрямках роботи. ЗСП пов'язує стратегію підприємства з його діяльністю за основними чотирма напрямками: фінанси, взаємовідносини з клієнтами, внутрішні бізнес-процеси і навчання та розвиток персоналу.

При розробці виникає питання чи можна розробити ЗСП саме для енергетичного господарства. Американський економіст М.Г. Браун [3] визначає два підходи у розробці ЗСП: стратегію «зверху – вниз» та стратегію індивідуальних стратегічних одиниць. Згідно другого підходу можливим є розробка окремої ЗСП для енергетичного господарства, адже можна чітко окреслити цілі, спрямовані на виконання єдиної стратегії підприємства. Розробка та впровадження ЗСП енергетичного господарства повинні ґрунтуватися на його стратегічній карті, що представляє собою графічне зображення цілей діяльності. Сама ЗСП має доповнювати карту показниками, орієнтирами та ініціативами, що можуть бути використані для оцінки успіху в досягненні поставлених цілей. Таку ЗСП, розроблену для енергетичного господарства, що обслуговує загальноосвітню школу, представлено в табл.

Таблиця

ЗСП енергетичного господарства загальноосвітньої школи

Стратегічна перспектива	Стратегічна мета	Показник
Клієнти	Підвищити рівень забезпечення школи енергетичними послугами	Обсяг наданих енергетичних послуг
	Підтримувати заходи зі зниження енергоспоживання у школі	Обсяг енергетичних послуг на одного учня
		Обсяг енергетичних послуг на одиницю площі будівлі школи
	Розширити знання населення з енергозбереження	Рівень інформованості учнів про заходи з енергозбереження
	Сприяти зниженню шкідливих викидів	Рівень викидів шкідливих речовин
Внутрішні процеси	Розширити використання НВДЕ	Рівень використання НВДЕ
	Скоротити енергоспоживання	Загальний обсяг витрачених ПЕР
		Питомі витрати енергетичних ресурсів на одиницю енергії
		Коефіцієнт корисної дії
		Втрати енергії
	Коефіцієнт використання обладнання за потужністю	

Навчання і розвиток	Розвинути навички з ефективного використання енергетичних ресурсів	Відсоток працівників, що потребують перенавчання
	Сприяти збереженню кадрової бази	Частка витрат на оплату праці в загальних витратах підрозділу
	Забезпечити доступ співробітників до інформації з енергозбереження	Коефіцієнт текучості кадрів
Фінанси	Знизити витрати	Рівень інформованості працівників
		Загальний рівень витрат
		Витрати на одиницю енергії
		Витрати на одного учня
		Витрати на одиницю площі будівлі школи

Табл. була побудована на основі даних енергетичного господарства Роздільнянського району Одеської області, що обслуговує ЗОШ I-III ступенів с. Степове. У 2012/13 н.р. у ній навчався 201 учень. Площа будівлі складає 3346 м². З 2010 р. для більш ефективного забезпечення потреби в енергетичних послугах в котельні, що обслуговує дану школу було встановлено котел АКО-200, що працює на альтернативному паливі (пелетах). Цей захід свідчить про спрямованість школи на шлях сталого розвитку. Виходячи з цього, нами було розроблено стратегічні цілі для даного енергетичного господарства, що розкриваються в показниках ЗСП.

Дана ЗСП не носить вичерпний характер, оскільки вимагає певного уточнення на етапі впровадження. Відповідальні особи повинні врахувати всі особливості функціонування енергетичного господарства, що обслуговує дану школу, та внести відповідні коректування для успішного використання ЗСП на практиці. Однак, в цілому, застосування ЗСП в роботі енергетичного господарства дозволить доповнити оцінку його ефективності за фінансовими показниками низкою нефінансових, більш повною мірою характеризуючи його ефективність.

Література

1. Літвінов О. С. Теоретичні засади ефективності використання енергії на підприємстві / Літвінов О. С., Літвінова В. О. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2010. – № 40. – С. 86-91.
2. Дзяна Г. Теоретичні основи державної політики у сфері енергозбереження / Г. Дзяна, Р. Дзяний // Ефективність державного управління. – 2010. – Вип. 23. – С. 72-79.
3. Браун М. Г. Сбалансованная система показателей : на маршруте внедрения / М. Г. Браун; [пер. с англ.]. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 226 с.

УДОСКОНАЛЕННЯ ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ОПЛАТИ ПРАЦІ

На практиці аналіз витрат на оплату праці зводиться до аналізу формування та використання фонду заробітної плати. Основним критерієм ефективного управління фондом заробітної плати має стати його відповідність фактичним змінам результатів роботи підприємства [1, с.125].

Загальна методика розрахунку показників, що характеризують ефективність використання засобів на заробітну плату умовно включає чотири групи показників: пропорційності, зарплатомісткості, зарплатовіддачі та рентабельності.

Перша група представлена коефіцієнтами: співвідношення темпу зростання обсягу виробництва, продукції товарів (робіт, послуг) і темпу зростання фонду заробітної плати та співвідношення між темпом зростання продуктивності праці і темпом зростання середньої заробітної плати. Коефіцієнти доцільно розраховувати двічі: виходячи з фонду заробітної плати, що включається у витрати на виробництво і реалізацію продукції (робіт, послуг) і із загального фонду заробітної плати.

До другої групи належать два показники, що характеризують зарплатомісткість виробництва продукції, товарів (робіт, послуг): питома вага фонду заробітної плати у витратах на виробництво продукції та питома вага фонду заробітної плати у вартості виробленої продукції.

До третьої групи відносяться чотири показники, які відповідають за величину результату, що припадає на 1 грн. фонду заробітної плати (від виробництва продукції, товарів (робіт, послуг), виручки від реалізації продукції, товарів (робіт, послуг), прибутку від реалізації продукції, товарів, чистого прибутку). Показники цієї групи, як і в першій, також доцільно розраховувати двічі. Четверта група представлена одним показником рентабельності заробітної плати, який дозволяє оцінити рівень ефективності витрат на фонд оплати праці [2, с.100].

Отже, практично ідентичними є наступні показники ефективності витрат на оплату праці: чистий прибуток на 1 грн. фонду заробітної плати та рівень рентабельності заробітної плати. Також до недоліків вказаної класифікації відноситься відсутність показників співставлення результатів праці із тією частиною витрат на оплату праці, яка безпосередньо виплачується за виконану роботу – мається на увазі тарифна або основна заробітна плата. Як відомо, саме пряма заробітна плата на відміну від додаткової заробітної плати та інших заохочувальних та компенсаційних виплат обумовлює виконання основної функції заробітної плати – стимулюючої, яка полягає у встановленні залежності її розміру від кількості її 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.

Як результат, на нашу думку, необхідно показники співставлення прибутку підприємства і витрат на оплату праці перенести до групи показників рентабельності; вилучити із класифікації показників ефективності праці дубльований показник чистий прибуток на 1 грн. фонду заробітної плати; модифікувати показники зарплатовіддачі, замінивши фонд заробітної плати на фонд основної (тарифної) заробітної плати. Модифікацію показників ефективності витрат на оплату праці наведено на рис.

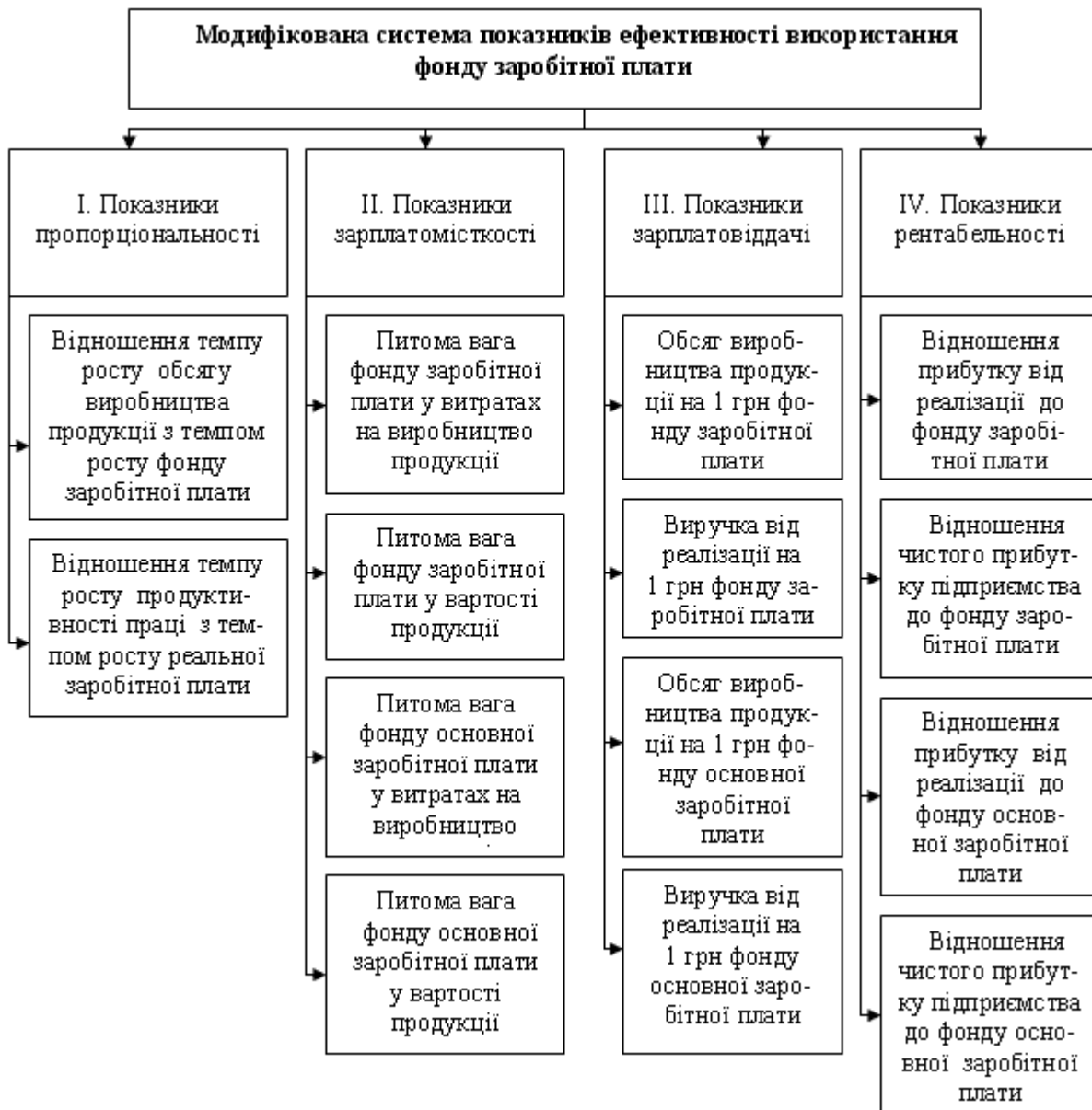


Рис. – Модифікована система показників ефективності використання фонду заробітної плати

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. Долинина Т. Н. Оценка эффективности использования фонда заработной платы / Т. Н. Долинина // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2008. – № 23. – С. 98-103.

Чернова В.В.

аспірант

Одесский национальный экономический университет (Украина)

ОПЫТ ВНЕДРЕНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ КОНТРОЛЛИНГА НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Все новые и новые ограничения, появляющиеся в сегодняшней рыночной ситуации, никогда еще не были такими жесткими, краткосрочными и в высшей степени неожиданными по многим параметрам. Все это требует от предприятий, оперирующих на реальных рынках, новых способностей к адаптации и выживанию. Перед действующим бизнесом ежедневно поднимаются множество вопросов о необходимости управления в условиях усиливающейся конкуренции, нестабильности внешнего окружения и требования оперативного реагирования на меняющиеся условия, а также поиска новых методов управления и эффективных подходов к достижению поставленных стратегических и оперативных целей. Поэтому становится актуальной задача системного применения инструментов контроллинга, которые призваны не просто оптимизировать работу менеджеров, но перевести процесс управления на качественно новый уровень, где контроллинг, по праву, является одной из важнейших составляющих системы управления и принятия решений.

Многообразие инструментов контроллинга широко представленное в передовой теории результативно помогает реагировать на вызовы современной практики. Научные исследования различных аспектов системы контроллинга нашли всестороннее отражение в трудах авторов дальнего, ближнего зарубежья и Украины. Многие научные труды посвящены не только вопросам теоретического плана, но и практического применения инструментов контроллинга. Но, не смотря на целый ряд публикаций в современной научной периодике, недостаточно освященными остаются методики внедрения различных инструментов контроллинга с последовательным описанием процедур, которые четко показывают, что необходимо делать сотрудникам предприятия, для внедрения и дальнейшего применения таких инструментов.

Целью данного исследования является изучение и описание некоторых практических приемов, успешно примененных на ряде действующих промышленных предприятиях в Украине, в последние годы.

Построение полноценной системы контроллинга на предприятии – это дело не простое и достаточно индивидуальное. Поэтому такой проект на любом предприятии должен начинаться с проведения диагностики его деятельности, выявления действующих бизнес-процессов, документооборота и их последующего анализа. Это позволяет увидеть общую картину и составить план-программу создания системы контроллинга на предприятии. Описание создаваемой системы должно начинаться с представления системы планирования деятельности компании как она есть на сегодняшний день и тех задач, которые ставят собственники и топ-менеджмент перед будущей системой планирования. Полученная таким образом предварительная информация о процессе планирования позволит начать очень важный этап в построении системы контроллинга на предприятии – формирование классификационных справочников, которые и станут базисом для функционирования инструментов как стратегического, так и оперативного контроллинга в компании. Грамотный подход к этому этапу позволит заложить прочную основу для системы планирования и управленческого учета, системы управленческой отчетности и показателей оценки деятельности, анализа хозяйственных операций, оценки инвестиционных проектов и т.д.

Классификационные справочники – это таблицы, в которых собран перечень объектов, относящихся к одному либо нескольким бизнес-процессам, которые систематизированы по различным признакам и содержат краткую, но необходимую информацию по каждому из объектов. Основными являются классификационные справочники товаров, работ и услуг, доходов и затрат, контрагентов и т.п. Форма классификационного справочника – это электронная таблица, состоящая из полей группировки по различным признакам. Вид классификационного справочника – это единственное, что одинаково для всех предприятий, а его наполнение признаками для группировки является в каждом случае уникальным. Логика разработки справочников аналогична логике планирования в любой компании: от стратегического уровня "Миссия – Стратегии – Цели" к оперативному "Задачи – Программы – Процедуры – Бюджеты" [1, с.58].

Привлечение специалистов различных подразделений для участия в рабочей группе по разработке классификационных справочников, является необходимым условием, поскольку позволяет получить более объективную картину бизнес-процессов на предприятии, что, в свою очередь, повышает качество полученного результата.

Проведенное практическое исследование позволяет сделать следующие выводы.

Во-первых, внедрение инструментов контроллинга необходимо начинать с описания системы планирования в компании, т.к. согласно этой логике будут строиться классификационные справочники товаров, контрагентов и т.п.

Во-вторых, формирование классификационных справочников должно быть произведено на профессиональном уровне, поскольку от этого зависит качество полученной информации и время на ее обработку.

В-третьих, участие специалистов предприятия является обязательным условием в создании классификационных справочников, а привлечение внешних консультантов носит желательный, но не обязательный характер.

Литература

1. Контроллинг : учебник / А. М. Карминский, С. Г. Фалько, А. А. Жевага, Н. Ю. Иванова; под ред. А. М. Карминского, С. Г. Фалько. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 336 с.

Чубар М.М.

аспірант

Хмельницький національний університет (Україна)

ОСНОВНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ЕКСПОРТНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Формування системи показників оцінки експортного потенціалу підприємства (ЕПП) є обов'язковим елементом наукового дослідження, в межах якого тією чи іншою мірою розглядається даний потенціал. Таким чином, в контексті створення механізму підвищення ЕПП вітчизняного підприємства в системі членства України в СОТ створення відповідної множини показників оцінки ЕПП також необхідне.

Дана система показників повинна відповідати певним загальним вимогам, частково сформованим на основі досвіду попередніх економічних досліджень, частково авторським. Дотримання цих вимог покликане забезпечити створення компактної, та в той же час всеохоплюючої системи показників, що здатна забезпечити точну, швидку, просту та повну оцінку всіх основних аспектів формування та розвитку ЕПП в межах чинного національного та міжнародного законодавства.

Найбільш простим та часто використовуваним методом визначення структури системи показників оцінки ЕПП є прив'язка даної структури до попередньо визначеної автором структури ЕПП [1, с.173-176; 2, с.55-56; 3, с. 134-136].

Якщо система показників оцінки ЕПП буде мати недостатнє охоплення елементів формування та розвитку ЕПП – оцінці буде не вистачати точності, якщо ж система показників буде надто деталізованою, то це призведе до надмірного ускладнення процедури оцінки, що збільшить час на її виконання, а також вірогідність помилок в обрахунках. Проте у вихідних положеннях теорії математичного моделювання можна знайти положення про спрощеність математичної моделі у порівнянні з об'єктом моделювання. Таким чином,

необхідним етапом моделювання ЕПП є нехтування деякими його елементами, другорядними для цілей наукового дослідження [4, с.129; 5, с.263; 6, с.15].

Динамічна оцінка ЕПП передбачає врахування зміни величини ЕПП та його складових елементів на протязі певного періоду та повинна базуватись на ретроспективному (оцінка діяльності підприємства за попередні періоди) та перспективному (прогнозування тенденцій розвитку даної діяльності на майбутнє) оцінюванні.

Іншою важливою вимогою до показників системи оцінки ЕПП є можливість законного доступу до інформації про діяльність підприємства, так як в обов'язковому порядку публікувати річну фінансову звітність, аудиторський звіт тощо зобов'язані лише деякі (наприклад, ПАТи) суб'єкти економічно-господарської діяльності, інша ж інформація може бути недоступна для незалежного дослідника, або ж доступна лише за попередньої домовленості з керівником підприємства [7; 8].

Враховуючи вищевикладене, ми пропонуємо формувати систему показників діяльності підприємства для оцінки ЕПП, дотримуючись наступних критеріїв – зрозумілість (показники оцінки ЕПП повинні бути простими та зрозумілими), доступність і відкритість (показники оцінки ЕПП не повинні для свого обчислення потребувати доступу дослідника до закритої інформації) обмеженість (система показників оцінки ЕПП повинна бути деталізованою рівно настільки, щоб це не перешкоджало потребам оперативної та точної оцінки ЕПП), повне охоплення (система показників оцінки ЕПП повинна повністю відображати вплив факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства на формування його ЕПП), порівнянність (показники, що входять в систему оцінки ЕПП, повинні бути порівнянними з аналогічними показниками конкурентів), часовий масштаб (система показників оцінки ЕПП повинна охоплювати період за декілька років роботи підприємства), розвиток система показників оцінки ЕПП повинна включати якісні показники, що характеризували б розвиток експортної діяльності підприємства.

Література

1. Кікуш О. Семантика та економічний зміст категорії «Експортний потенціал» / Кікуш О. // Економічний аналіз, 2008. – № 3 (19).
2. Попов О. І. Підвищення ефективності формування і використання експортного потенціалу підприємств : дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.06.01 «Економіка підприємств і організація виробництва» / О. І. Попов. – Сімферополь, 1998. – 161 с.
3. Серова Л. П. Управління експортним потенціалом підприємства [Текст] : дис. канд. екон. наук : 08.06.02 / Серова Людмила Петрівна ; Київський національний торговельно-економічний ун-т. – К., 2002. – 308 с.
4. Леонов С. В. Інвестиційний потенціал банківської системи України [Текст] : монографія / С. В. Леонов. – Суми : УАБС НБУ, 2009. - 375 с. - ISBN 978-966-8958-44-1.

5. Педченко Н. С. Системний підхід до інструментарію інформаційного забезпечення стратегічного управління потенціалом розвитку підприємства / Н. С. Педченко // Інноваційна економіка. – 2012. – № 8 (34). – С. 260-266.

6. Бахрушин В. Є. Математичне моделювання : навч. посіб. – Запоріжжя : ГУ «ЗІДМУ», 2004. – 140 с. – ISBN 966-8227-12-3.

7. Закон України «Про бухгалтерський облік та фінансову звітність в Україні» (ред. від 02.12.2012). – ст. 14, ч. 4 (в ред. Закону № 3332-VI (3332-17) від 12.05.2011) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/996-14>.

8. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV (ред. чинна з 09.06.2013). – ст. 505, 506 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T030435.html.

4. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Потьомкін Л.М.

д.е.н., доцент
ДЗО “ОПДО НУХТ” (Україна)

СУЧАСНІ МОТИВАЦІЙНІ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПРОМИСЛОВОГО ПІДПРИЄМСТВА

В сучасних умовах одним з найбільш актуальних завдань для розвитку економіки України є пошук шляхів вирішення проблеми підвищення ефективності функціонування підприємств провідних системоутворюючих галузей національного господарства, до яких безумовно слід віднести національну промисловість. Проблеми підвищення рівня економічної ефективності і організації мотивації персоналу знайшли відображення у працях відомих вітчизняних та закордонних вчених-економістів: С.Адамса, О.І. Амоші, Б.В. Буркинського, А.І. Бутенка, В.М. Гейця, М.І. Долішнього, І.П. Продіуса, Ю.М. Кулікова, А.М. Колота, В.І. Захарченка, Е.М. Лібанової, С.В. Філіппової, А. Сміта, С.К. Харічкова, І. Ансоффа, Л. Портера та ін. Поряд з цим недостатньо вивчено економічні механізми мотивації персоналу промислових підприємств. Тому метою роботи є розробка теоретико-методологічних засад формування та функціонування економічних механізмів мотивації найманого персоналу.

В економічній ситуації функціонування промислових підприємств, що склалася, доцільним є застосування двох способів розрахунку нормативів. Згідно з першим здійснюється розрахунок арифметичної суми оцінок кожного фактора за атестованим працівником і знаходиться його середня величина, яка є нормативною. Другий спосіб дає можливість ліквідувати вказаний недолік і одночасно наблизити рівень вимог до персоналу з вищих критеріїв, що забезпечують суттєве зростання надійності й конкурентоспроможності підприємства. Він передбачає кількісну оцінку факторів, що характеризують рівень виконання роботи й ефективності характеристик працівника, а також елементи їхньої оцінки і ступінь диференціації.

До сучасних систем мотивації персоналу належать різноманітні способи посилення його зацікавленості у підвищенні ефективності функціонування промислових підприємств (рис. 1). До першого напрямку мотивації відноситься посилення зацікавленості персоналу до зростання балансового прибутку або рентабельності промислового виробництва. Сплачувані премії не мають прямого зв'язку з індивідуальними показниками діяльності найманого працівника, а нараховуються залежно від спільних результатів функціонування акціонерного товариства.

Суттєвий вплив на розглядувану систему чинить зміна господарської кон'юнктури. Разом з тим, така організація значно посилює взаємозв'язок між особистими інтересами персоналу і членів акціонерного товариства.

Матеріальною основою цієї зацікавленості є розширення виробництва з метою збільшення роз поділюваного пропорційно особистому внеску прибутку від реалізації продукції або послуг. Важливим фактором, що забезпечує підвищення ефективності системи є залучення робітників і спеціалістів до збільшення статутного фонду харчових підприємств. Найбільш раціональним способом таких дій є надання акцій за рахунок заборгованості по заробітній платі або при їхній купівлі персоналом.



Рис. 1 – Розвиток систем мотивації персоналу до підвищення ефективності виробництва

Другим напрямком мотивації є преміювання за зниження витрат виробництва. Джерелом цих сплат є економія матеріальних видатків порівняно з попередньо встановленим нормативом. Він розраховується таким чином: за відношенням до загальної вартості продукції; у розрахунку на натуральну одиницю продукції. Третій напрямок передбачає комбіновану мотивацію персоналу за приріст виробничих і комерційних показників. Доцільно ув'язувати розмір коштів на їх оплату у розрахунку на одиницю

вироблюваної продукції. Причому останні повинні мати стабільну тенденцію до зниження за кілька років. В окремих випадках можлива заміна об'ємного показника на виробничий (приріст виробітку). Сплатення бонусів (спеціальних премій) передбачає їхню місячну періодичність за результатами виробництва за попередній місяць. В результаті дослідження розроблено економічну модель підвищення рівня функціонування підприємства (рис. 2).

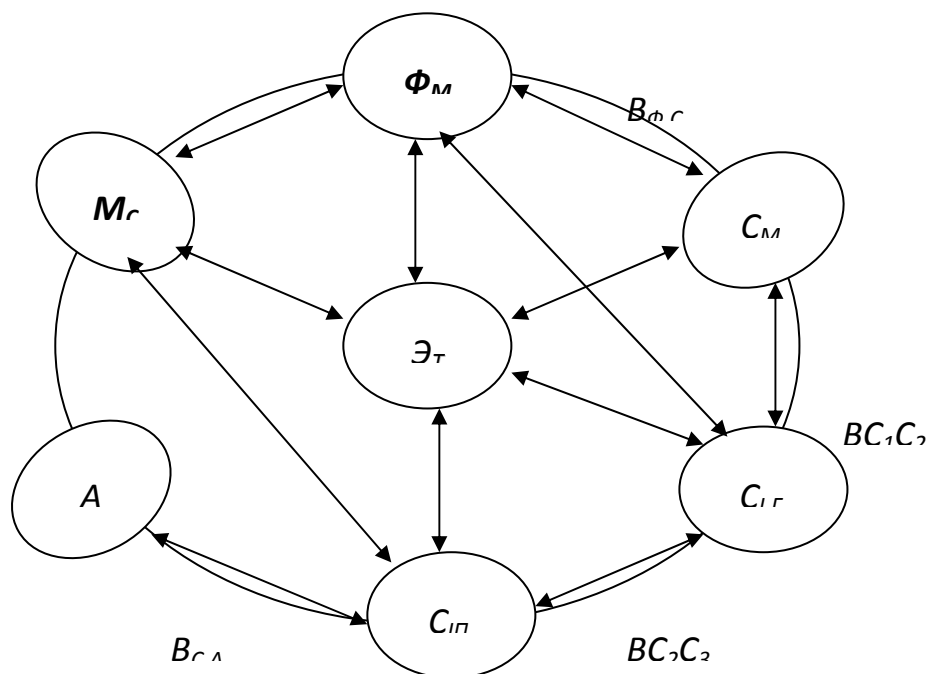


Рис. 2 – Економічна модель підвищення рівня економічної ефективності харчового підприємства через механізм мотивації персоналу

- Φ_m – форми мотивації найманого персоналу;
- C_m – системи мотивації найманого персоналу;
- $C_{гп}$ – інформаційна система про функціонування окремих груп працівників;
- $C_{г}$ – інформаційна система про функціонування конкретного працівника;
- A – детальний аналіз виконання покладених функцій по кожному працівнику;
- $C_{п}$ – синхронізуючий механізм між заходами, що відбуваються на підприємстві, по підвищенню ефективності виробництва й рівня мотивації персоналу;
- $\mathcal{E}_г$ – взаємозалежні параметри.

Література

1. Потьомкін Л. М. Ефективність функціонування харчових підприємств: мотивація персоналу : монографія / Л. М. Потьомкін. – Одеса : «Пальмира», 2011. – 243 с.
2. Вербіцкая Е. Ростимо хліб і кадри / Е. Вербіцкая // Управління персоналом – Україна. – 2008. – № 6.

Козак Л.С.
к.е.н., професор,
Федорук О.В.
к.е.н., викладач

Національний транспортний університет (Україна)

ОСОБЛИВОСТІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Зростання конкуренції на внутрішньому та зовнішньому ринках, збільшення динамічності й непередбачуваності зовнішнього середовища висувають нові вимоги до управління компаніями з метою попередження та нейтралізації небезпек і загроз шляхом забезпечення конкурентних переваг й підвищення конкурентоспроможності. В умовах посилення інтернаціоналізації виробництва особливої актуальності набувають питання гарантування безпеки підприємства як суб'єкта ринкових відносин. Забезпечення економічної безпеки підприємства передбачає виявлення, аналіз й оцінювання існуючих загроз за кожною з функціональних складових та розроблення на їх основі системи антисипативних заходів.

Відсутність належного захисту підприємницької діяльності з боку держави, недосконалість правового регулювання взаємовідносин в сфері безпеки бізнесу не сприяють утворенню передумов для ефективного його розвитку, що в свою чергу спонукає підприємців самостійно вирішувати проблеми забезпечення економічної безпеки. Варто зауважити, що сучасний бізнес розвивається в умовах суттєвих загроз, результати реалізації яких значним чином відображаються на його фінансово-економічних показниках.

Економічна безпека підприємства, з одного боку, відображає стан корпоративних ресурсів і підприємницьких можливостей, за якого гарантується найбільш ефективно їх використання для стабільного функціонування та динамічного науково-технічного й соціально-економічного розвитку, запобігання внутрішнім і зовнішнім негативним впливам та загрозам. З іншого боку, економічна безпека підприємства характеризує захищеність його діяльності від негативного впливу зовнішнього середовища, а також здатність швидко усувати загрози, що виникли, або пристосовуватися до наявних умов, які негативно впливають на діяльність суб'єкта господарювання.

В своїх дослідженнях деякі вчені обґрунтовують безпосередній зв'язок між економічною безпекою держави й підприємства та вважають, що остання є одним з елементів захисту національної економіки, а реалізувати економічно безпечний розвиток можливо лише за умови сталого розвитку національної економіки [1]. Економічна безпека підприємства є умовою існування та розвитку господарського комплексу держави. Найбільш прийнятна ситуація, коли чинники мікро- і макроекономічного рівня, які є одночасно критеріями конкурентоспроможності й економічної безпеки, створюють високу

конкурентоспроможність національного господарського комплексу, яка формує достатній рівень економічної безпеки [2].

Згідно з ресурсно-функціональним підходом економічну безпеку підприємства визначають як стан найбільш ефективного використання корпоративних ресурсів для запобігання загрозам і забезпечення стабільного функціонування суб'єкта підприємницької діяльності сьогодні й в майбутньому. Також економічну безпеку підприємства інтерпретують як стан ефективного використання ресурсів та існуючих ринкових можливостей, що дозволяє запобігати внутрішнім і зовнішнім загрозам та забезпечує його тривале виживання й стійкий розвиток на ринку відповідно до обраної місії [3].

Основними принципами забезпечення економічної безпеки підприємства є правомірність – діяльність по забезпеченню економічної безпеки повинна здійснюватися, виходячи з верховенства права; системність – в процесі формування механізму економічної безпеки підприємства кожна складова є важливою; достатність – впроваджувати слід такі заходи, які були б достатніми для протидії загрозам; гнучкість – необхідно застосовувати моделі економічної безпеки залежно від характеру та рівня розвитку загрози; своєчасність – слід діяти на випередження розвитку загрози; спеціалізація – залучати до протидії загрозам необхідно підготовлених фахівців.

Слід підкреслити, що важливе значення в процесі забезпечення економічної безпеки підприємства відіграє служба безпеки, до факторів успішного функціонування якої належать: топ-менеджери повинні виступати в ролі суб'єктів, що задають вектор діяльності служби безпеки підприємства; повинен бути забезпечений доступ всіх працівників до єдиної бази даних; необхідно чітко визначити права та обов'язки співробітників служби безпеки; діяльність служби повинна бути заснована на ретельно продуманих і зручних для застосування методиках, носити систематичний характер; служба безпеки не повинна знаходитися у ворожій опозиції до решти персоналу компанії, хоча однією з її функцій і повинна бути перевірка лояльності співробітників.

Таким чином, при забезпеченні економічної безпеки підприємства в сучасних умовах необхідно використовувати комплексний підхід, який передбачає формування системи взаємопов'язаних заходів організаційно-економічного та правового характеру, що здійснюються з метою захисту діяльності підприємства від реальних чи потенційних загроз, які можуть призвести до економічних втрат. При цьому головне завдання системи забезпечення економічної безпеки підприємства полягає в гарантуванні його стабільного та максимально ефективного функціонування, а також високого потенціалу соціально-економічного розвитку.

Література

1. Судакова О. І. Формування системи управління економічною безпекою підприємництва / О. І. Судакова // Економіка : проблеми теорії та практики : зб. наук. праць. – 2007. – Вип. 231, Т. 8. – С. 1652–1661.

2. Сенчагов В. К. Экономическая безопасность России : Общий курс : учебник / В. К. Сенчагов. – М.: Дело, 2005. – 896 с.

3. Ильяшенко С. Н. Составляющие экономической безопасности предприятия и подходы к их оценке / С. Н. Ильяшенко // Актуальні проблеми економіки. – 2003. – № 3 (21). – С.12-19.

Клевцова М.Г.

к.э.н., доцент

Юго-Западный государственный университет (Россия)

СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА

На протяжении многих веков в мировой экономике регулярно происходили финансовые кризисы, и в последнее время прослеживается тенденция их учащения. Актуальность данной темы не вызывает сомнения: она затрагивает каждого из нас. Современное общество стремится к постоянному улучшению уровня и условий жизни, которые может обеспечить только устойчивый экономический рост. Однако все резко меняют кризисы в экономике, вызывающие падение объемов производства, доходов населения, рост безработицы и снижение уровня личного потребления большинства граждан, стагнацию предпринимательской среды.

Современный финансово-кредитный кризис охватил весь мир. На основе анализа мнений зарубежных авторов рассмотрены особенности его протекания в различных странах.

Мировой кризис 2007-2012 гг. начался с ипотечного кризиса в США. Он начал развиваться, как только цены на жилье начали падать и число потерь резко возросло. Далее лопнул пузырь на рынке недвижимости США, рост которого достиг наивысшей точки в 2005-2006 гг. Некоторые специалисты считают, что основной и единственной причиной мирового экономического кризиса является перепроизводство основной мировой валюты – доллара США. Все это время много секторов экономики и много государств, внутри которых тоже секторы экономики жили не по средствам и не возвращали в государство сам продукт. Финансовая система, построенная на необеспеченном долларе, не справилась с задачей, и кризис превратился в мировой.

Политическая реакция на кризис в США была беспрецедентной. Федеральная резервная система снизила ставки процента почти до нуля, представила массивные меры ликвидности и начала приобретать биржевые облигации. Правительство запустило два пакета фискальных стимулов на сумму почти 1 триллион долларов. Президент США предложил масштабную программу экономической помощи, которая должна была вывести экономику США из кризиса. «План Американского Восстановления и Реинвестирования» был предназначен для того, чтобы в краткосрочной перспективе способствовать борьбе с безработицей, а в долгосрочной - обеспечить продолжительный

экономический рост. Данный план включал в себя четыре блока: помощь нуждающимся, инфраструктурные проекты, налоги, закон и порядок[10].

В Европе для выхода из кризиса и развития предпринимательства было предложено следующее: реструктуризация мировых финансов и организация встреч на высшем уровне с США, Японией, Россией, Китаем и Индией, принятие французским правительством "Закона по модернизации экономики" и создание двух государственных органов для финансового управления кризисом, повышение и расширение инструментов для защиты дохода в случае увольнений и безработицы, введение скидок на тарифы для наиболее уязвимых слоев населения, разработка Плана восстановления экономики.

Азия как регион оказалась удивительно устойчивой к глобальным экономическим спадам. Одной из причин было то, что устойчивость немногих стран в регионе была построена до дисбаланса в годы бума. Уроки, которые они извлекли из азиатского кризиса, были разумно воплощены в макроэкономическую политику. Тем не менее, последующее воздействие на реальный сектор экономики было тяжелым из-за большого влияния на торговлю.

Для преодоления кризиса в Азии было предпринято следующее. В Китае разработали два Пакета стимулирующих фискальных мер на 2009 и 2010 года, были приняты меры по стимулированию экспорта. Что касается Индии, то здесь было предложено сократить на различных скоростях политику стимулирования кредитной экспансии, инициировано множество финансовых мер по увеличению совокупного спроса. Стремясь ограничить масштабы и последствия влияния глобального экономического кризиса, японское правительство за шесть месяцев разработало три антикризисных плана, приняло меры по финансированию предприятий, стимулированию спроса на внутреннем рынке, поддержанию рынка труда и жилищного сектора, на социальную.

Используя такие сильные стороны как поддержка курса на экономический рост, поощрение деловой активности, торговли и инвестиций, поддержка национального продовольственного производства, страны СНГ могут выйти на международную арену, повысить доверие к продукции российской промышленности со стороны зарубежных потребителей и укрепить экономические связи между странами СНГ и мировой экономикой.

В результате поощрения деловой активности, торговли и инвестиций, поддержки национального продовольственного производства, поддержки безработных для российской экономики существует вероятность падения в рейтинге мировой экономики, потеря конкурентоспособности на мировом рынке и увеличение зависимости от импорта.

Упразднение экспортных пошлин и отказ от протекционизма позволяют российской экономике выйти на международную арену, интегрировать в мировой валютный рынок, повысить доверие к продукции российской промышленности со стороны зарубежных потребителей и развитие предпринимательства.

Ограничение индексации пенсионных выплат, отказ от протекционизма и упразднение экспортных пошлин могут вызвать падение стран СНГ в рейтинге мировой экономики, увеличение зависимости от импорта и потерю конкурентоспособности на мировом рынке.

Данная статья позволяет выбрать наиболее оптимальные пути преодоления и предупреждения финансового кризиса и развития предпринимательской среды на опыте зарубежных стран.

Лазарєва О.В.

к.е.н., доцент

Інститут державного управління Чорноморського державного університету імені Петра Могили (Україна)

СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ЗЕМЛЕКОРИСТУВАННЯ

Необхідною умовою конкурентоспроможності національної економіки є формування пріоритетів розвитку землекористування. В цьому контексті проблема оптимального поєднання процесу використання і охорони земельних ресурсів потребує системної орієнтації досліджень у контексті стратегії соціального та економічного розвитку держави, яка повинна бути зорієнтована на ефективне використання земельно-ресурсного потенціалу та досягнення високих стандартів життя.

Досліджуючи питання раціоналізації використання землі, слід звернутися до результатів наукової діяльності Горлачука В.В., який констатує, що раціональне землекористування – це «...використання земель згідно з їх цільовим призначенням, отримуючи максимум продукції при мінімальних затратах на їх виробництво не порушуючи навколишнього середовища на відповідному рівні розвитку продуктивних сил і земельних відносин» [1, с. 120].

Відзначимо, що методологія формування конкурентоспроможного землекористування повинна опиратися на стратегічні цілі. При цьому, стратегія являє собою «...детальний комплексний план досягнення поставленої мети» [2, с.13].

При розробці стратегії розвитку землекористування, необхідно враховувати засоби та методи діяльності суб'єкта навколишнього середовища, які використовуються для досягнення поставлених цілей та повинні бути орієнтована на збереження земельних ресурсів, відтворення родючості ґрунтів, забезпечуючи динамічний та гармонійний розвиток економіки.

Пошук шляхів стратегії розвитку землекористування продемонстрував необхідність врахування зовнішніх і внутрішніх компонентів середовища.

До зовнішніх компонентів відносяться:

- стан навколишнього середовища, в якому знаходиться і функціонує землекористування;

- вивчення позиції конкурентів, що дозволить визначити тенденції формування ринку та їх вплив на стан розвитку землекористування;
- процес державного управління землекористуванням, який ґрунтується на методології економічного, соціального, політичного і ін. поступу суспільства;
- стан ринкової інфраструктури (кадастрово-реєстраційних центрів, іпотечних установ, товарних бірж та інформаційних центрів і ін.), покликаної забезпечити раціональне використання і охорону земель;
- фінансово-кредитна політика, зорієнтована на економічне регулювання раціонального землекористування.

До внутрішніх компонентів середовища відносяться:

- процес використання земельних ресурсів, який передбачає екстенсивний чи інтенсивний спосіб ведення господарства;
- наявність засобів виробництва, які б дозволили з максимальною повнотою використати наявний виробничий потенціал;
- наявність власних джерел фінансування, що забезпечують розробку проектів організації території;
- наукові дослідження та розробки, спрямовані на розвиток конкурентоспроможного землекористування.

Взагалі розробка стратегії передбачає побудову інформаційної моделі, в якій цілі розглядаються як сукупність характеристик з визначенням пріоритетних напрямків діяльності (обсяги сільськогосподарського виробництва, соціальна захищеність товаровиробників, якісні параметри продукції, екологізація процесу використання землі тощо). При цьому формується така політика землекористування, яка має відповідати обраним орієнтирам з урахуванням умови оздоровлення та охорони навколишнього середовища, в тому числі земельних ресурсів.

Розробка календарного плану реалізації прийнятої стратегії будується за функціонально-часовим принципом. При цьому за певну ціль відповідає конкретний землевласник чи землекористувач, а на виконання цілі дається визначений проміжок часу.

Під час безпосередньої реалізації стратегії передбачається розподіл ресурсів та виконання завдань згідно намічених цілей.

Моніторинг реалізації стратегії являє собою контроль виконання стратегічних цілей і, у разі необхідності, прийняття адекватних заходів щодо ліквідації негативних процесів у землекористуванні або ж коригування стратегії.

При цьому цілі та завдання стратегії розвитку землекористування наступні: збільшення виробництва продукції та цій основі ефективного використання наявного виробничого потенціалу, виробництво екологічно чистих продуктів харчування, що передбачає розвиток системи природо- та землеохоронних заходів, забезпечення бездефіцитного балансу гумусу в ґрунті на основі визначення оптимальної системи сівозмін та збільшення прибутку за рахунок мінімізації витрат на основі використання ресурсоощадних технологій.

З вищевикладеного випливає, що стратегія розвитку землекористування є системою концептуальних положень щодо визначення пріоритетних напрямків діяльності на основі врахування компонентів макрооточення та внутрішнього середовища конкретного землекористування з визначенням завдань та цілей, що впливають з умови раціонального використання і охорони земельних ресурсів.

Література

1. Горлачук В. В. Розвиток землекористування в Україні : [монографія] / В. В. Горлачук. – К.: Довіра, 1999. – С. 120.
2. Стеченко Д. М. Інноваційні форми регіонального розвитку : [навч. посіб.] / Д. М. Стеченко. – К.: Вища шк., 2002. – С.13.

Нуд О.П.

к.е.н., доцент

Донецький університет економіки та права (Україна)

КЛАСТЕРИЗАЦІЯ В АГРОВИРОБНИЦТВІ – СТРАТЕГІЧНИЙ ПІДХІД

Наявний світовий дефіцит агропродовольства та можливість виходу на світовий ринок вітчизняних підприємств, необхідність посилення конкурентоспроможності агровиробників на фоні стрімкої інтеграції, загострення питань забезпечення вітчизняних споживачів якісними продуктами харчування та занепад українських сіл стимулюють науковців до пошуку нових стратегічних підходів розвитку агровиробництва в Україні.

Одним з підходів, що дозволить інноваційно оновити галузь сільськогосподарського виробництва, підвищити ефективність регіональних господарств, посилити конкурентні переваги українських виробників та створити соціальний ефект, вважається регіональна кластеризація.

Світовий досвід кластерних формувань вказує на значні здобутки, прикладами можна назвати квітковий бізнес у Голландії, косметичний у Франції, годинниковий у Швейцарії, машинобудівний у Німеччині, біотехнологічний у Швеції. Багато країн використовують кластерну концепцію як інструмент для залучення зарубіжних інвестицій в конкретні регіони. Прикладами відомих об'єднань підприємств, що досягли успіхів, поєднавши переваги співробітництва виробників продукції, досягнень науки та підтримки держави окремих територій є «Силіконова долина» (Каліфорнія), «Пластикова долина» (м. Тарнув, Польща), Массачусетський мультимедійний кластер із виготовлення вина [1, с.107-108].

Кожна країна визначила власні підходи до формування та розвитку кластерів [2, с. 57-58]. У Бельгії держава субсидує операційні витрати кластерних об'єднань, надає гранти та кредити на реалізацію інноваційних проектів, у Данії державна політика направлена на створення спеціальної інфраструктури, у Фінляндії створюються спеціальні центри знань (центри експертизи), що

кооперують зусилля учасників кластерів, у Франції надається фінансова підтримка локальним виробничим системам (ЛВС), в Італії регіональна промислова політика спрямована на розвиток промислових округів за участі малого та середнього бізнесу, у Норвегії фінансуються інноваційні проекти регіонів, які здобули перемогу у конкурсному відборі, у Швеції впроваджується стратегія створення підприємницьких мереж з метою промислової трансформації та виходу росту конкурентоспроможності шведських компаній, у Нідерландах держава організує діалог між потенційними суб'єктами кластеру.

Отже, основою для успішного функціонування кластерів в секторі АПК є участь держави та наукових установ в управлінні процесами кластеризації. Державна підтримка кластерних формувань може бути зведена до такого: пряме фінансування (субсидії, позики), податкові пільги для підприємств, цільові дотації на науково-дослідницькі розробки, утворення фондів впровадження інновацій, відстрочка виплати мита, державні програми страхування ризиків.

До кола суб'єктів кластерного об'єднання у агровиробництві можна віднести виробників сільськогосподарської сировини, переробні підприємства, наукові установи. Однак в Україні не сформована система економічних відносин між потенційними учасниками. Процес створення кластеру може починатися або згори – з боку держави, або знизу – з боку підприємств. Вважається, що ефективнішим є підприємницька ініціатива до об'єднання, хоча і наголошується про існування психологічних бар'єрів у суб'єктів бізнесу. Вважаємо, що слід налагоджувати зустрічний рух ініціатив. Точкою контакту мають бути «банки кластерних ідей» (авт.), ресурсом яких має бути інформація про кластерні альтернативи – різноманітні кластерні проекти розроблені науково-дослідними установами. Отже, дієві механізми реалізації кластерних ініціатив в нашій державі потребують суттєвого доопрацювання.

У методологічну основу розробки кластеру покладено принцип продуктової спеціалізації [3, с.41; 4, с.10; 5, с.34], тобто у регіоні пропонується виділити зерновий кластер, цукровий, олійний, овочевий, плодоягідний, кластер молоко продукції, м'ясопродукції, птахівництва тощо. Але виникає запитання, сільськогосподарське підприємство може і технологічно мусить мати усі названі напрямки діяльності. До якого кластеру йому слід приєднатися? Переробні підприємства логічно приєднуються до сировинного поставщика. Фірми, що надають, скажімо добрива, мають вступити до усіх кластерів рослинництва? Вважаємо, що вирішенням питання про ініціатора об'єднання, так зване ядро кластера [6, с.6] та про його організаційно-механічний механізм є таке. Ядром або генератором можуть на теперішньому етапі стати вже сформовані великотоварні сільськогосподарські виробники та агрохолдинги. Маючи земельні, технічні, фінансові ресурси названі компанії можуть генерувати навколо себе блоки внутрішньої та зовнішньої інфраструктури територіально-виробничих кластерів. Охоплюючи територіально локалізовані оброблювані землі такі агроформування могли б стати, наприклад у Донецькій області кластером «Екопрод», «Ілліч-Агро», «АПК-

Інвест» і т.п., до складу яких можуть увійти дрібні фермерські господарства. За їх допомогою можна підтримати соціальну інфраструктуру села.

Отже, окреслено основні напрямки державної підтримки створення кластерів у АПК, пропонується започаткувати «банки кластерних ідей», ядром кластеру можуть виступати великотоварні виробники сільгосппродукції.

Література

1. Бондарчук Н. В. Функціонування кластерів : світовий і вітчизняний досвід / Н. В. Бондарчук // Економіка та держава. – 2010. - №9. – С. 107-109.

2. Онишко Св.В., Онишко С.В. Державне регулювання кластерізації економіки як напрямок розбудови національної інноваційної моделі / Св.В. Онишко, С.В. Онишко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 11 (113). – С. 55-61.

3. Бакум В. В. Методологія розробки агропромислових кластерних утворень регіону / В. В. Бакум // Економіка АПК. – 2009. – № 4. – С. 38-44.

4. Кропивко М. Ф. Особливості формувань регіональних агропромислових кластерів / М. Ф. Кропивко, Д. І. Мазоренко, І. О. Белебега, В. В. Бакум // Економка АПК. – 2008. – № 10. – С. 7-15.

5. Іванько А. В. Розвиток аграрного сектору регіону на основі кластерного підходу / А. В. Іванько // Економіка АПК. – 2009. – № 4. – С. 32-37.

6. Саблук П. Т. Кластерізація як механізм підвищення конкурентоспроможності та соціальної спрямованості аграрної економіки / П. Т. Саблук, М. Ф. Кропивко // Економіка АПК. – 2010. – № 1. – С. 3-12.

Положенцева Ю.С.

к.э.н., доцент

Юго-Западный государственный университет (Россия)

ИНСТРУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОЙ ПОЛИТИКИ РЕГИОНА

В условиях глобализации мирового экономического пространства выбор эффективных инструментов стратегического развития промышленности региона способствует повышению конкурентоспособности не только отдельных регионов и страны в целом в условиях поэтапного вступления в ВТО. На фоне продолжающегося «стратегического бума», когда для предприятий, регионов, отраслей промышленности и всей промышленности постоянно разрабатываются все новые и новые стратегии многие так и не осознали важности правильно поставленных обоснованных стратегических ориентиров. Поиск обоснованных стратегических ориентиров развития является начальным этапом разработки любой стратегии, и в случае их не обоснованности возникнет риск потери конкурентных преимуществ, которые порой оказывают решающее влияние на постоянный рост показателей развития.

Правильно определить стратегические ориентиры, значит выбрать правильный путь развития. Стратегические ориентиры развития промышленности региона – это цели, выраженные в векторах развития и конкретных целевых показателях, которых желают достичь крупные предприятия региона для повышения собственных доходов и уровня благосостояния региона.

Промышленная политика имеет огромное значение в рамках разработки и обоснования стратегических ориентиров развития промышленности, поскольку смысл промышленной политики заключен в определении путей развития промышленности, а также промышленная политика закрепляется на государственном уровне в виде нормативных актов.

Анализ основных тенденций развития промышленности Курской области показал, что промышленность региона в сравнении с другими регионами Центрального федерального округа развита ниже среднего уровня, об этом свидетельствуют ИПП, индекс производства, ВРП, индекс производительности труда и пр. Чтобы исправить ситуацию, применяется промышленная политика как механизм влияния на деятельность предприятий промышленности. Уже сейчас можно утверждать, что «Программа социально-экономического развития Курской области на 2011-2015 годы» теряет свою актуальность и предприятия выбирают иной путь развития. Но при этом стоит отметить, что установленные стратегические ориентиры развития не потеряли своей значимости, в отличие от установленных целевых показателей, это подтверждается исследованием отчетов по проводимым мероприятиям в рамках программы развития, из которых следует, что рост показателей опережает плановые, но план мероприятий не выполняется.

На основе использования матричного инструментария для обоснования стратегических целей развития промышленности региона: в рамках области разработать стратегию, либо программу развития промышленности, необходимость подобной меры объясняется тем, что стратегия социально-экономического развития предлагает более общий подход к промышленности, в то время, как стратегия развития промышленности предполагает детальное изучение всех предприятий и возможных путей их развития; уход от зависимости от добывающей промышленности, что не благоприятно влияет на положение региона, то есть ориентироваться необходимо на развитие обрабатывающей промышленности, например создание кластеров в рамках отраслей; модернизация, стоит отметить, что данный процесс запущен на многих предприятиях, но протекает медленно, запланированных средств не хватает на реализацию мероприятий по модернизации, что требует иного подхода, например увеличение бюджета и в будущем более точное его прогнозирование, либо сокращение издержек модернизации; разработка инновационных продуктов и внедрении инновационных методов производства, но данный ориентир связан с огромными рисками, которые каждое предприятие должно оценить для себя само; использовать современные наработки по продвижению продукции, но здесь существует определенная специфика, поскольку продукция предприятий в большинстве своём является

необходимою для технологического процесса других предприятий и не является ценной для конечного потребителя.

В результате проведенного комплексного анализа было определено, что: в 2007 г. уровень развития промышленности Курской области был равен 0,40435, что говорит о том, что основные элементы компонента поддерживают значения показателей на должном уровне, а социальная защищенность рабочих обеспечивается в малой степени; в 2008 г. показатель снизился до 0,31056, это означает, что большая часть показателей находилась на низком уровне, существовали проблемы в производстве или сбыте продукции, а уровень социальной устойчивости достиг критически низкого положения; в 2009 г. уровень равнялся 0,30695, что на 0,00361 меньше, чем предыдущем году, то есть ситуация практически не изменилась; в 2010 г. показатель повысился до 0,44289, что на 0,03854 выше уровня 2007-го г., но при этом ситуация стала такой же как и в 2007 г.; в 2011 г. показатель вырос до значения 0,46763, это значит, что большая часть показателей находилась на низком уровне, но наблюдались хорошие тенденции к росту, и социальная обеспечивалась защищенность рабочих. Подобную динамику показателей можно объяснить тем, что в 2008 г. произошел кризис, а в 2009 посткризисном году предприятия ещё не восстановились от кризисного явления, но в последующие годы наблюдается существенный рост показателя, при учете того что максимальное значение показателя единица.

Таким образом, основными, стратегическими целями развития промышленной политики: повышение инвестиций в НИОКР; обновление основных фондов; повышение прироста основных фондов; повышение уровня средней заработной платы до уровня среднего по отраслям; повышение доли рынка; увеличение уровня инвестиций в основной капитал. Указанные ориентиры являются взаимосвязанными, при достижении одного, будут продвижения и по остальным.

Танасюк І.М.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна),

Фам Тунг Дієп

Директор з міжнародного розвитку Viglacera Trading JSC (В'єтнам)

ЕФЕКТИВНІСТЬ МАРКЕТИНГОВОЇ СТРАТЕГІЇ ПІДПРИЄМСТВА

Подальше існування компанії в умовах ускладнення конкуренції безпосередньо залежить від її розвитку в умовах постійних змін. Результатом цього процесу може бути зростання вартості компанії. Показник вартості компанії можна вважати основним показником її конкурентоспроможності, бо він інтегрує в собі показники, що відображають внутрішню ситуацію в фірмі та зовнішню ситуацію на ринку.

Багато науковців, розглядаючи особливості розвитку підприємства, справедливо розрізняють економічне зростання і розвиток підприємства, розуміючи під економічним зростанням збільшення кількісних показників фінансово-господарської діяльності. Такий процес розширення масштабів діяльності супроводжується збереженням ефективності на попередньому рівні, а в деяких випадках навіть її зниженням. На нашу думку, розвиток підприємства представляє собою якісний перехід на новий рівень існування і мусить обов'язково спиратися на більш високу ефективність усіх процесів діяльності підприємства. Саме такі особливості функціонування підприємств спостерігаються як наслідок глобальної економічної кризи. Сьогодні більшість компаній перейшло від стратегії зростання до стратегії ефективного розвитку, що дозволяє використовувати наявні резерви та виходити на новий рівень функціонування.

Зростання може відбуватися різними шляхами за рахунок власних або запозичених коштів. На жаль, підприємство не завжди має вільні власні фінансові кошти, проте може використовувати зовнішнє фінансування для розвитку компанії. Учені відокремлюють три основні джерела зростання компанії: злиття та поглинання, активізація власних активів, збільшення частки на ринку. Останній напрямок може бути здійснений безпосередньо підприємством і залежить від результативності маркетингової діяльності.

Сьогодні органічне зростання, а саме: зростання за рахунок внутрішніх ресурсів, є важливим напрямком посилення конкурентоспроможності й основою для розвитку компанії. У разі органічного зростання проблема розвитку компанії тісно переплітається з проблемою ефективності. Однак у трактуванні даної проблеми немає однозначної точки зору. Тому в стратегічному управлінні, досягнення мети іноді розглядається як результат ефективної стратегії. На нашу думку, ефективність стратегії повинна розглядатися відповідно до традиційних підходів до ефективності як співвідношення між досягнутими результатами та витраченими ресурсами, а результат реалізації стратегії має зіставлятися з витратами.

Безперечно, проблема зіставлення результатів та витрат ускладнюється часом їх здійснення. Різниця між витратами та результати може складати від кількох днів до кількох років і призводить до ускладнення оцінювання проведеної роботи, слабкої мотивації досягнення результатів, а іноді її відсутності. Унаслідок цього розробка успішної стратегії не завжди приводить до очікуваних результатів. Загалом корпоративна стратегія повинна підкріплюватися комплексом функціональних стратегій, головною з яких є маркетингова стратегія компанії.

Маркетингова стратегія являє собою одну з функціональних стратегій стратегічного набору компанії та визначає, як досягнення маркетингових цілей дозволить досягти загальних цілей компанії. Для розробки маркетингових заходів необхідно проаналізувати динаміку продажів, ситуацію на ринку, визначити вплив зовнішніх чинників та прийняти рішення щодо активізації діяльності на ринку або виходу на нові ринки. Функціонування на ринку

пов'язане з функціональними особливостями продукції та економічною ситуацією на ринку в цілому. Необхідно враховувати, що при збільшенні темпів зростання ринку в цілому необхідно створювати умови для активізації продажів, тобто розширювати мережу продажів. У ситуації зменшення темпів зростання ринку необхідно зміцнювати конкурентоспроможність компанії, і маркетингова стратегія насамперед повинна враховувати необхідність зниження витрат на реалізацію продукції.

Окремий напрямок маркетингової стратегії – це виведення продукції на новий ринок. При розробці цього напрямку необхідно вибрати цільові ринки, зробити їх сегментацію, визначити методи та засоби виходу з урахуванням часу виходу на ринок. Не менш важливо на цьому етапі розрахувати ефективність запропонованої стратегії, зіставивши можливі обсяги зростання прибутку та витрат, пов'язані з виходом продукції на новий ринок. З метою просування продукції або марки компанія формується бюджет, ефективність використання якого визначається під час акції та по її закінченню. Термін здійснення такої стратегії невеликий і досить легко визначити, як визначені заходи вплинули на результати роботи компанії.

Здійснення запланованої стратегії потребує проведення змін організаційної структури та кадрових змін на підприємстві. Організаційна структура підприємства призначена для досягнення поставлених цілей та узгодження дій співробітників фірми задля максимальної ефективності. Вона є підґрунтям змін організації та формується під впливом подій, які відбуваються в організації. Тому реалізація маркетингової стратегії залежить від гнучкості організаційної структури. Мінливість ринкової ситуації ускладнює ситуацію на ринку та потребує зміцнення конкурентоспроможності підприємства, що не можливе без збільшення частки підприємства на ринку. Активізації маркетингових заходів як результат формування ефективної маркетингової стратегії визначається детальними планами для різних рівнів підприємства з проробкою всіх етапів, що дозволяє досягти цілей підприємства з максимальною ефективністю.

Юшкевич О.О.

к.е.н., доцент

Житомирський державний технологічний університет (Україна)

ІНДИКАТОРИ РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ

Створення реальних передумов врахування екологічної складової в плануванні соціально-економічних показників розвитку сільськогосподарських підприємств та прогнозування управлінських рішень на всіх рівнях підприємства передбачає необхідність розробки системи економіко-екологічних індикаторів, що дозволяють враховувати вплив екологічної складової на економічний розвиток.

Індикаторами можна вважати ключові показники, що систематично відстежуються, оцінюються та аналізуються, які дають змогу прогнозувати та відображати тенденції розвитку підприємства [1, с.231].

Економічною наукою остаточно не вироблено підходи до обґрунтування вибору та методів розрахунку індикаторів. Розробка індикаторів сталого розвитку потребує постійного уточнення. Це пов'язано, на наше переконання, в першу чергу зі зростанням їх у кількісному вимірі, пошуком інтегральних індикаторів та з використанням індикаторів для систем різних масштабів й ієрархічних рівнів – глобального, державного, регіонального, локального, галузевого, підприємства.

Перелік індикаторів, підготовлений для сільськогосподарського сектора міжнародними організаціями та окремими країнами, в основному відображають екологічні аспекти. Це якість ґрунтів, вміст поживних речовин, процеси ерозії, методи захисту рослин, технології іригації, застосування пестицидів, виробництво екологічно чистої продукції, збереження земель і ландшафтів та ін. Більше того, для оцінки екологічних аспектів сталого розвитку розвинутими країнами на національному рівні вводиться державна звітність. За останні 15 років елементи екологічної звітності були законодавчо введені в Данії, Нідерландах, Норвегії та ін.. У Великобританії розробляються закони з обов'язкового розкриття екологічної та соціальної інформації [2, с.391].

Дані показники мають велике значення для вітчизняних сільськогосподарських підприємств, але рекомендувати їх в якості базових індикаторів є практично неможливим, оскільки відсутня систематизована інформаційна база. Окрім того, першочергові проблеми в сільському господарстві України мають інший характер. Вибір базових індикаторів, таких, щоб вони одночасно висвітлювали економічні, й екологічні процеси та цілі, можливий з невеликого числа показників державної статистики.

Інформаційною та методологічною основою процедури розрахунку індикаторів сталого розвитку на основі економіко-екологічних показників може слугувати: державна статистична та відомча інформація; методичні розробки; наукові публікації та напрацювання в даній сфері досліджень.

В офіційний статистичний обіг доцільно включити базові індикатори сталого розвитку сільськогосподарських підприємств, що пов'язані з впливом на агроєкосистеми, та зі станом, реакцією й можливими діями відповідно до моделі розробленої ОЕСР «тиск-стан-реакція». Дана модель представляє собою механізм відбору та організації показників у формі, що зручна для прийняття рішень. Вона виявляє причинно-наслідкові зв'язки між економічною діяльністю та екологічними й соціальними умовами, допомагає побачити взаємозв'язок цих сфер і виробити політику для вирішення проблем у цих сферах. Поряд з базовими індикаторами необхідно мати систему додаткових індикаторів, сателітну базовим.

На нашу думку, проблеми сільськогосподарських підприємств потребують обґрунтування базових індикаторів, що відображають українську специфіку. Для України доцільно мати обмежену кількість економіко-

екологічних індикаторів, що тісно ув'язані з розробкою пріоритетів розвитку сільськогосподарських підприємств. Вони повинні відповідати таким чітко визначеним критеріям:

- передбачати можливість використання на макро- та мікрорівні;
- поєднувати екологічні та економічні аспекти;
- використовувати наявну систему національної статистики і не вимагати значних витрат для збору інформації та розрахунків;
- мати кількісне вираження та однозначну інтерпретацію для прийняття рішень;
- бути репрезентативними для міжнародних порівнянь;
- надавати можливість оцінки в часовій динаміці;
- передбачати наскрізне подання за рівнями (державний, регіональний, галузевий, підприємство);
- бути гнучкими й мати обмежену кількість та інші.

Аналіз базових економіко-екологічних індикаторів сприяє уточненню постановки проблеми та пріоритетів дій сільськогосподарського підприємства, впливає на зміну ракурсу досліджуваної проблеми та її переформулювання, а також за необхідності забезпечує можливість зміни порядку пріоритетів. Правильна інтерпретація отриманих результатів, це та головна умова, що істотно корегує прийняті підходи до вирішення проблеми.

Вважаємо, що індикатори розвитку сільськогосподарських підприємств повинні регламентуватися екологічними та соціальними нормативами. Умовою результативності економіко-екологічних індикаторів розвитку є співвимірність природного та виробничого потенціалу сільськогосподарських підприємств.

Література

1. Фещур Р. В. Групи показників (індикаторів) оцінювання рівня розвитку підприємств / Р. В. Фещур, В. Ю. Самуляк // Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Менеджмент та підприємництво в Україні : етапи становлення і проблеми розвитку. – 2010. – № 691. – С. 231-239.

2. Акімова Т. А. Экономика устойчивого развития : Учеб. пособие / Т. А. Акімова, Ю. Н. Мосейкин. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2009. – 430 с.

Никифоренко А.Т.

доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

СТРАТЕГІЧНІ ЗМІНИ – ЗАЛОГ ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Недостатня вивченість теоретичних і практичних аспектів адаптації господарюючих суб'єктів до ринкових умов приводить до неефективного господарювання підприємств.

Серйозним механізмом підтримки і розвитку системи управління підприємства, потужним засобом впровадження нової стратегії і удосконалення підприємства може служити впровадження стратегічних змін.

За думкою С.А. Попова, стратегічні зміни – це основний конструктивний зміст якої стратегії, а саме, стратегічні зміни являються головним носієм нової якості в розвитку організації і тому стратегічні зміни представляють собою ключовий об'єкт управління в процесі реалізації, як кожної спеціалізованої стратегії, так і корпоративної стратегії в цілому.

Необхідність змін обумовлена тим ,що на стадії розробки стратегії неможливо завчасно передбачити: нові проектні рішення, технології, поведінку конкурентів; визначити необхідні ресурси, рівень невідповідності організаційно-виробничої структури і менеджменту вимогам нової стратегії; опір персоналу; обирати відповідальних виконавців, керівників; рівень знань, навичок здібностей; рівень змін у зовнішньому середовищі.

Для забезпечення успішної роботи на стадії реалізації стратегії, на нашу думку, необхідно здійснити наступні дії:

- прогнозування можливих змін;
- аналіз причин виникнення проблем;
- надходження нового рішення;
- пропозиція і характеристика особливостей змін;
- оцінка наслідку запропонованих змін;
- схвалення нововведень і організація їх виконання;
- координація і контроль виконання впровадження змін .

Доцільність, глибина змін, вплив на рівень потенціалу залежать від довіри до керівництва підприємства; цілей організації; характеру стратегії; організаційної структури; статусу організації; часу створення; розміру підприємства; результатів діяльності.

Дослідження діяльності підприємств свідчить про те, що недооцінка і нездійснення стратегічних змін приводить до зниження бажаних результатів.

Пристаюючи до змін підприємства повинні не тільки виробляти стратегію ,але й передбачати можливий розвиток подій, генерувати ці зміни.

Впровадження організаційних змін відбувається в основному за допомогою застосування «поведінкових механізмів», а саме : примушення, переконання, залучення. Завершується процес здійснення стратегічних змін формуванням нового, більш якісного стану організації.

Узагальнюючи досвід реалізації стратегій успішних підприємств можливо зробити висновок , що процес змін передбачає:

- аналіз підготовки процесу до змін;
- повне описання змін;
- ознайомлення кожної зацікавленої особи з проектом організаційного розвитку;
- залучення до роботи всіх ланок, в яких повинні відбуватися організаційні зміни;

- спростування слухів і побоювань за допомогою розповсюдження достовірної інформації;

- забезпечення впровадженням змінам необхідних форм;

- формування атмосфери підтримки на всіх рівнях управління.

Успішною вважається реалізація стратегії, результатом якої являється повне досягнення цілі підприємства, підвищення його конкурентоспроможності.

Гарантією конкурентоспроможності на ринку служить своєчасне реагування на зміни, які відбуваються у зовнішньому і внутрішньому середовищі.

Pham Tung Diep

Director of International Business Viglacera Trading Jsc. (Vietnam)

EXPORT STRATEGY AS AN INDISPENSABLE TOOL OF ECONOMIC GROWTH

Vietnam is a country that is rich in land resource, so products that are made of land, always become the priority of our economy. With advantage conditions about abundant resource and people, few years ago, building ceramic production work was considered as traditional work of Vietnam and brought massive profits for building ceramic production enterprises.

However, expanding in scale of production and advances of technology science is enhanced ability of building ceramic enterprises, compared with past periods. Also there is critical competition in import market accompany with the development. So we import ceramic products from other countries, such as China, Thailand. That's why it is necessarily to expand the export market to resolve products consumption problem for our company. However, as other products, the way of expanding to world market including ups and downs and export situation that has not met our potential. How to increase the export ability for Vietnam's building ceramic enterprises, to promote building ceramic become a "key sector" for nation economy? This is an urgent problem for Vietnam's building ceramic enterprises, especially the economic background of Vietnam and all over the world are changing deeply, such enterprises as Viglacera Trading Jsc. needs to promote internal force strongly to overcome economic crisis, to build Viglacera brand in domestic market and overseas markets. Based on the situation, the subject will appreciate and indicate problems that are needed to be solved and suggest solutions to increase export ability of production and export-import companies in Vietnam. Solution Groups include solution groups from Enterprise and Government; we need to have association between Enterprise and Government to develop building ceramic production.

According to statistic date 2005-2008 periods, export value of Vietnam ceramic industry was increasing continuously, from \$65,240 millions (2005) to \$130 millions (2007) and \$151 millions (2008) accordingly. However, in 2009 the changes of global economy crisis which caused the Vietnam's building ceramic industry had met too many difficulties: export value decreased \$128,6 millions only. Overcome

crisis effects in 2010, ceramic export turn-over was increased again and reached at \$170,2 millions (132%, compared with 2009).

Vietnam is a “Top 5” country all over the world in export building materials, ceramic. However Vietnam is lower than China in export value about 3,5 times.

International integration and becoming an official member of WTO have brought to Vietnam enterprises free legal environment and equal in free trade to approach market of ceramic import countries.

Several years ago, Vietnam’s Government was oriented to develop building ceramic industry to become priority export industry of country. So Government always has support the capital and infrastructure, advantage policies to ceramic enterprises can promote their ability.

Vietnam is one of countries that have abundant human resource for building ceramic industry. Vietnamese labor resource has good skill and cheap cost. This is enormous advantage for developing industry; especially the specific industry needs to use many labors as building material production and exporting. With the cheap labor cost, investments are trending transfer capital investment from neighbor country to Vietnam. Condition of Vietnam’s building ceramic enterprise can attract FDI capital to developing production.

There are not a lot of experiences in export, researching investment and marketing overseas. Because local companies and factories just focused on domestic market.

Critical competition on market is especially strong with such rivals as China, Thailand, Italy, Spain. This is the main objective cause that brings advantages in ceramic export to Viglacera.

- To decide the research subject problems, it is needed to suggest the solutions to promote exporting building ceramic products of Viglacera:
- To promote market research: with any export enterprise, the market research has important role, which is tool to enterprise in approaching of potential customers over the world.
- To interest in training managers and staffs, who are working in export field. They need to have knowledge of export skill and foreign languages.
- To invest in facilities and machines to increase quality and diversification of product models.
- Accompany with enterprise effort. There are many problems for Government in taking role of building ceramic export support excellently.
- To make free legal environment, reduce custom clearance policies. It is necessary for enterprises to have more advantages in export activity.
- To focus on investing in building ceramic production in our country, support loans. Loans time can solve capital problem for production enterprises— one of the big problem for many enterprises.

Therefore, we can see there are many problems for building ceramic export activity in Vietnam in general. To solve the problems of export activity we need to have integrated solutions between Enterprise and Government. If we make it work

excellently, Vietnam's export activity will have good results and give enormous revenue to Vietnam's ceramic export industry.

Міняйленко І.В.

ст. викладач

Полтавський національний технічний університет імені Ю. Кондратюка,

Кривошей О.О.

нач. відділу адміністрування майнових податків

Державної податкової інспекції Полтавської області (Україна)

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА

Економічний стан підприємства – комплексне поняття, що характеризується забезпеченістю ресурсами, необхідними для нормальної виробничої діяльності всіх суб'єктів господарювання, доцільністю і ефективністю їх розміщення і використання, комерційними взаємовідносинами з іншими суб'єктами господарювання, стійкістю та платоспроможністю [1].

Актуальним питанням менеджменту є діагностика поточного стану підприємства з метою виявлення проблемних питань його функціонування й розвитку та розробки на основі отриманих результатів, комплексу заходів спрямованих на покращення ситуації, що склалась.

Враховуючи те, що майже всі показники економічного стану підприємства є величинами, які характеризують окремі сторони господарської діяльності необхідною процедурою є приведення показників до єдиної величини [2]. Тому основним завданням ОЕСП є розрахунок його інтегрального показника.

Для розрахунку інтегрального показника використовуємо метод експертних оцінок.

На наступному етапі необхідно розрахувати рейтинг кожного показника.

Враховуючи рейтинг кожного показника, його питому вагу, можна визначити інтегральний показник економічного стану КП «Полтавський м'ясокомбінат» за наступною формулою:

$$\begin{aligned} N = & 0,251 * RP + Ka * 0,125 + 0,083 * RP + 0,063 * P_{в.к.} + 0,05 * K_T + \\ & 0,042 * K_L + 0,036 * K_{м.вл.к.} + 0,031 * \Phi_B + 0,028 * K_{знос} + 0,025 * \\ & V_{од. прод.} + 0,023 * K_{В_3} + 0,021 * O_{о.к.} + 0,019 * ПП + 0,018 * \\ & \text{Темп росту кап. інв.} + 0,017 * P_{вс.кап.} + 0,016 * K_{п} + 0,015 * \\ & K_{прид.} + 0,014 * M_{п} + 0,013 * \Phi_{п} + 0,013 * K_{он} + 0,012 * \\ & \text{Стр. опер. витр.} + 0,011 * K_{в} + 0,021 * O_3 + 0,011 * O_{г.пр} + \\ & 0,01 * O_{д.з} + 0,01 * O_{к.з} + 0,009 * O_{в.к.} + 0,009 * \text{Плин. пер.} + \\ & 0,009 * P_D + 0,008 * \Phi_M + 0,008 * K_M. \end{aligned} \quad (1)$$

Інтегральні показники економічного стану КП «Полтавський м'ясокомбінат» наведені в табл. 1.

Таблиця 1

**Динаміка інтегрального показника економічного стану
КП «Полтавський м'ясокомбінат» за 2009-2011 рр.**

Показник	2009	2010	2011
N	7,55	3,79	3,58

На основі проведених розрахунків, прогнозів та визначених основних напрямків була розроблена програма стратегічних та тактичних заходів щодо вдосконалення економічного стану (табл. 2).

Таблиця 2

Програма покращення економічного стану КП «Полтавський м'ясокомбінат»

Стратегії	Заходи для реалізації	Результат
1. Зменшення витрат	- впровадження енергозберігаючих технологій (системи «Сатурн»); - скорочення адміністративно-управлінського персоналу;	- зменшення витрат на ел. енергію на 5-10 %; - зменшення адміністрат. затрат на 2 %;
2. Види діяльності (розширення асортименту за рахунок оригінальної рецептури)	- випуск екологічно-чистих продуктів; - модифікація товару; - виготовлення власного фірмового продукту;	- розширення кола споживачів; - ексклюзивність на ринку;
3. Стимулювання служби маркетингу	- рекламна діяльність; - пошук оптових покупців; - залучення нових споживачів; - пошук нових сфер використання товару;	- зростання рентабельності продукції; - збільшення прибутку (виручки);
4. Розширення підсобного виробництва	- придбання власного сільсько-господарського підприємства;	- економія на вартості сировини;
5. Формування іміджу підприємства на ринку	- оформлення товарного знаку підприємства; - спонсорські акції; - участь у виставках, ярмарках;	- зростання обсягу реалізації; - ідентифікація продукту на ринку;
6. Використання новітніх технологій (сучасна універсальна пакувальна лінія)	- модернізація застарілих технологій;	- розширення кола споживачів; - зростання дохідності підприємства;
7. Розширення мережі магазинів	- пошук вільних торгових площ;	- зростання обсягу реалізації продукції; - зайнятість персоналу;
8. Підвищення ефективності організації праці на підприємстві	- скорочення витрат робочого часу; - поширення передових методів праці; - підвищення освітнього й культурного рівня працівників; - розробка системи оплати праці, що стимулює високопродуктивну працю.	- зростання продуктивності праці; - підвищення якості товару; - ефективне використання ресурсів.

Розроблена програма розвитку буде розглянута на КП «Полтавський м'ясокомбінат» і впроваджена на виробництві.

Література

1. Комплексна оцінка економічного потенціалу суб'єктів господарювання // Н. Шкроміда // Економічний аналіз. – 2011, вип. 9, част. 1. – С. 383-386.
2. Сучасні аспекти розуміння діагностики // О. Горохова // Економічний аналіз. – 2011, вип. 9, част. 2. – С. 124-126.
3. Економіко-математичне моделювання оцінки економічного стану підприємства з використанням шкали бажаності Харрінгтона // А. Агапова // Економічний аналіз. – 2011, вип. 8, част. 2. – С. 15-18.

Клевцов С.М.

преподаватель

Курский институт кооперации (филиал) Белгородского университета
кооперации, экономики и права (Россия)

ВОСПРОИЗВОДСТВО МАТЕРИАЛЬНЫХ АКТИВОВ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА РЕГИОНА

Решающее значение для развития предпринимательства имеет материальная база страны и ее размещение. Материальные активы являются частью национального капитала и его составляющего - регионального капитала. По соответствующей классификации региональный капитал подразделяется на материальные активы, нематериальные активы и финансовые активы. В данном исследовании изучаются материальные активы региона, при этом материальные активы рассматриваются как основные производственные фонды. Данный подход правомерен, поскольку основные производственные фонды составляют около половины национальных богатств и большую часть материальных активов, что позволит оптимально использовать управленческие ресурсы при разработке мероприятий по регулированию материального развития региона.

В современной экономике модернизации при формировании ее прогрессивного, прорывного характера недостаточное внимание к состоянию материальных активов, их физический и моральный износ, может стать основным «блокирующим» элементом развития страны по намеченной траектории и стагнацию развития предпринимательства.

С точки зрения регионального развития можно говорить о том, что основные фонды составляют материально-технический фундамент территориального образования. Объем, структура, технический уровень основных фондов определяют комплексность хозяйственного функционирования региона, темпы его дальнейшего развития. С другой стороны, полезность фондов во многом зависит от степени удовлетворения

потребностей в них на данной территории. Региональные особенности и факторы в значительной мере определяют эффективность действующих и вновь вводимых основных фондов. С углублением территориального разделения труда, становлением и развитием территориально-производственных образований в рамках регионального хозяйственного комплекса возникает новое качество основных производственных фондов. Появляется территориальный аспект функционирования основных фондов, представляющих взаимосвязанную совокупность их материально-вещественных элементов, размещенных в данном регионе.

При ограниченных возможностях вложений капитала в реальный сектор экономики актуальной становится задача разработки методического обеспечения, позволяющего обосновать выбор направления наиболее рационального использования имеющихся материальных ресурсов, эффективности роста материальных активов, развитие методов выбора инструмента их воспроизводства.

Совершенствование методов исследования материальных активов региона позволит в итоге не только повысить отдачу основных фондов, но и достичь экономии материальных и трудовых ресурсов.

В современных условиях недостаточное внимание уделяется проблеме исследования воспроизводства материальных активов в территориальном аспекте. Зачастую рассматривается весьма узкий круг отраслевых показателей и ограниченный набор организационно-экономических методов, описывающий лишь частные вопросы воспроизводства материальных активов с преимущественно количественным измерением, и не затрагивающие региональный многоаспектный разрез данного вопроса. Таким образом, теории и методы исследования материальных активов региональных систем, их практическая значимость для развития территории являются одной из перспективных областей экономической науки, что подтверждает актуальность темы исследования.

Основным процессом, стимулирующим развитие материальных активов региона является их воспроизводство. Воспроизводство материальных активов региона можно охарактеризовать как процесс их постоянного возобновления. При анализе воспроизводственного направления материальных активов региона можно также выделить условно положительные и отрицательные элементы. Положительные элементы направлены на ускорение экономического роста в регионе, отрицательные элементы воспроизводства – тормозят экономический рост. Например, отрицательным элементом может быть большой объем устаревших основных фондов.

Износ (физический и моральный) основных фондов в регионе является явной «проблемной зоной», замедляющей процесс перехода области к прогрессивному развитию. Обновление производственных фондов региона, а соответственно и региональных материальных активов – одна из самых актуальных проблем становления рыночных отношений и поддержания достигнутых темпов экономического роста и выхода из сложившегося кризиса.

При ограниченных возможностях вложений капитала в реальный сектор экономики актуальной становится задача разработки методического обеспечения, позволяющего обосновать выбор наиболее рационального использования имеющихся материальных ресурсов, эффективности роста материальных активов с точки зрения развития методов выбора инструментов воспроизводства материальных активов.

В современных условиях последовательное снижение отраслевого принципа управления и укрепления самоуправляемости регионов, привело к возрастанию роли региональной диагностики, посредством организационно-экономических методов исследования. Региональная диагностика материальных активов позволяет получить более конкретную и качественную информацию о состоянии материальной базы региона, возможностях, направлениях и эффективности развития предпринимательской среды.

Близнюк А.О.

аспірант

Харківський національний автомобільно-дорожній університет (Україна)

ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Методика оцінки економічної безпеки підприємства повинна враховувати безліч аспектів діяльності конкретного підприємства та надавати чіткі і достовірні результати, завдяки яким можливо б було приймати кваліфіковані управлінські рішення відносно підвищення або збереження рівня економічної безпеки підприємства.

Методику визначення рівня економічної безпеки автотранспортного підприємства було сформовано автором у своїх попередніх дослідженнях [1]. Проведемо з її допомогою відповідну оцінку на прикладі п'яти підприємств автомобільного транспорту: ПрАТ «Запорізьке автотранспортне підприємство 12329», ПАТ «АТП-13058», ПАТ «АТП 16354», ВАТ «Черкаське АТП 17162», ВАТ «Херсонське АТП-16560».

Оцінимо рівень економічної безпеки вище названих підприємств за 2009-2011 роки. Результати реалізації першого етапу оцінювання, а саме оцінювання за рівнем чистого прибутку надають можливість стверджувати, що підприємства автомобільного транспорту, які є об'єктами аналізу, перебувають в економічній небезпеці першого рівня (за виключенням ПрАТ «Запорізьке автотранспортне підприємство 12329» за результатами 2011 р.), тобто вони взагалі не отримують прибутків, а відповідно, інфляційні процеси шляхом відповідного зростання амортизаційних відрахувань ще більше поглиблюють проблему [2].

За результатами проведеного аналізу стану економічної безпеки підприємств автотранспортної галузі, можна зазначити про необхідність приділення уваги цій проблемі та необхідність створення системи управління

економічною безпекою підприємства, як поточною, так і стратегічною. Сформуємо перелік першочергових заходів, що мають бути реалізовані спеціалістами з управління економічною безпекою автотранспортних підприємств у відповідності до конкретних негативних явищ, що були виявлені (табл.).

Таблиця

Рекомендації з підвищення рівня економічної безпеки автотранспортних підприємств

Підприємства	Кризова складова ЕБП	Рекомендації
1	2	3
ПрАТ «Запорізьке автотранспортне підприємство 12329»	правова	- скорочення чисельності працівників юридичного відділу та їх орієнтація на вирішення поточних питань документообігу; - передача ведення судових справ до спеціалізованих установ
ПАТ «АТП - 13058»	фінансова	- реструктуризація кредиторської заборгованості; - узгодження строків погашення дебіторської та кредиторської заборгованостей; - прискорення обороту оборотних коштів за рахунок роботи з дебіторами
	кадрова	- подальше збільшення заробітної плати до середньогалузевого регіонального рівня з метою підвищення привабливості підприємства для кваліфікованих працівників
	технічна	- пошук можливості поступового оновлення рухомого складу з метою розширення діяльності та зниження аварійності
ПАТ «Автотранспортне підприємство 16354»	фінансова	- подальше прискорення темпів оборотних коштів з метою досягнення середньогалузевого рівня
	кадрова	- узгодження темпів зростання заробітної плати з регіональними показниками
	корпоративна	- укрупнення пакетів акціонерів, лояльних до головного мажоритарника
ВАТ «Черкаське АТП 17162»	фінансова	- прискорення показників оборотності за рахунок забезпечення погашення дебіторської заборгованості та введення чіткої платіжної дисципліни в подальшому
	кадрова	- скорочення плинності кадрів за рахунок подальшого підвищення заробітної плати відповідно до результатів праці;
	корпоративна	- розширення мажоритарного пакету акцій за рахунок витіснення міноритарників
ВАТ «Херсонське АТП-16560»	фінансова	- реструктуризація кредиторської заборгованості
	корпоративна	- розширення мажоритарного пакету акцій за рахунок витіснення міноритарників

Аналіз рівня економічної безпеки автотранспортних підприємств виявив значну нестабільність та мінливість показників, а також переважно негативні

тенденції розвитку ситуації в розрізі економічної безпеки. Переважна більшість підприємств аналізованої групи знаходиться в четвертій кризовій зоні і характеризується як поточною, так і стратегічною економічною небезпекою, а отже потребує негайних дій з виходу з кризи.

Література

1. Близнюк А. О. Методичні основи оцінювання економічної безпеки підприємства / А. О. Близнюк // Економічний простір : Збірник наукових праць. – Дніпропетровськ : ПДАБА, 2011. – № 55. – С. 188-195.

2. Система раскрытия информации на фондовом рынке Украины [Електронний ресурс]. – Режим доступа : www.smida.gov.ua.

Єфименко Г.В.

аспірант

Інститут економіки промисловості НАН України (Україна)

ІНТЕГРАЦІЯ ЯК СТРАТЕГІЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КАПІТАЛІЗАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ

1. В умовах сучасної економіки надзвичайно актуальною є необхідність забезпечення стабільного розвитку підприємств на основі підвищення ефективності процесів капіталізації, які будуть сприяти модернізації виробництва, підвищенню рівня інноваційно-активних господарських структур, зростанню ринкової ціни вітчизняних суб'єктів господарювання.

2. Аналіз даних Державної служби статистики України [2] дозволив виявити такі стійкі негативні тенденції в економіці держави щодо процесів нарощування капіталу:

- темпи нагромадження основного капіталу в Україні є заниженими, а показник валового нагромадження основного капіталу в економіці держави у відношенні до ВВП у 2011 р. становив 18,8 %, що на 8,7 % менше аналогічного показника у 2007 р.;
- наслідками заниженого рівня нагромадження основного капіталу є катастрофічна ступінь зносу основних засобів (74,9 % у 2010 р.);
- частка інвестицій в основний капітал в економіці України і в промисловості зростає нерівномірно. Найбільший обсяг інвестицій в основний капітал в економіці України було спрямовано у 2008 р. (233081 млн. грн.), що на 23951 млн. грн. більше ніж у 2011 році. При цьому більша частина коштів спрямована у такі галузі економіки як добувна промисловість (в середньому 22,3 % за період 2006-2010 рр.) та переробна промисловість (в середньому 64 % за період 2006-2010 рр.) і лише незначна частина коштів в основний капітал спрямовано у перспективні галузі, такі як телекомунікації, нанотехнології, біотехнології.

3. Проведений аналіз динаміки корпоративних об'єднань показав, що найбільша кількість інтегрованих об'єднань була зареєстрована у 2011 році – 6129 інтегрованих структур (табл.).

4. Дослідження, виконані в Інституті економіки промисловості НАН України підтвердили, що в рамках створення і функціонування інтегрованих структур з повним технологічним циклом по виробництву кінцевої продукції, якщо тільки капітал служить національним інтересам, закладаються основи незалежної від зовнішніх, міжнародних умов і організацій, державної економічної системи, в якій за допомогою ринкового механізму і державного регулювання перетворюються у знову створений продукт. Саме в вертикально інтегрованих структурах закладені сприятливі умови для розвитку виробництва, залучення максимально можливих складу і кількості ресурсів у ринковий обіг [1, с.41].

Таблиця

Аналіз кількості інтегрованих структур в Україні за 2004-2012 роки

Роки	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Всього підприємств (Kn)	981054	1023396	1070705	1133200	1187020	1228888	1258513	1294641	1323807
Асоціація	2497	2679	2751	2841	2953	3057	3125	3180	3222
% від (Kn)	0,3	0,3	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,2
Корпорація	761	798	824	842	849	862	866	872	862
% від (Kn)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Консорціум	66	77	80	84	84	89	92	92	94
% від (Kn)	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Концерн	388	397	406	403	400	396	390	387	373
% від (Kn)	0,04	0,04	0,04	0,03	0,03	0,03	0,03	0,02	0,03
Інші об'єднання юридичних осіб	2082	2061	1971	1880	1774	1717	1634	1598	1532
% від (Kn)	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
Всього інтегрованих структур (IC)	5794	6012	6032	6050	6060	6121	6107	6129	6083
% IC від (Kn)	0,59	0,59	0,56	0,53	0,51	0,50	0,49	0,47	0,46

5. Таким чином, в сучасних економічних умовах інтеграція є ефективним механізмом забезпечення підвищення рівня капіталізації підприємств, оскільки дозволяє на основі синергетичних ефектів (економічних, фінансових, стратегічних, соціальних) віднайти власними силами фінансові кошти на розвиток, модернізацію, що позитивно впливатиме на вартість вітчизняного бізнесу.

Література

1. Брюховецкая Н. Е. Предпосылки капитализации в вертикально-интегрированных структурах / Н. Е. Брюховецкая // Капіталізація підприємств та фінансових організацій : теорія і практика: тези доп. і повідом. міжнар. наук. – практ. конф. / НАН України, Ін-т економіки пром. – Донецьк, 2011. – С. 39-41.
2. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Лучик М.В.

аспірант

Подільський державний аграрно-технічний університет (Україна)

ЕКОНОМІЧНА БЕЗПЕКА АГРАРНОЇ ГАЛУЗІ ТА ЇЇ РІВНІ

Ключовими чинниками, що визначають стан економіки регіону, є спеціалізація і структура його господарства, де центральним елементом, як і в цілому для країни, є реальний сектор економіки, оскільки стабільність економічного розвитку визначається не процвітанням фінансово-спекулятивного сектору, а реальним виробництвом благ, ефективною зайнятістю населення, задоволенням його потреб. Функціонування галузі здійснюється в умовах жорсткої конкуренції з такими ж галузями у глобальному масштабі, що підвищує загрозу соціально-економічній безпеці, а також посилює необхідність регулювання умов функціонування суб'єктів галузі на макрорівні.

Багато в чому загрози розвитку аграрної галузі в Україні породжуються нестійким станом ринку протягом усього періоду економічних перетворень в країні, помилками в регулюванні реформаційних процесів, порушенням відтворювальних і структурних пропорцій в економіці. Значний вклад в теорію економічної безпеки аграрного сектору економіки внесли такі російські науковці, як Басалай С.І., Волков С.П., Кулагіна Н.О., Сьомін О.М., Светлаков А.Г., а також вітчизняні дослідники Горошкова Л.А., Жмуденко В.О., Корінев В.Л., Ткаченко В.Г., Юрчишин В.В. та ін. З урахуванням специфіки прояву загроз і симптомів кризових ситуацій в сільському господарстві стають все більш актуальними проблеми формування ефективних механізмів їх подолання.

Галузь як виробник кінцевого товару, на думку Л.А. Горошкової, отримує додаткові можливості підвищення рівня своєї економічної безпеки за умови конкурентоспроможності на зовнішньому ринку забезпечуючих і технологічно споріднених галузей. Утворюються додаткові умови для оптимізації та підвищення ефективності виробництва, бо необхідність підтримки міжнародної конкурентоспроможності стимулює ці галузі до інновацій. Підвищення ефективності також досягається за рахунок ефекту синергії від взаємодії галузей [1, с.117].

Економічна безпека аграрної галузі як системи економічних інтересів, стверджує Кулагіна Н.О., полягає в пошуку механізмів компромісу між забезпеченням національних інтересів країни, продовольчою безпекою та ризиками, в результаті яких забезпечується стійке функціонування АПК. У той самий час економічну безпеку аграрного сектора економіки слід розглядати як функціональну систему, яка відображає процеси взаємовідносин інтересів учасників аграрних відносин в залежності від загроз, діяльність яких має різну спрямованість і може призвести до недотримання порогових значень критеріїв продовольчої безпеки [2, с.15].

Найбільш небезпечними загрозами розвитку вітчизняного аграрного сектора є низька ефективність сільськогосподарського виробництва; недосконалість механізмів інвестиційного забезпечення; проблема деформації цінкових пропорцій; нераціональне використання земель сільськогосподарського призначення; проблема забезпеченості основними виробничими засобами; недосконалість інфраструктури та механізмів регулювання кон'юнктури аграрного ринку; низька матеріальна зацікавленість робітників АПК та ін. [3, с.8].

Тому вважаємо за доцільне виділити такі функціональні рівні економічної безпеки аграрної галузі: виробничо-технологічний; матеріально-технічний; інвестиційний; інноваційний; маркетинговий; інтелектуально-кадровий; соціальний; фінансовий; зовнішньоекономічний; політико-правовий; екологічний; інформаційно-аналітичний.

Виокремлення функціональних рівнів економічної безпеки аграрної галузі допоможе визначити систему показників, що вимірюють стан захищеності галузі та розробити заходи для посилення її безпеки.

Таким чином, забезпечити економічну безпеку аграрної галузі країни можна шляхом застосування ефективних заходів стосовно нейтралізації існуючих загроз та ризиків за рахунок збільшення обсягів і ефективності аграрного виробництва; підвищення темпів розвитку галузі; підвищення інвестиційної привабливості та інноваційної спрямованості аграрного сектора України; підвищення конкурентоспроможності української сільськогосподарської продукції на світових аграрних ринках; зменшення впливу диспаритету цін на аграрну продукцію; стимулювання матеріальної зацікавленості працівників сільськогосподарських підприємств.

Ефективний розвиток аграрного виробництва, його економічне зростання створять передумови для вирішення соціальних проблем у сільській місцевості. Допомога ж держави у вирішенні проблем розвитку сільських територій, зокрема їх соціальної інфраструктури, зможе знизити відтік працездатного і кваліфікованого сільського населення, насамперед молоді.

Література

1. Горошкова Л. А. Аналіз детермінант економічної безпеки галузей національного господарства / Л. А. Горошкова // Економічний вісник

університету. Економічний вісник Переяслав-Хмельницького державного педагогічного університету ім. Г. Сковороди. – 2012. – Вип. 19. – С. 113-129.

2. Кулагина Н. А. Теория и методология экономической безопасности агропромышленного комплекса : автореф. дис. на соискание ученой степени докт. эконом. наук : спец. 08.00.05 "Экономика и управление народным хозяйством (экономическая безопасность)"/ Кулагина Н. А. – Москва, 2012. – 45 с.

3. Жмуденко В. О. Формування економічної безпеки аграрної сфери на регіональному рівні: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.00.03 "Економіка і управління національним господарством" / Жмуденко В. О. – Полтава, 2012. – 22 с.

Маленька І.М.

аспірант

Подільський державний аграрно-технічний університет (Україна)

МЕТОДОЛОГІЯ КІЛЬКІСНОЇ ОЦІНКИ РІВНЯ ТА ЕФЕКТИВНОСТІ ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Сучасні дослідження стану сільськогосподарських підприємств України свідчать про те, що їх державна підтримка не досягає визначених цілей. Тому, в умовах необхідності побудови системного підходу до формування стратегії розвитку аграрного сектору економіки, актуальним стає застосування адекватних методів кількісної оцінки рівня та ефективності його підтримки.

Важливу роль в теоретичному та емпіричному дослідженнях проблематики кількісної оцінки рівня та ефективності здійснення державної підтримки сільського господарства відіграють праці Амбросова В.Я. [1], Бородіної О.М. [2], Костеннікова В.Н. [3], Котова Р.М. [4] та ін.

Метою дослідження є обґрунтування сучасних методичних підходів до оцінки рівня та ефективності державної підтримки діяльності сільськогосподарських товаровиробників.

Для розробки ефективної політики підтримки аграрного сектору економіки необхідно володіти критеріями кількісної оцінки її впливу безпосередньо на становище сільськогосподарських товаровиробників.

Для оцінки ефективності державної підтримки сільського господарства найчастіше використовують методики, які відображають не аналіз окремих підприємств, а загальний вклад сільського господарства в економіку країни (валова додана вартість, прибуток, валова продукція та ін.) [3, с.76].

На сьогодні існує велика кількість класифікацій методів оцінки державної підтримки сільського господарства, проте найоптимальнішим, на нашу думку, є підхід Котова Р.М., за яким розрізняють показники оцінки цінової підтримки, показники прямої бюджетної підтримки та узагальнюючі показники [4, с.113].

Рівень цінової підтримки найчастіше вимірюють за допомогою номінального коефіцієнту захисту NPC та номінальної норми захисту NPR.

Перший показник розраховується як відношення внутрішньої ціни на товар до світової, другий – як різниця цих цін, поділена на світову ціну, виражена у відсотках. Недоліком їх є те, що вони не враховують впливу держави на ринок факторів виробництва, на відміну від ефективного коефіцієнту захисту EPC та ефективної норми захисту EPR, які здійснюють його оцінку.

До показників оцінки прямої бюджетної підтримки відносять коефіцієнт підтримки виробника NAC, який відображає відношення обсягу споживання сільськогосподарської продукції за внутрішніми цінами до обсягу споживання у довідкових цінах; індекс бюджетної ефективності Piv, який розраховується шляхом ділення суми дисконтних бюджетних грошових потоків, які генеруються інвестиційним проектом в певний період на обсяг державної підтримки за рахунок бюджетних коштів; та показник ефективності підтримки EP, який визначається відношенням приросту (зміни) валової товарної продукції до обсягу підтримки.

Проте найбільш об'єктивно рівень державної підтримки сільського господарства можна оцінити за допомогою узагальнюючих показників, метою яких є охоплення усіх можливих засобів державної підтримки. Прикладом розрахунку таких показників є методики, застосовувані Організацією економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) та Світовою організацією торгівлі (СОТ).

За методикою ОЕСР здійснюється кількісна оцінка аграрної політики держави та з'являється можливість порівняння аграрних політик різних країн. В основі даного методу лежать показники еквівалентів трансфертів виробникам (PSE), споживачам (CSE) та сільському господарству в цілому (GSSE, TSE), що базуються на зіставленні внутрішніх та світових цін на сільськогосподарську продукцію[2, с.95].

Метою оцінки державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників з позиції СОТ є визначення того, наскільки внутрішня національна аграрна політика спотворює умови світової торгівлі сільськогосподарською та продовольчою продукцією. Заходи підтримки сільського господарства розділяють на ті, що не впливають на умови світової торгівлі (заходи «зеленої скриньки») та ті, що здійснюють такий вплив (заходи «жовтої скриньки») і тому підпадають під зобов'язання по скороченню та оцінюються за допомогою показника «сукупного (агрегованого) виміру підтримки» (СВП або AMS)[1, с.18].

Отже, на сьогодні в економічному аналізі існує велика кількість методів оцінки рівня та ефективності державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників. Проте найбільш комплексними та часто вживаними є методики ОЕСР та СОТ, які включають різні набори показників для визначення рівня державної підтримки сільського господарства окремих країн. Будучи членом СОТ та намагаючись прискорити набуття членства в ОЕСР, Україна повинна дотримуватись згаданих методик при наданні державної підтримки вітчизняним сільськогосподарським товаровиробникам.

Література

1. Амбросов В. Я. Забезпечення державної підтримки сільськогосподарського виробництва в умовах членства України у СОТ / В. Я. Амбросов, В. М. Онегіна // Економіка АПК. – 2009. – № 2. – С. 15-24.
2. Державна політика агросфери: еволюція, проблеми / Бородіна О. М., Киризиук С. В. та ін.; За ред. д-ра екон. наук О. М. Бородіної; Ін-т екон. та прогноз. НАНУ. – К., 2008. – 264 с.
3. Костенников В. Н. Государственная поддержка и ее влияние на эффективность сельского хозяйства в Забайкальском крае // Вестник ВСГТУ. – 2010. – № 2. – С. 74-82.
4. Котов Р. М. Оценка эффективности государственного регулирования и поддержки сельскохозяйственных производителей на региональном уровне / Р. М. Котов // Экономические науки. – 2009. – № 2(51). – С. 112-116.

Фіалковська А.А.

аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

АКТИВІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ ЗДІЙСНЕННЯ ЙОГО РЕСТРУКТУРИЗАЦІЇ

Перехід української економіки на інноваційний шлях розвитку вимагає радикальних змін на промислових підприємствах з метою активізації їх діяльності та забезпечення конкурентоспроможності в умовах глобалізації економіки. Реалізація таких змін можлива на основі механізму реструктуризації.

Питанням реструктуризації та управління змінами на підприємствах приділяється велика увага в працях вітчизняних та зарубіжних авторів: О.І. Амоші, М.Д. Аістової, Є.А. Бельтюкова, Б.В. Буркинського, А.І. Бутенка, Г.В. Бутковської, М. Ванденборта, В.М. Гейця, В.М. Гриньової, С.Б. Довбні, А.І. Ковальова, К. Кордана та інших. Проте, незважаючи на велику кількість наукових досліджень з цієї проблеми, все ще існують окремі аспекти поняття «реструктуризація підприємств», що потребують подальшого вдосконалення.

Реструктуризація підприємства – це система організаційно-економічних, виробничо-технічних та інших заходів, спрямованих на реформування та вдосконалення його господарської діяльності та досягнення стратегічних цілей його розвитку шляхом здійснення необхідних структурних перетворень з урахуванням змін у внутрішньому та зовнішньому середовищі його функціонування.

Реструктуризація є багатоплановим процесом. Тому важливим представляється класифікація реструктуризаційних перетворень на рівні підприємства. Види реструктуризації можуть бути класифіковані за наступними основним ознакам ознаках:

- 1) за стадією життєвого циклу;

2) за функціональній сфері діяльності підприємства.

У залежності від фази життєвого циклу, на якій знаходиться підприємство, реструктуризацію доцільно класифікувати таким чином [1, с.28-29]:

1. На фазі підйому – адаптивна реструктуризація являє собою ряд «м'яких», що щадять, коректувань поточної діяльності підприємства відповідно до змінних вимог ринку.

2. На фазі зрілості – доречна організаційно-управлінська реструктуризація, що передбачає перебудову системи господарювання на основі бізнес-орієнтування структурних підрозділів підприємства.

3. На фазі стагнації починається досудове фінансове оздоровлення, що вимагає кардинальних змін у господарюванні підприємства.

На фазі кризи – санація як комплекс мір, передбачених процедурою проведення справи про банкрутство, спрямованих на відновлення платоспроможності підприємства-боржника.

Залежно від функціональної сфери діяльності підприємства виділяємо реструктуризацію управління, виробництва, фінансово-інвестиційну, кадрову, комерційної діяльності.

Реструктуризація управління спрямована на удосконалення системи управління підприємством і приведення її у відповідність із зовнішніми умовами діяльності підприємства. Реструктуризація виробництва включає зміни у виробничо-господарській діяльності підприємства, активізацію інноваційних і інвестиційних процесів з метою підвищення конкурентоспроможності продукції. Фінансово-інвестиційна реструктуризація спрямована на поліпшення використання фінансових ресурсів, підвищення фінансової стійкості підприємства (ліквідності, платоспроможності, фінансової незалежності) і інвестиційної привабливості підприємства. Ця реструктуризація передбачає тісне співробітництво підприємства зі своїми кредиторами, у тому числі й банками, і вимагає певної законодавчої бази. Практика перетворень показує, що без фінансової реструктуризації тільки 10-15 % українських підприємств здатні провести реструктуризацію в повному обсязі власними силами. Більше 70 % підприємств вимагають зовнішньої допомоги в тій чи іншій формі. Кадрова реструктуризація є одним з найбільш важливих напрямків реструктуризації. Необхідність кадрової реструктуризації зумовлюється не тільки реструктуризацією виробництва, але й зміною пріоритетів кадрової політики, яку в процесі реструктуризації, так і після неї. Реструктуризація комерційної діяльності спрямована на забезпечення стабільності виробництва, підвищення ефективності реалізації продукції підприємства [2, с.221-222].

Оскільки реструктуризація спрямована не лише на забезпечення стабілізації виробництва та виведення підприємства із кризи, але й на підтримку і поліпшення діяльності підприємства в умовах економічної нестабільності, то її можна вважати ефективною стратегічною альтернативою подолання кризових явищ на підприємствах та передумовою успішного розвитку економіки.

Таким чином, Таким чином, реструктуризація підприємства є процесом багатограним і включає в себе найрізноманітніші заходи залежно від того, яка із систем суб'єкта господарювання підлягає змінам. Для того, щоб комплекс заходів із реструктуризації був ефективним і цілеспрямовано вирішував існуючі на підприємстві проблеми, слід чітко визначитися з формою та видом реструктуризації.

Література

1. Ковалев А. И. Управление реструктуризацией предприятия: монография / А. И. Ковалев. – К.: АВРИО, 2006. – 368 с.
2. Семененко В. Реструктуризація – визначення сутності, основних характеристик та особливостей здійснення / В. Семененко // Вісник Національної академії державного управління. – 2005. – № 1. – С. 217-223.

Швагірева В.С.

аспірант

Одеський національний політехнічний університет (Україна)

ЕФЕКТИВНЕ ЕНЕРГОВИКОРИСТАННЯ – СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Однією з основ промислової цивілізації є великомасштабне і все зростаюче споживання енергії як в області виробництва продукції, так і в сфері її споживання. До теперішнього часу лише економічні обмеження або, в окремих випадках, труднощі з доступом до паливно-енергетичних ресурсів (географічного чи політичного характеру) були стримуючими факторами нарощування обсягів виробництва та споживання енергії. Розширення енергетичного сектора, пов'язаного з необхідністю задоволення зростаючих потреб суспільства в енергії, раніше розглядалося як безмежне.

Висока енерговитратність нашої економіки значною мірою визначається застарілими виробничими фондами, зношеністю обладнання, недосконалістю технологій та іншими об'єктивними причинами. Але існують і суб'єктивні чинники: енергомарнотратність і безгосподарність, відсутність єдиної системи нормування, обліку і контролю, недостатнє використання енергозберігаючої техніки, недосконалість управлінських механізмів, на усунення яких не потрібні значні витрати. Економіка України впродовж десятиріч слідувала шляхом енергозабезпечення кількісного розвитку, на даному етапі енергетика повинна перейти на енергозабезпечення сталого розвитку економіки [3, с.1].

Курс на активну енергозберігаючу політику знайшов відображення в Законі України «Про енергозбереження», комплексній державній програмі енергозбереження, прийнятій Урядом України, в Глобальній стратегії енергозбереження для України, Рекомендаціях Ради Європи, а також в низці наказів Державного комітету України з енергозбереження [2, с.5].

Стратегія енергозбереження заснована, перш за все, на ретельному перегляді потреби в енергії. Сьогодні значно менша кількість енергії може забезпечити суспільний розвиток, при загальних витратах сучасного рівня. Промислово розвинені країни, насамперед ті з них, які використовують енергію найбільш неефективно, можуть значно скоротити її витрачання без погіршення рівня життя і негативного впливу на економіку. Країни, що розвиваються також можуть підвищити рівень свого добробуту при більш низьких темпах зростання споживання енергії, ніж це здійснювалося до цих пір.

Підвищення енергетичної ефективності повинно розглядатися як виявлення та реалізація заходів та інструментів для забезпечення задоволення потреб у послугах і товарах, при використанні менших економічних і соціальних витратах на необхідну енергію і при мінімальних витратах, необхідних для збереження природного середовища.

Ефективне енерговикористання слід розглядати як комплекс організаційних і технічних завдань.

До числа організаційних відносяться:

- Розробка планів споживання енергії і питомих норм її витрачання;
- Організація обліку витрати всіх видів енергії;
- Організація контролю за витрачанням всіх видів енергії та аналізу енергоспоживання;
- Розробка заходів з енергозбереження та організація їх впровадження;
- Систематичне підбиття підсумків роботи з економії енергоресурсів;
- Впорядкування споживання електроенергії в електросилових установках, розбору стисненого повітря, тепла, холоду при їх централізованій виробленні і т.д.
- Підтримання раціонального режиму користування електроосвітленням, питною водою тощо

Технічні заходи, як правило, включають:

- Зниження витрат енергії у внутрішньозаводських мережах і лініях електропередачі;
- Реконструкцію електричних мереж без зміни напруг;
- Включення під навантаження резервних ліній електропередачі;
- Утилізацію теплових викидів;
- Заміну природного газу альтернативним паливом;
- Впровадження нової енергозберігаючої техніки і технології.

Значними є резерви економії електроенергії, засновані на переході до нових технологічних рішень у виробництві продукції на кожному підприємстві, на переході до нових апаратурних оформлень традиційних технологічних процесів, що, як правило, супроводжується істотним зниженням питомих норм витрати. Це повинно бути предметом розгляду в ході проведення енергоаудитів спільно фахівцями-енергетиками, технологами та економістами.

Література

1. Дзяди́кевич Ю. В. Енергетичний менеджмент / Дзяди́кевич Ю. В., Буряк М. В., Розум Р. І. – Тернопіль : Економічна думка, 2010. – 295 с.
2. Енергозбереження в Україні [Електронний ресурс] : Монографія / Д. В. Зеркалов. – Електрон. дані. – К.: Основа, 2012. – 1 електрон. опт. диск (CD-ROM); 12 см. – Систем. вимоги: Pentium; 512 Mb RAM; Windows 98/2000/XP; Acrobat Reader 7.0.
3. Про схвалення енергетичної стратегії України на період до 2030 року. / Розпорядження Кабінету Міністрів України від 15.03.2006 р., № 145-р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/145-2006-p>

Данилко С.В.

здобувач

НТК статистичних досліджень (Україна)

СТАТИСТИКА РИНКУ ЕКОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Сучасний етап суспільного виробництва і споживання в Україні характеризується здійсненням поступової їх екологізації – важливої передумови формування сталого соціально-економічного розвитку нашої держави. Це означає створення нових економічних відносин за рахунок підвищення рівня суспільної екологічної свідомості населення та здійснення структурної перебудови господарського комплексу на базі ресурсозбереження й впровадження у виробництво більш досконалих та екологічно чистих техніки і технологій [1]. Водночас, це обумовлює необхідність формування в країні нової галузі – екологічної індустрії. З метою ефективного її обслуговування розвиватимуться відповідні вузькоспеціалізовані підприємства. Вони в межах діючого національного законодавства мають забезпечувати надання фахових екологічних послуг у даній сфері господарювання.

Важливу роль у забезпеченні ефективної діяльності згаданих підприємств відіграватимуть інформаційні ресурси, які характеризують стан розвитку ринку екологічних послуг. Останні формуються органами державної служби статистики України і своєчасно надаються відповідним їй користувачам для прийняття обґрунтованих управлінських рішень. Для цього в країні запроваджено суцільні державні статистичні спостереження (форма – № 1 *екологічні витрати*) «Звіт про витрати на охорону навколишнього природного середовища та екологічні платежі» [2]. Дана статистична інформація у вигляді абсолютних показників розміщена безпосередньо у IV розділі зазначеного вище звіту «Екологічні послуги». Остання характеризує обсяги надходження коштів за надання послуг природоохоронного призначення та оплату праці.

Проаналізуємо отриману і систематизовану органами державної служби статистики України таку інформацію за 2011 р. Вона надійшла від майже 10,2 тис.

респондентів – підприємств різних форм власності, що оплачували послуги природоохоронного призначення і мали надходження коштів за надання екологічних послуг. Крім того, дана форма звітності фіксує статистичні показники щодо наявності кількості господарюючих систем, яким надійшли кошти від реалізації відходів та побічної продукції, отриманої при здійсненні природоохоронних заходів. В цілому по Україні за звітний період таких підприємств нараховувалося 2036 одиниць. Взагалі жє упродовж 2011 р. в нашій країні у сфері надання екологічних товарів і послуг функціонувало 12 225 суб'єктів господарювання різних форм власності.

Дані проведеного нами аналізу свідчать, що протягом 2011 р. майже 13,2 % підприємств, задіяних у сфері екопослуг від загальнодержавної структури, діяли в Луганській області, а в Донецькій і Харківській областях їх нараховувалося 8,9 і 8,3 % відповідно. Це свідчить про позитивну тенденцію у розвитку цієї важливої сфери економіки. Адже саме ці регіони нашої країни вважаються найбільш небезпечними для здоров'я і проживання населення. У свою чергу, до регіонів з малорозвиненим ринком екологічних послуг слід віднести Закарпатську, Івано-Франківську і Тернопільську області. На їх територіях функціонувало лише 337 підприємств з надання даних послуг. Натомість, екологічна ситуація у природному довіллі згаданих регіонів залишається досить складною і вимагає розробки та реалізації науково-обґрунтованих природоохоронних заходів, проектів і програм.

Зазначимо, що всебічне формування такого інституційного середовища забезпечуватиме входження нашої країни в загальносвітову мережу екологічних стандартів якості довкілля. В зв'язку з цим набувають особливої актуальності проблеми удосконалення нині діючого економічного механізму природоохоронної діяльності і, зокрема, розвитку ринку екологічних товарів і послуг. За даними офіційної статистики, протягом 2011 р. у розвиток даної сфери економіки було спрямовано майже 8,4 млрд. грн. фінансових ресурсів (рис.). Вони використовувалися у всіх сферах навколишнього середовища для здійснення природоохоронних заходів.

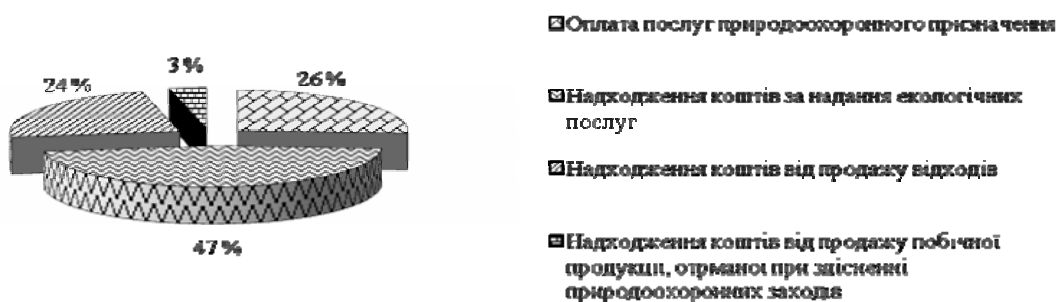


Рис. – Структура фінансування екологічних послуг в Україні

Слід підкреслити, що найбільші обсяги коштів від господарських суб'єктів, що надійшли іншим підприємствам за надання екологічних послуг та їх оплату, зафіксовано у сфері очищення зворотних вод (52,6 %) та поводження

з відходами (41,9 %). Загальні надходження коштів в цілому по Україні від продажу відходів виробництва та побічної продукції, отриманої при здійсненні природоохоронних заходів, сягали 1989,8 і 297,5 млн. грн. відповідно. У загальнодержавній структурі найбільші їх обсяги зафіксовано у сфері поводження з відходами 95,5 і 33,8 % відповідно.

Таким чином, започатковані державні статистичні спостереження щодо надання екологічних послуг відповідають їх цілям, сприяючи формуванню інформаційно-аналітичного забезпечення процесів управління даною сферою господарювання. Створення дієвого ринку екологічних товарів і послуг сприяє поліпшенню екологічної ситуації, формуванню сталого соціально-економічного розвитку нашої держави.

Література

1. Закон України «Про Основні засади (стратегію) національної екологічної політики на період до 2020 року» № 2818-VI від 21.12.2010 р. // Урядовий кур'єр. – 2011. – № 24. – С. 9-13.
2. План державних статистичних спостережень на 2011-2012 роки : затверджено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 09.11.2011 № 1113-р. – К.: Державний комітет статистики України, 2011. – 167 с.

Конєв С.І.

здобувач

Хмельницький національний університет (Україна)

ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ЕКСПОРТНО-ІМПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ЛЕГКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

В сучасних умовах розвитку експортно-імпортних операцій вітчизняних підприємств та налагодженні партнерських зв'язків з країнами Європи та СОТ висуває нові пріоритети та завдання. Вступ України до СОТ, з однієї сторони, сприяв збільшенню торговельних потоків між вітчизняними підприємствами та країнами ЄС, з іншої, посилив необхідність акцентувати увагу на відповідності вироблених товарів вітчизняними підприємствами вимогам міжнародного рівня [1, с.77].

Однією з важливих сфер промислової діяльності України є легка промисловість. Підприємства легкої промисловості є багато профільними структурними виробничими одиницями, які здатні забезпечувати широкий спектр споживчих товарів населення, сприяти працевлаштуванню та добробуту населення не тільки на вітчизняному ринку, а і закордоном. Тому, опираючись на міжнародне та регіональне співробітництво досить велику увагу необхідно приділяти саме для цієї галузі через призму експортно-імпортної взаємозалежності вітчизняних підприємств легкої промисловості від співробітництва з іноземними партнерами [2, с.165].

В умовах приналежності України до СОТ питання експортно-імпоротної діяльності вітчизняних підприємств легкої промисловості виступає одним з пріоритетних напрямів розвитку співробітництва з СОТ.

Протягом останнього періоду 2009-2012 рр. експортні операції були досить нестабільними та зростали досить нерівномірно. Аналогічна ситуація була притаманна і для імпорту. Найбільші обсяги виробництва у більшості видів продукції підприємств легкої промисловості були зафіксовані у до кризовий період 2008 року. Дану тенденцію можна підтвердити тим, що протягом періоду 2008-2012 рр. обсяги виробництва скорочувалися та темпи позитивного зростання спостерігалися тільки з декількох видів продукції легкої промисловості таких як: вироби панчішно-шкарпеткові трикотажні машинного чи ручного в'язання; сукні та сарафани жіночі; взуття; чоловічі пальта, на півпальта, накидки, плащі, куртки теплі та аналогічні вироби [3].

На думку автора, дану тенденцію, можна пояснити тим, що існують декілька чинників, які характеризують сучасний стан розвитку експортно-імпорتنних операцій вітчизняних підприємств легкої промисловості. Дані чинники притаманні як і для внутрішнього, а так для зовнішнього виробництва галузі:

- по-перше відбувається скорочення внутрішнього попиту та підвищення ролі імпортової продукції на ринку, що свідчить про низьку конкурентоспроможність вітчизняної продукції не тільки на внутрішньому ринку, а і на зовнішньому ринку;

- відсутність належної вітчизняної матеріальної та сировинної бази для виробництва продукції, що зумовлює перехід більшості підприємств на виробництво по давальницькій схемі виробництва;

- ускладненість вимог зовнішнього ринку, які зазначені в міжнародних стандартах щодо виробництва продукції, що не тільки підвищує витрати виробництва, а і ускладнює процес виробництва продукції на іноземний ринок.

Найважливішим чинником, який гальмує розвиток експортно-імпоротної діяльності вітчизняних підприємств легкої промисловості та водночас важливим способом виживання в сучасних умовах є відсутність належної матеріально-сировинної бази. Вітчизняні підприємства легкої промисловості по причині відсутності належної матеріально-сировинної бази були змушені виходити на іноземний ринок та розвивати експортно-імпортну діяльність за рахунок низької ціни за їхню працю. Тому, зовнішньоекономічна діяльність більшості підприємств Європи пов'язані з постачанням матеріалів та сировини для вітчизняних підприємств на заздалегідь передбаченій та необхідній для зовнішнього споживача основі.

Таким чином, розвиток експортно-імпорتنних операцій вітчизняних підприємств легкої промисловості в сучасних умовах існування знаходиться під впливом обумовлених чинників, які на жаль, більше стримують їх розвиток, а ніж сприяють його позитивному зростанню.

Література

1. Максименко І. О., Бокій В. І. Легка промисловість України : сучасний стан та перспективи розвитку / І. О. Максименко, В. І. Бокій // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 3 (Т.2). – С. 77-80.
2. Носова Н. І., Сараєва І. М. Стратегічні напрямки підтримки легкої промисловості України в умовах лібералізації міжнародної торгівлі / Н. І. Носова, І. М. Сараєва // Економічні інновації. – 2012. – № 47. – С. 165-177.
3. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://ukrstat.org>

5. СУЧАСНІ ТЕХНОЛОГІЇ УПРАВЛІННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Лігоненко Л.О.

д.е.н., професор

Київський національний торговельно-економічний університет (Україна)

СТЕЙКХОЛДЕРСЬКА ТЕОРІЯ ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ В ЕКОНОМІЧНОМУ УПРАВЛІННІ ПІДПРИЄМСТВОМ

Створення передумов для довгострокової та успішної життєдіяльності підприємств в сучасних умовах господарювання потребує запровадження спеціально організованої системи економічного управління підприємством, яке акцентує свою увагу як на створенні умов для досягнення його стратегічних цілей завдань, так і дотримання функціональних параметрів довгострокової життєздатності.

Одним з базових теоретичних підґрунть економічного управління підприємства є теорія стейкхолдерів або стейкхолдерська теорія фірми (англ. stakeholder concept, stakeholder theory) – один з теоретичних напрямків у менеджменті, який формує і пояснює стратегію розвитку фірми з точки зору врахування інтересів так званих стейкхолдерів (зацікавлених сторін).

Теорія стейкхолдерів виникла як один з підходів до вирішення дилеми (проблеми вибору), яка часто постає перед сучасними підприємствами та їх менеджментом: «дохідність або відповідальність». Базовим постулатом теорії стейкхолдерів є твердження про те, що успіх підприємства вимірюється ступенем задоволеності всіх зацікавлених сторін (стейкхолдерів), а не тільки акціонерів. Менеджмент фірми, яка прагне довести свою соціальну відповідальність, завоювати (або підтвердити) свою легітимність (моральне право на існування), повинен вести справи так, щоб інтереси перерахованих стейкхолдерів не порушувалися.

Теорія стейкхолдерів дозволяє переосмислити процес створення цінності підприємства, завдяки її впливу відбувається перехід від вартості для акціонерів до вартості для стейкхолдерів, що складається з індивідуальних вигод кожного стейкхолдера. Відносини зі стейкхолдерами визнаються найважливішим активом підприємства (активом відносин), джерелом його організаційного багатства.

Підприємства, орієнтовані на стейкхолдерів, мають більше шансів на стабільне стійкий розвиток і, як наслідок, зростання вартості для акціонерів. Сталий розвиток передбачає більшу визначеність щодо майбутнього підприємства, тобто можливість прогнозування грошових потоків і застосування більш низької ставки дисконтування при оцінці вартості; зниження вартості позикових коштів і, як наслідок, вартості акціонерного капіталу.

Для реалізації в процесі економічного управління постулату про необхідність врахування інтересів стейкхолдерів необхідно:

1) ідентифікувати стейкхолдерів та класифікувати їх на групи, визначити їх інтереси з точки зору значущості (влади), легітимності, терміновості, зрілості;

2) оцінити внесок відповідної групи стейкхолдерів у формування і можливість зміни ринкової вартості підприємства;

3) оцінити «активи відносин» підприємства та розробити систему заходів щодо їх найкращого використання;

4) обґрунтувати стратегію поведінки підприємства по відношенню до різних груп стейкхолдерів, розробити систему методів гармонізації їх цілей (інтересів) з цілями (інтересами) підприємства.

Оцінка даних характеристик проводиться в процесі стейкхолдерського аналізу (stakeholder analysis) – нового напрямку в аналітичній роботі підприємства.

Аналіз стейкхолдерів включає в себе ідентифікацію та систематизацію основних стейкхолдерів в групи; оцінку цілей та інтересів кожної групи, визначення набору характеристик, притаманних кожній виявленій групі стейкхолдерів. Результати такого дослідження є необхідною інформаційною базою для визначення критеріїв (оціночних показників), а також стратегії взаємодії зі стейкхолдерами.

Методичні підходи до проведення такого аналізу дуже різноманітні і широко представлені в літературі, особливо західній. Так, на сайті «Stakeholder Analysis, Project Management, templates and advice // stakeholdermap.com» представлено відео-підручник і шаблон проведення аналізу стейкхолдерів підприємства, що передбачає побудову «Карти стейкхолдерів». Оприлюднено і перший позитивний досвід використання даного інструментарію в російській та українській бізнес-практиці.

Управління стейкхолдерами передбачає безпосередній вплив на стейкхолдерів шляхом здійснення комунікацій, проведення переговорів, налагодження контактів і відносин з ними, мотивування їх поведінки з метою визначення найбільшої вигоди для підприємства. Проведення аналізу стейкхолдерів створює інформаційно-аналітичне підґрунтя для вибору інструментарію здійснення цієї роботи.

Базові виконавчі інструменти економічного управління – оціночна система і система бюджетування – повинні повною мірою враховувати вимоги (інтереси) стейкхолдерів з урахуванням їх важливості та пріоритетності, визначені у процесі проведення стейкхолдерського аналізу.

Інтереси стейкхолдерів трансформуються в систему цільових показників та соціальних нормативів, які використовуються в процесі оцінювання стану підприємства, бюджетування всіх аспектів діяльності підприємства, мотивування менеджерів і співробітників підприємства в системі колективних та індивідуальних ключових показників результативності.

Тільки завдяки такій позиції підприємство замість ворожого зовнішнього середовища отримує максимальну лояльність та сприятливість, що і забезпечує необхідні умови для його сталого функціонування і розвитку.

СИСТЕМИ ОЦІНЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА ЯК ІНСТРУМЕНТ ЕКОНОМІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЙОГО ДІЯЛЬНІСТЮ

Сучасний етап розбудови системи управління підприємствами в Україні потребує підвищення уваги до економічної складової управління, впровадження в практику господарювання економічного управління підприємством. В нашому розумінні це один з спеціальних та координуючих видів управління, який базується на засадах концепції контролінгу, передбачає цілеспрямований вплив на об'єкти управління (ресурси, результати та інтегральні характеристики стану підприємства та його структурних підрозділів (ЦФВ)) переважно з використанням економічного інструментарію (економічних методів та прийомів), розробку та підтримку (забезпечення) виконання планів розвитку (діяльності), спрямованих на досягнення визначених стратегічних цілей (передумов та факторів зростання цінності (вартості) підприємства) та постійну життєздатність підприємства, тобто можливість довгострокового та успішного функціонування.

Серед інструментарію економічного управління, який є достатньо різноманітним, одне з базових місць, на наш погляд, займають системи показників діяльності підприємства або оціночні системи.

Значимість цих систем обумовлюється їх роллю в процесі економічного управління підприємством:

1. Саме в об'єкти оціночних систем – показники – транлюються (перетворюються) стратегічні цілі та прагнення підприємства (цільовий стан), вимоги щодо підтримки функціональних параметрів життєздатності (функціональний стан), дотримання яких є необхідною передумовою існування та розвитку підприємства.

2. Саме з врахуванням визначених показників будується система управлінського обліку, що дозволяє в режимі реального часу, з необхідним ступенем достовірності відстежувати їх поточні значення, а отже, стан підприємства.

3. Саме ці показники мають бути передбачені в системі бюджетування підприємства, яка в сучасному розумінні визнається не тільки системою фінансового планування, а й комплексного управління досягненням стратегічних цілей за допомогою бюджетів (бюджетне управління).

4. Саме на основі порівняння фактичного та цільового значення встановлених показників визначається необхідність та ідентифікується зміст управлінських впливів, які мають бути здійснені для ліквідації «розриву» та приведення системи в життєздатний та цільовий стан.

5. Саме показники оціночної системи мають бути покладені в основу колективного та індивідуального стимулювання, яке є необхідним інструментом для мінімізації «розривів» та досягнення цільових параметрів

діяльності. З цією метою показники оціночної системи мають бути перетворені в систему індикаторів оцінювання діяльності структурних підрозділів (центрів економічної відповідальності) та окремих працівників підприємства.

Тобто оціночна система являє собою інструмент координації різних функцій менеджменту щодо об'єктів економічного управління. Логічна та змістовна узгодженість систем управлінського обліку, бюджетування, мотивації та контролю дозволяє реально реалізувати прагнення (вимогу) щодо переходу від поточного до необхідного стану підприємства, який обумовлюється функціональними та цільовими параметрами його функціонування.

Як відомо, останні десятиріччя виявилися революційними, обумовили переосмислення традиційної системи оцінювання (орієнтованої виключно на фінансові результати діяльності) та розробку пропозицій щодо різноманітних інноваційних підходів до оцінювання стану підприємства на основі збалансованої системи показників (СЗП).

Їх ключовою ознакою є усвідомлення нової ролі та призначення підприємства в суспільстві. Це обумовлює необхідність дотримання підприємством комплексу характеристик, включення до складу оціночної системи різноманітних «нефінансових показників», які є віддзеркаленням оцінки підприємства з позицій не тільки власника (інвестора), а й інших груп зацікавлених сторін (стейкхолдерів): клієнтів, постачальників, персоналу, кредиторів, державних та соціальних інститутів тощо.

Найбільш популярною в теперішній час, хоча не єдиною можливою, є система збалансованих показників, розроблена в 1990 р. Дейвідом Нортоном та Робертом Капланом. Назва системи відображає ту рівновагу, яка зберігається між короткостроковими і довгостроковими цілями, фінансовими та нефінансовими показниками, основними і допоміжними параметрами, а також зовнішніми і внутрішніми чинниками діяльності підприємства. СЗП зберігає традиційні фінансові параметри, які відображають історичний аспект вже виконаних дій. Це, безсумнівно, важливо для підприємств, які знаходяться на початковій стадії розвитку, для яких інвестиції в довгострокові потенційні можливості і взаємовідносини з клієнтами та іншими групами стейкхолдерів не є визначальними з точки зору досягнення успіху. Однак такі фінансові критерії не підходять для управління та оцінки діяльності компаній, яка спрямована на створення вартості за допомогою інвестування в клієнтів, постачальників, працівників, виробництво, технологію та інноваційні проекти. СЗП доповнює систему фінансових параметрів, які вимірюють «минуле», системою оцінок, які обумовлюють «потенціал майбутнього». Головне призначення СЗП полягає у трансляції стратегії в набір стратегічних показників, які визначають як передумови, так і чинники, необхідні для успішного досягнення стратегічних цілей.

Показники, які включені в до складу СЗП стають об'єктами обліку, бюджетування, контролю, що і забезпечує постійну увагу до їх рівня, а отже, опосередковано, створює підґрунтя для реалізації стратегії розвитку.

Robul Y.
Ph.D, Associate Professor
I. Mechnikov National University in Odessa (Ukraine)

FOSTERING COMPETITIVENESS OF AN ENTERPRISE BY DEVELOPING ITS INFORMATIONAL CAPABILITIES

In the framework of Resource Based View (RBV) competitiveness of an enterprise is determined by possession of resources, satisfying simultaneously four basic requirements: valuable, rarity, being imperfectly imitable, and absence of equivalent substitutes [1, p.24, 85; 2, p.101; 3]. However, it is difficult for many firms with limited internal resources to meet these conditions. Hence, it is essential that different resources be cost-effectively combined and gainfully used for achieving competitive advantage. This, in turn depends upon a firm's capabilities or core competences.

In today's economy information is often regarded as a unique and valuable, sometimes crucial resource. Consequently, the potential of capabilities of proceeding information to provide enterprises with competitive advantage has become a topic of interest for many scholars and practitioners. Information capabilities (IC) are defined as a firm's ability to advantageously use information and communication technology functions or applications in their business activities, such as, e-mails, website, e-commerce, web conferencing, intranet, extranet and other business-related technological tools [4, p.322].

However, simple investments in development of IC or related processes are insufficient for creating of competitive advantage since competitors can easily imitate it. Thus investing in IC does not inevitably lead to competitive advantages. Therefore, when investigating IC, the point of attention should be put on whether business is able to create unique informational resources and skills that may lead to superior performance.

There may be defined three key aspects of advantageous use of IC: internal use; use for collaboration, and use for communication.

Internal use means that development of IC may lead development of efficient processes and activities that reduce the cost of production. Firms are also able to improve their document handling and use financial and accounting applications, which further helps them to achieve internal efficiency IC is also viewed as an important tool for environmental scanning, keeping check on competitors, checking for new ideas, etc. This enhances the firm's ability to take calculated risks that can translate into successful strategic plans [5].

Use for collaboration: IC has a profound impact on technological links between the firm and its partners, including customers, competitors and other public. Electronic data interchange; networks and other information systems keep a stable connection with the trading partners; it fosters sharing of knowledge and better performance in trade exchange.

Use for communications: due to well developed IC, firms can use distance-spanning in their workflow that permits not only to further reduce costs of operations,

but to include more partners in business and sharing of risks. This aspect has a positive impact on a firm's communication with its trading partners.

References

1. Penrose E. T. *The Theory of the Growth of the Firm*. 3rd Edition, Reprinted. / Penrose E. T. — New York: Oxford University Press, 1995. — 296 p.
2. Barney J. B. Resource-Based Theories of Competitive Advantage: a Ten-Year Retrospective on the Resource-Based View / Barney J. B. // *Journal of Management*. — 2001. — Vol. 27, № 6.— p. 643-650.
3. Barney J. Firm resources and sustained competitive advantage / Barney J. // *Journal of management*. — 1991. — Vol. 17, № 1.— pp. 99-120.
4. Matlay H. Adoption of ICT and e-commerce in small businesses: an HEI-based consultancy perspective / Matlay H., Addis M. // *Journal of Small Business and Enterprise Development*. — 2003. — Vol. 10, № 3.— pp. 321-335.
5. Wagner B. A. E-business and e-supply strategy in small and medium sized businesses (SMEs) / Wagner B. A., Fillis I., Johansson U. // *Supply Chain Management: An International Journal*. — 2003. — Vol. 8, № 4.— pp. 343-354.

Бабій О.М.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПІДВИЩЕННЯ ВАРТОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ШЛЯХОМ ВИХОДУ НА ФОНДОВІ РИНКИ

В Україні вже не перший рік кажуть про IPO (від англ. Initial Public Offering – первинна публічна пропозиція), тобто пропозиція інвесторам стати акціонерами компанії. Остання прагне продати пакет своїх акцій (як правило, невеликий, але близький до блокуючого) інвесторам на біржі, як з метою отримання фінансового вливання для розвитку, так і для того, щоб за котируваннями акцій на біржі визначити свою капіталізацію чи реальну ринкову вартість. Ще одна мета – публічність (підвищення свого інвестиційного рейтингу для отримання доступу до інших недорогих джерел фінансування) [1, с.7].

Однак масове виведення акцій вітчизняних компаній на міжнародні фондові ринки ніяк не зафіксоване, а в період поточної економічної кризи немає навіть надії на позитивну тенденцію: на сьогоднішній день, на світові фінансові ринки свої акції вивели всього сім українських підприємств (у Росії – кілька десятків).

Незважаючи на це, IPO – це, безумовно, одна з найбільш гарячих тем в українському бізнесі, а також в бізнесі країн ближнього зарубіжжя, навіть незважаючи на кризу. Свідчення цього – численні статті в періодичних виданнях, присвячені даній темі, а також постійне проведення заходів щодо зазначеної проблематики. Так, в м. Київ на громадських засадах створений і

функціонує Національний комітет ІРО, куди входять визнані експерти українського та міжнародного бізнесу [2].

В останні роки аналізом можливостей виходу підприємств на фондові ринки займалися вітчизняні та закордонні автори. Серед вітчизняних і закордонних учених заслуговують на увагу роботи В. Кукса, В. Селика, Г. Росса, А. Грегори, А.В. Лукашкова, С.В. Гардина, Г. Грега, Т. Коупленда та ін. Всі ці автори присвятили свої роботи залученню інвестиційних ресурсів на підприємства шляхом виходу на фондові ринки.

В той же час ще залишилися невирішеними деякі питання стосовно механізму ІРО, не до кінця розглянуті всі переваги та недоліки даного бізнес-ходу, не виявлені всі фактори, що впливають на вартість цього процесу та ін.

Численні переваги цього бізнес-ходу роблять його нині модним стандартним стратегічним рішенням успішних компаній. Основними перевагами цього процесу є:

1. **Підвищення статусу компанії.** Автоматичне підвищення статусу компанії, рейтингу довіри (в тому числі кредитного) за рахунок проведення міжнародного аудиту і повної публічності інформації про діяльність компанії

2. **Ріст потенційного обсягу інвестування.** Доступ до більш ємного (в сотні разів) фондового ринку, ніж внутрішній український.

3. **Безвідсоткове фінансування.** Можливість уникнути зовнішнього боргового тягаря при залученні додаткового фінансування, так як акціонерне фінансування не створює зовнішньої заборгованості і позбавляє від необхідності виплачувати відсотки.

4. **Більш висока ринкова оцінка.** Отримання реальної ринкової оцінки компанії, часто більш високою в порівнянні з українською. У підприємств з'являється можливість збільшити вартість підприємства за рахунок оцінки гудвілла.

5. **Створення ліквідного бізнесу.** Поява ознак динамічних змін структури володіння бізнесом. Поява в структурі власників тих учасників, які безпосередньо зацікавлені у володінні частиною саме цієї компанії.

6. **Залучення інвестицій (у формі акціонерного фінансування) при збереженні контролю над бізнесом.** Можливість зберегти контрольний пакет акцій і при цьому отримати значне фінансування.

7. **Доступ до дешевих кредитних коштів.** Можливість залучення позикових коштів за кордоном (набагато більш дешевих, ніж в Україні).

8. **Диверсифікація ризиків.** Зниження ризиків власників компанії за рахунок їх переведення в міжнародну сферу. [3, с.46].

Проте не слід забувати про ризики, яким піддаються власники компаній, що виходять на міжнародні фондові ринки:

- Необхідність дотримуватися правил публічності (відкритість і практично необмежений доступ до документації компанії).

- Розмивання контролю.

- Обов'язкова прозора структура вартості компанії.

- Процес є дорогим, довгостроковим і складним.

- Залежність кінцевих результатів від кон'юнктури та думки аналітиків/експертів.

- Істотні витрати після проведення IPO для підтримки іміджу і публічного статусу компанії [4, с.132].

З одного боку, вимоги можуть здатися досить жорсткими, з іншого, якщо придивитися до них уважно, виявиться, що, крім одного пункту (розмір компанії), всі інші – це просто характеристики успішного цивілізованого підприємництва, що має сильну стратегію розвитку і що претендує на міжнародний рівень якості ведення бізнесу.

Література

1. Грегориу Грег Н. IPO : опыт ведущих мировых экспертов / Грегориу Грег Н. – М.: Издательство Гревцова, 2008. – 624 с.

2. Кукса В. Це солодке слово IPO. Українські підприємства відкривають для себе спосіб інтеграції у світову економіку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : - <http://www.dt.ua>

3. Гвардин С. В. IPO : Стратегия и опыт российских компаний / Гвардин С. В. – М.: Вершина, 2007. – 262 с.

4. Никонова Н. А. Практическое руководство по публичному размещению акций / Никонова Н. А. – Спб. : Питер, 2008. – 352 с.

Борзенкова О.Д.

к.е.н., доцент

Одеський інститут фінансів УДУФМТ (Україна)

УДОСКОНАЛЕННЯ ОСНОВНИХ ЕЛЕМЕНТІВ ПОДАТКУ НА ПРИБУТОК ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНІ

Недоліки конструкції окремих елементів вітчизняного податку на прибуток підприємств спричиняють недостатньо ефективно його функціонування. Отже, з метою посилення фіскальної ролі (тобто бюджетоутворюючих та регуляторних ефектів) оподаткування прибутку мають бути здійснені заходи з удосконалення окремих складових податку. Для цього можуть бути використані і надбання зарубіжної практики, але адаптовані до вітчизняних умов [1, с.45].

Слід звернути увагу на те, що в українському політикумі та ділових колах після прийняття Податкового кодексу розгорілися досить жваві дискусії про необхідність змін до нього, у тому числі і в частині оподаткування прибутку підприємств. Почали з'являтися відповідні законопроекти. Однак, у більшості пропозицій проглядається відверте лобіювання бізнесових інтересів, що не завжди співпадають із суспільними і державними, а інколи навіть і прямо суперечать їм. Окремі ж містять раціональну суть. Якщо проаналізувати найбільш відомі і значимі проекти та ідеї, що були оприлюднені протягом

останніх років стосовно податку на прибуток підприємств, то всі вони можуть бути згруповані у дві групи:

– спрямовані на незначні уточнення норм Податкового кодексу з метою забезпеченні чіткості дій фіскальних служб, гарантування безумовного дотримання прав платників та виключення випадків одностороннього трактування вимог законодавства як контролюючими органами, так недобросовісними платниками;

– спрямовані на задоволення фінансових інтересів окремих потужних підприємств, фінансово-промислових груп і, насамперед, їхніх власників шляхом створення деяких можливостей легальної мінімізації платежів на користь держави (інколи навіть з одночасним виведенням коштів з української юрисдикції переважно в країни або території з офшорним статусом) [2, с.235].

Поряд з охарактеризованими, наявні також пропозиції щодо розширення переліку доходів, які не враховуються при оподаткуванні прибутку, або спектру дозволених до врахування витрат платників. Так, за чинними нормами, у випадку ліквідації чи зменшення статутного фонду юридичної особи-емітента повернення коштів або майна власнику корпоративних прав розцінюється доходом, що не бере участі у процесі визначення оподатковуваних прибутків отримувача (якщо такий доход не вищий вартості придбання акцій, часток, паїв). Але ж крім самого власника такі доходи можуть отримувати його правонаступники або спадкоємці. Тому цілком обґрунтованим є включення і їх до складу суб'єктів, що не повинні оподатковуватися за даною операцією [3, с.127].

Напрями подальшої модернізації вітчизняного податку на прибуток залежать від багатьох чинників, серед яких і зовнішньополітичний вектор. На перший погляд дане твердження видається перебільшеним, оскільки податкова політика вважається внутрішньою політикою кожної держави. Але тим, в які саме міжнародні економічні організації збирається інтегруватися країна та з якими інтернаціональними об'єднаннями вона у майбутньому співробітничатиме на пріоритетній основі, визначаються потреби гармонізації податкового законодавства [4, с.58]. Уніфікація загальних підходів до формування механізму оподаткування прибутку підприємств із розвиненими західними країнами перш за все актуалізує проблему забезпечення єдиного принципу визначення платників (на основі виключення з їх складу не корпоративованих суб'єктів, заснованих одним власником). Впровадження цієї пропозиції дозволило б отримати стимулюючий ефект: одноосібні підприємства, що переважно є суб'єктами малого бізнесу, одночасно мали б змогу користуватися організаційно-правовою формою юридичної особи (що має низку переваг у кредитно-розрахунковій сфері) та оподатковуватися за більш лояльними (як у фіскальному, так і в адміністративному сенсі) умовами. Враховуючи, що з 1 січня 2014 р. рівень ставок обох прибуткових податків в Україні практично вирівнюється, втрат бюджету починаючи із зазначеної дати, не слід очікувати. Пожвавлення ж економічної активності у сфері малого бізнесу (в результаті таких стимулюючих заходів) імовірно викличе нарощування загальних податкових надходжень бюджету [1, с.265].

Підпорядкування процесу модернізації податку на прибуток меті регулювання, і зокрема, забезпечення стимулюючого впливу щодо економічного розвитку, вимагає, на нашу думку, також перегляду системи ставок. Досвід багатьох західних країн демонструє використання для цього прогресивної шкали або комбінування елементів прогресії та регресу. Звичайно, побудова такої шкали вимагає окремого глибокого дослідження, результати якого дали б можливість згрупувати господарюючих суб'єктів за рівнем прибутковості. На сьогодні бракує статистичної бази для відповідного дослідження. Однак, на першому етапі існує можливість провести розрахунки за спрощеним алгоритмом.

Література

1. Соколовська А. М. Податкова система держави : теорія і практика становлення / А. М. Соколовська. – К.: Знання-Прес, 2004. – 454 с.
2. Податкова система України : Навчальний посібник / [Азаров М. Я., Колесніков Б. В., Ярошенко Ф. О. та ін.]; за заг. ред. М. Я. Азарова. – К.: Міністерство фінансів України, Національний університет державної податкової служби України, 2011. – 656 с.
3. Податкова політика : теорія, методологія, інструментарій : Навчальний посібник / [Під ред. Ю. Б. Іванова, І. А. Майбурова]. – Харків : ВД «ІНЖЕК», 2010. – 492 с.
4. Погорлецкий А. И. Внешние факторы формирования национальной налоговой политики / А. И. Погорлецкий. – СПб. : Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2004. – 204 с.

Горова К.О.

к.е.н., доцент

Харківський національний автомобільно-дорожній університет (Україна)

АНАЛІЗ ПІДХОДІВ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ АУТСОРСИНГУ

Забезпечення ефективної взаємодії суб'єктів господарювання вже давно є актуальним питанням економічної науки. Бажання підприємств зосередити свою діяльність на якомусь одному, головному напрямку привели до розвитку спеціалізації виробництва та кооперації. Розвиток кооперації сприяв виникненню об'єднань підприємств, їх кластерів, фінансово-промислових груп, франчайзингу, субпідряду. Нещодавно перелік способів кооперації доповнився ще одним засобом взаємодії підприємств – аутсорсингом.

Не зважаючи на те, що аутсорсинг як економічне явище виник на початку ХХ ст. в США, пов'язана з ним термінологія залишається все ще не розробленою остаточно, оскільки об'єктом дослідження вчених аутсорсинг став лише наприкінці у 90-х рр. ХХ ст. Тому необхідним є, перш за все, аналіз підходів до визначення поняття аутсорсингу та виявлення основних його характеристик.

Термін (англ. «outsourcing») дослівно означає "використання зовнішніх джерел" і часто перекладається як "кооперація", "субпідряд" і навіть "делегування функцій управління, повноважень і відповідальності в рамках поставлених завдань". Проте, такий переклад не є досить точним. Найчастіше під аутсорсингом розуміють передачу неосновних функцій або бізнес-процесів деякого суб'єкта господарювання і всіх пов'язаних з ними активів в управління професійному підряднику (аутсорсеру).

І.С. Грозний вважає, що 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 [1, с.47]. Аналогічної думки дотримується й А. Фурцік, вважаючи, що аутсорсинг – це відмова від власного бізнес-процесу та придбання послуг з реалізації цього бізнес-процесу в сторонній організації.

Оскільки послуги надаються на платній основі, А.Г. Загородній, Г.О. Партин наголошують на тому, що бізнес-процеси передаються виконавцям за умови гарантування ними відповідного рівня якості та ефективності їх виконання. Такий підхід до визначення аутсорсингу є вірним, проте, не показує різниці між аутсорсингом та іншими формами кооперації, наприклад субпідрядом. Більш повним є визначення Т.С. Овчаренко, згідно якого аутсорсинг – це форма співробітництва, яка визначена договором підрядника, коли співробітники однієї організації (постійні або спеціально найняті) працюють в іншій організації, підкоряючись менеджерам організації замовника [2, с.274]. Автор наголошує на тому, що аутсорсинг є формою співробітництва та партнерства між підприємствами.

В сучасних умовах на аутсорсинг передається не лише окремий бізнес-процес або функція. Залучення аутсорсера замінює утримання на підприємстві деяких його підрозділів. На думку Дж.Б. Хейвуда, найпоширенішим визначенням аутсорсингу є «передання внутрішнього підрозділу або підрозділів підприємства і всіх пов'язаних з ним активів в організацію постачальника послуг, що пропонує надавати деяку послугу протягом визначеного часу за погодженою ціною» [3, с.40]. Така форма кооперації впливає на зміну організаційної структури підприємства.

С. Непіхіна стверджує, що аутсорсинг є способом кооперування, однак на відміну від інших способів – підряду, субпідряду та сервісного обслуговування – аутсорсинг є стратегією управління компанією, а не видом партнерської взаємодії. Аутсорсинг передбачає певну реструктуризацію виробництва корпорації та її зв'язків [4, с.49]. З автором погоджуються, вважаючи аутсорсинг стратегією підприємства, Б.А. Анікін та І.Я. Максименко.

Існують підходи до визначення поняття аутсорсингу і з точки зору мети його застосування. С. Пушкин, Н.М. Шмиголь розглядають аутсорсинг як метод оптимізації діяльності суб'єкту господарювання. О.І. Микало, Р.С. Інсинга, М.Дж. Верле, Л.А. Богун вважають, що головною метою

аутсорсингу є підвищення конкурентоспроможності підприємства. В.В. Висоцький розглядає аутсорсинг як технологію менеджменту безпеки підприємства. Ю.В. Диких визначає сутність аутсорсингу як інструмента забезпечення стійкості підприємства.

Таким чином, проаналізувавши думки вчених щодо визначення поняття аутсорсингу, можна виділити такі його основні характеристики: аутсорсинг представляє собою форму кооперації суб'єктів господарювання; аутсорсинг передбачає передачу одним підприємством бізнес-процесів або навіть структурних підрозділів іншому підприємству на виконання на платній основі; аутсорсинг дозволяє досягнути конкурентних переваг підприємства; аутсорсинг є частиною загальної стратегії підприємства і має довгостроковий характер, а його учасники стають партнерами на тривалий термін.

Література

1. Грозний І. С. Використання аутсорсингу у процесі досягнення конкурентних переваг промисловим підприємством / І. С. Грозний // Економічний вісник НГУ. – 2009. – № 1. – С. 47-51.

2. Овчаренко Т. С. Розвиток аутсорсингу в галузі інформаційних технологій у вітчизняних компаніях / Т. С. Овчаренко // Теоретичні та прикладні питання економіки : збірник наукових праць. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет». – 2011. – Вип. 24. – С. 273 - 280.

3. Хейвуд Дж. Брайан. Аутсорсинг : в пошуках конкурентних переваг ; пер. с англ / Дж. Брайан Хейвуд. – М.: Изд. дом «Вільямс», 2004. – 176 с.

4. Липихина С. Н. Роль аутсорсинга в мировій економіці / С. Н. Липихина // Вісник Томського Государственного университета. – 2007. – № 300 (II). – С. 49-53.

Гура О.Л.

к.е.н., доцент

Одеський інститут фінансів УДУФМТ (Україна)

УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНИМ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВ ПАЛИВНО-ЕНЕРГЕТИЧНОГО КОМПЛЕКСУ

Забезпечення енергетичної безпеки промислових підприємств України багато в чому залежить від ефективного управління паливно-енергетичним комплексом. З огляду на це нагальним питанням політики нашої держави є сьогодні відродження паливно-енергетичного комплексу країни й врахування загальних тенденцій розвитку паливно-енергетичних комплексів у державах світу при формуванні нової системи ресурсного забезпечення енергетики країни з мінімізацією і диверсифікацією закордонних поставок палива. Активізація процесів забезпечення власними енергоресурсами сприяє не тільки енергобезпеці й енергоефективності країни, а й енергозбереженню та

екологічній гармонізації розвитку суспільного виробництва, що обумовлює актуальність дослідження окреслених питань, проблем і перспектив відродження паливно-енергетичного комплексу України.

В умовах досить складної ситуації з енергетичними ресурсами у світі зростає роль альтернативних джерел енергії. Такими джерелами відповідно до закону України «Про альтернативні джерела енергії» (№ 555-IV від 20.02.2003 р) є енергія сонячного випромінювання, вітру морів, річок, біомаси, теплоти Землі та вторинні енергетичні ресурси, які існують постійно або виникають періодично у довкіллі і їх енергія може бути перетворена в корисну роботу [1].

Розвиток нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії (ВДЕ) є важливим фактором підвищення рівня енергетичної безпеки, зниження використання викопних паливних ресурсів (у тому числі імпортованих), розвитку промисловості і сільського господарства, збільшення зайнятості населення в секторах економіки, пов'язаних із використанням ВДЕ, а також зниження негативного впливу енергетики на навколишнє середовище й підвищення якості життя громадян.

Незважаючи на те, що на сьогодні ВДЕ є, найчастіше, економічно більш витратними, ніж традиційні джерела енергії й види палива, передбачається, що разом із майбутнім розвитком технологій собівартість енергії на базі ВДЕ буде знижуватися, і їх виробництво ставатиме дедалі більш рентабельним.

Загальний потенціал використання альтернативних джерел енергії в Україні до 2030 р. оцінюється приблизно в 25 ТВт·год електроенергії на базі ВДЕ і близько 2 млн. т біопалив [2, с.106].

Напрямок стратегічного розвитку ВДЕ в області енергетики у країні має відповідати основним принципам Європейського співтовариства в області енергетики, відображеним у Зеленій книзі «Європейська стратегія постійної, конкурентоспроможної та безпечної енергетики» (Брюссель, 8.3.2006. СОМ (2006) 105) [3], зокрема, вибору курсу на розширення використання відновлюваних джерел енергії.

Цільовий показник сукупної потужності нетрадиційної й відновлюваної енергетики в Україні до 2030 р. складе не менше 10% від установленної потужності, або 5-7 ГВт (10-12 ГВт включаючи великі ГЕС), а обсяг вироблення – 11-16 ТВт·год (23-28 ТВт·год включаючи великі ГЕС). Прогноз динаміки використання ВДЕ до 2030 р. у базовому сценарії представлений в табл.

Таблиця

Динаміка вироблення електроенергії з нетрадиційних і відновлюваних джерел енергії в 2010-2030 рр., ТВт·год [2]

Вітрогенерація	2010	2015	2020	2025	2030
	0,1	0,6	1,9	3,8	7,4
Сонячна генерація	<0,1	0,3	0,8	1,4	2,6
Малі ГЕС	0,2	0,4	0,7	1,3	2,1
Біогенерація	<0,1	<0,1	0,2	0,2	0,3
Генерація з інших ВДЕ	<0,1	<0,1	<0,1	0,1	0,2
Разом, вироблення із ВДЕ	<0,4	<1,4	3,6	6,8	12,6

Для часткового заміщення природного газу в якості джерела енергії розглядається можливість розвитку виробництва теплової енергії на базі ВДЕ, у тому числі на основі технології прямого спалювання біомаси (в основному, у вигляді деревини та відходів сільського господарства), використання геотермальної енергії, сонячних колекторів, а також теплових насосів. Розвиток цих видів генерації тепла в Україні перебуває на початковому етапі: сукупний обсяг виробництва теплової енергії не перевищує 1 млн. Гкал [4].

На сьогодні стримуючим чинником розвитку цього напрямку найчастіше є висока вартість генерації енергії, яка обмежує доцільність цих проектів. Проте передбачається, що в майбутньому, у міру розвитку технологій, собівартість теплової енергії на базі ВДЕ знижуватиметься, і їх виробництво ставатиме дедалі більш рентабельним.

Література

1. Закон України «Про альтернативні джерела енергії» N 555-IV від 20.02.2003 р. // Відомості Верховної Ради України (ВВР).– 2003. – № 8. – с. 94.
2. Енергетична стратегія України на період до 2030 року [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.zakon.rada.gov.ua/signal/kr06145a.doc>
3. Тарнавский В. Что мешает внедрению энергосберегающих технологий в промышленности [Електронний ресурс]. / В. Тарнавский – Режим доступу : <http://www.profinews.com.ua/c225758200614cc9/>.
4. Інформація Міністерства палива та енергетики України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://mpe.kmu.gov.ua/fuel/control/uk/index>

Капильцова В.В.

к.е.н., доцент

Донецький університет економіки та права (Україна)

ДО ПИТАННЯ КОНСАЛТИНГОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Світова економіка початку ХХІ ст. характеризується кардинальними змінами у визначенні подальших напрямків соціально-економічного прогресу. Соціально-економічний прогрес, цивілізаційний розвиток суспільства у комплексі своїх складових та характеристик обумовлюють необхідність переосмислення сутності прогресу, його цілей та системи цінностей.

Загальноцивілізаційні пріоритети та ринковий конкурентний характер сучасних економічних відносин, зокрема в Україні, в умовах обмеженості економічних ресурсів об'єктивно змушують ставити питання про такий їх ефективний розподіл, який надасть можливість якнайефективніше їх використовувати, максимізувати прибуток підприємств, отриманий в результаті будь-якого виду економічної діяльності. Сьогодні саме інформація як ресурс може використовуватися будь-яким підприємством, яке нею володіє, вона може

і додатково концентруватися завдяки використанню сучасних форм її мобілізації, однією з яких є консалтинг.

На сучасному етапі розвитку суспільства консалтинг є надзвичайно важливим елементом ринкової інфраструктури розвинених країн світу. Становлення та розвиток консалтингу в Україні зумовлені процесами ринкової трансформації національної економічної системи, реформуванням відносин власності, започаткуванням інституту підприємництва. Причому поступове надбання вітчизняним бізнесом рис цивілізованої діяльності потребує відповідної професіоналізації консалтингу. Сучасні українські менеджери підприємств та підприємці чітко усвідомлюють необхідність такого консультування, при якому фахівець-консультант здійснює не лише локальне вирішення вузьких господарських проблем підприємства, але і поглиблено займається комплексними питаннями його стратегічного розвитку [1, с.154].

Суттєві зміни, що відбуваються у вітчизняній та світовій практиці управління підприємствами, передусім в кризових умовах трансформування економіки, зумовили різноманітні глобальні економічні процеси: посилення міжнародної технологічної конкуренції, прискорення темпів науково-технологічного розвитку, науково-технічні зміни та інтелектуалізацію основних факторів виробництва. З урахуванням сучасних світових тенденцій розвиток економіки України безпосередньо пов'язаний із генеруванням нових знань та забезпеченням їх впровадження в діяльність сучасних підприємств. Однією з передумов розвитку інтелектуального потенціалу підприємств України є формування ефективного організаційно-економічного механізму їх консалтингового забезпечення, який має сприяти підвищенню конкурентоспроможності підприємств-замовників на основі підвищення якості надання консалтингових послуг. Причому важливим аспектом даної організаційно-економічної взаємодії має бути покращення фінансово-економічних показників діяльності підприємств-замовників.

Необхідність своєчасної адаптації підприємств України до сучасних економічних умов господарювання зумовила певний дослідницький інтерес до управлінського консультування як виду професійної підприємницької діяльності. Поширення та подальший розвиток консалтингу в Україні пов'язані, перш за все, з потребою швидкого впровадження у господарську практику нових теоретичних досягнень у сфері економіки та управління. Цей факт наочно підтверджується дослідженнями теоретичних засад та прикладних аспектів консалтингу вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами.

Безумовно, основою сучасного економічного зростання України є зміщення акцентів науково-технічного розвитку у напрямі підвищення інтелектуалізації основних факторів виробництва. Відповідно до цього, на наш погляд, слід зосередити увагу на необхідності формування ефективного організаційно-економічного механізму консалтингового забезпечення сучасних підприємств України, який сприятиме підвищенню їх конкурентоспроможності на основі забезпечення високої якості надання консалтингових послуг, зокрема в умовах кризи.

Аналіз сучасних підходів до класифікації консалтингових послуг дозволив визначити основні напрямки, за якими надаються консалтингові послуги, а саме: маркетинг, аналітична діяльність, прогнозування, ревізія, вдосконалення господарської діяльності, комплексний консалтинг [2, с.89]. При цьому узагальнення наукових розробок з розвитку ринку консалтингових послуг, на нашу думку, дозволить визначити організаційно-економічні передумови ефективної взаємодії консалтингових компаній та підприємств-замовників.

Зазначимо, що певний економічний ефект від такої організаційно-економічної взаємодії досягатиметься як за рахунок генерування знань консалтинговою компанією та управління новими знаннями підприємством-замовником, так і використанням нагромадженого обсягу знань в результаті цієї взаємодії консалтинговою компанією. Тільки за умов існування такого зворотного зв'язку обґрунтовується економічна доцільність у забезпеченні «трансферту знань» консалтинговою компанією із застосуванням інформаційно-комунікаційних технологій у повсякденні знання підприємства-замовника, які, у свою чергу, є фундаментом для нагромадження нових знань та їх подальшого використання в діяльності консалтингової компанії. Результативним наслідком впровадження даного механізму має бути підвищення ефективності консалтингового забезпечення сучасних підприємств України.

Отже, для визначення певних науково-методичних та практичних рекомендацій щодо формування організаційно-економічного механізму консалтингового забезпечення сучасних підприємств України необхідно: по-перше, визначити структуру організаційно-економічного механізму консалтингового забезпечення підприємств; по-друге, визначити основні організаційно-економічні передумови ефективної взаємодії консалтингової компанії та підприємств-замовників в контексті сучасних тенденцій соціального та економічного розвитку суспільства.

Література

1. Козаченко С. В. Консалтинг у сучасній ринковій економіці / С. В. Козаченко, В. Е. Новицький, О. С. Довгий / Інст. міжнар. економіки і міжнар. відносин НАН України. – К.: Арістей, 2006. – 380 с.
2. Блок Питер. Безупречный консалтинг : пер. с англ. / Питер Блок. – 2-е изд. – С.-Пб. : Питер, 2007. – 304 с.

**ЕКСПРЕС-ДІАГНОСТИКА ФІНАНСОВОГО СТАНУ ПІДПРИЄМСТВА
ЗА ДОПОМОГОЮ ЛІКВІДНОГО ГРОШОВОГО ПОТОКУ**

Однією з ознак за якою можна класифікувати грошові потоки підприємства – це можливість забезпечення платоспроможності підприємства. За даною ознакою виділяють два види грошового потоку: ліквідний і неліквідний.

Ліквідний грошовий потік є одним із показників, який характеризує фінансову стійкість підприємства. Він показує зміни в чистій кредитній позиції підприємства протягом певного періоду. Чиста кредитна позиція – різниця між сумою кредитів, отриманих підприємством і величиною грошових коштів [1, с. 119].

Загородній А.Г. дає наступне визначення поняттю ліквідного грошового потоку – грошовий потік, для якого співвідношення додатного (вхідного) (Пд) і від'ємного (вихідного) (Пв) потоків за певний час не є меншим від одиниці, тобто дотримано умови ($\frac{Пд}{Пв} \geq 1$), а неліквідний – грошовий потік, для якого співвідношення додатного (вхідного) (Пд) і від'ємного (вихідного) (Пв) потоків за певний час є меншим за одиницю, тобто дотримано умови ($\frac{Пд}{Пв} < 1$) [2, с. 703].

Ліквідний грошовий потік тісно пов'язаний з показником фінансового левериджа (важеля), який показує до якої межі діяльність підприємства може бути покращено за рахунок кредитів банків.

Ефект фінансового левериджу (ЄФЛ) розраховується за формулою:

$$ЄФЛ = (1 - C_{III}) \cdot (P_A - \bar{K}_C) \cdot \frac{ПК}{ВК}, \quad (1)$$

де C_{III} – ставка податку на прибуток, частка одиниці;

P_A – рентабельність активів, %;

\bar{K}_C – середня розрахункова відсоткова ставка за кредит, %;

$ПК$ – позиковий капітал;

$ВК$ – власний капітал;

$\frac{ПК}{ВК}$ – коефіцієнт заборгованості (фінансової залежності).

При позитивному значенні ЄФЛ рентабельність власного капіталу підприємства зростає (за умовою $P_A > \bar{K}_C$). При негативному значенні ЄФЛ рентабельність власного капіталу знижується, тобто кредит, який отримало підприємство використовувався неефективно.

Фінансовий леверидж можна розглядати як об'єктивний чинник, який виникає з появою позикових коштів у підприємства та дозволяє отримати додатковий чистий прибуток на власний капітал.

Варто зазначити, що ліквідний грошовий потік є показником дефіцитного або надлишкового сальдо грошових коштів підприємства, якщо воно повністю покриває всі боргові зобов'язання.

Формула для розрахунку ліквідного грошового потоку має такий вигляд:

$$\text{ЛГП} = ((\text{ДКк} + \text{ККк} - \text{ГКк}) - (\text{ДКп} + \text{ККп} - \text{ГКп})), \quad (2)$$

де ЛГП – ліквідний грошовий потік;

ДКк – довгострокові кредити на кінець періоду;

ККк – короткострокові кредити на кінець періоду;

ГКк – грошові кошти на кінець періоду;

ДКп – довгострокові кредити на початок періоду;

ККп – короткострокові кредити на початок періоду;

ГКп – грошові кошти на початок періоду.

Відмінність показника ліквідного грошового потоку від інших показників ліквідності (абсолютної, швидкої, поточної) полягає в тому, що вони характеризують здатність підприємства погашати свої зобов'язання, тобто в більшій мірі є важливими для зовнішніх зацікавлених осіб (кредиторів). А ліквідний грошовий потік характеризує абсолютну величину грошових коштів, які отримані від звичайної діяльності підприємства, і тому є більш “внутрішнім”, тісно пов'язаним з ефективністю функціонування підприємства, він є важливим для його менеджерів і власників, а також для потенційних інвесторів. Цей показник характеризує вплив позик і кредитів на ефективність діяльності підприємства та забезпечує його фінансову гнучкість. Ліквідний грошовий потік може бути використаний для експрес-діагностики фінансового стану підприємства. Розрахунок ліквідного грошового потоку можна проводити за показниками грошових потоків і за залишками коштів на рахунках.

Нажаль, ліквідний грошовий потік в теперішній час не отримав поширення на практиці у діяльності підприємств для проведення експрес-діагностики. Але його використовують у своїй роботі окремі банки для визначення кредитоспроможності клієнтів, оскільки за його допомогою можна досить точно встановити їхню платоспроможність.

Література

1. Бочаров В. В. Финансовый анализ. Краткий курс. 2-е изд. – СПб. : Питер, 2008. – 240 с.
2. Фінансово-економічний словник / [уклад. А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк]. – К.: Знання, 2007. – 1072 с.

ВПЛИВ ОСОБИСТІСНИХ ЯКОСТЕЙ МАРКЕТОЛОГА НА ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

З прийняттям відповідних рішень пов'язана й будь-яка управлінська діяльність фірми. При виборі критеріїв для прийняття рішення менеджер керується системою норм і нормативів, з якими можна порівняти альтернативне рішення. Норми, як правило, обмежують вибір критеріїв, тому що менеджер не може змінити трактування того або іншого закону, що звужує діяльність з прийняття рішення. До числа таких обмежень можна віднести відсутність достатнього досвіду і кваліфікації, наявність гострої конкуренції й ін.

Ефективність прийняття рішення на середньому і нижчому рівнях управління маркетинговою діяльністю багато в чому визначається повноваженнями, що їм делегувала вища ланка управління. Таким чином, критерії при ухваленні управлінського рішення служать свого роду стандартом обмеження.

Процес прийняття рішення при виконанні маркетингових функцій вимагає логічного й упорядкованого підходу. Маркетологи визначають основні проблеми та шляхи їх вирішення, пов'язані з виробничо-збутовою діяльністю підприємства.

Маркетинг як особлива функція управління базується на концепціях вдосконалення виробництва, вдосконалення товару, концепції інтенсифікації комерційних зусиль, концепції маркетингу та концепції соціально-етичного маркетингу.

Застосування концепцій маркетингу на підприємстві вимагає наявності у фахівців сукупності спеціальних різноманітних знань та прикладання істотних зусиль, однак суттєво зменшує ймовірність комерційного провалу та дає змогу швидко адаптуватися до мінливих умов сучасного ринку. Одним з найважливіших елементів, які впливають на результативність прийняття управлінських рішень є особистісні характеристики маркетолога, тобто його особистісні якості.

Такими якостями мають бути:

- досвід, як сукупність практично засвоєних знань і навиків;
- інтелект, як здатність пізнавати і вирішувати проблеми, що об'єднують в собі пізнавальні здібності;
- інтуїція, що з філософської точки зору – безпосереднє осягнення істини без досвіду і логічних умовиводів.

Тому ефективність процесу прийняття рішень в маркетинговій діяльності має базуватися на балансі трьох складових – досвіду, інтелекту та інтуїції маркетолога, так званого трикутника прийняття рішень.

Література

1. Армстронг Г. Маркетинг. Загальний курс : уч. пос. / Г. Армстронг, Ф. Котлер; пер. з англ. – 5-те видання. – М.: Видавничий дім „Вільямс”, 2001. – 608 с.
2. Астратова Г. Маркетинг как инструмент потребительского рынка продовольственных товаров / Г. Астратова, А. Сёмин // Маркетинг. – 1998. – № 4. – С. 54-59.
3. Войчак А. В. Сущность современной концепции маркетинга / А. В. Войчак, В. Ф. Онищенко. – К.: Знание, 1994. – 35 с.
4. Небава М. І. Економіка та організація виробничої діяльності підприємства. Ч.1. Економіка підприємства : навчальний посібник / Небава М. І., Адлер О. О., Лесько О. Й. – Вінниця : ВНТУ, 2011. – 117 с.
5. Шевчук В. Я. Підручник / В. Я. Шевчук, Ю. М. Саталкін, Г. О. Білявський та ін. – К.: Либідь, 2004. – 432 с.

Літвінов О.С.

к.е.н, доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ВИЗНАЧЕННЯ ФАКТОРІВ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Особливої актуальності питання визначення факторів економічної безпеки набуває в умовах поглиблення економічної кризи як у світі, так і в Україні. Велика кількість окремих підприємств, галузі й економіка держави не можуть вважати себе такими, що знаходяться у стані економічної безпеки.

Розглянемо сутність поняття фактору в економіці. Передусім необхідно відзначити, що термін «фактор» в економічній науці та практиці застосовується у двох значеннях: по-перше, у понятті «факторів виробництва», по-друге, у понятті «факторів динаміки обсягу виробництва». Характеристика факторів виробництва міститься у навчальному посібнику колективу авторів за редакцією д.е.н., проф. А.К. Покритана, д.е.н., проф. М.І. Збарського: «У сучасній спеціальній літературі поняття «фактори економічного прогресу», «фактори виробництва» розглядаються переважно як тотожні, оскільки і ті й інші вважаються джерелами національного доходу, зокрема, прибутку. У певному контексті ці поняття не рідко ототожнюються з терміном «економічні ресурси». Одночасно факторами виробництва називають важливі об'єкти і елементи, які мають вирішальний вплив на можливості і результати виробництва» [1, с.203].

В «Економікс» викладено такий погляд щодо факторів виробництва: «Фактори виробництва являють собою витрати, що включають послуги праці, землю, машини, інструменти, будівлі та сировину, використововані для виробництва товарів та послуг... Фірми використовують багато різних видів витрат або виробничих факторів, для виробництва товарів та послуг... Первинні виробничі фактори – праця, земля і капітал» [2, с.22, 136, 271].

Західні економісти К.Р. Макконел, С.Л. Брю вказують на дискусійність поняття факторів виробництва: «Ці (праця, земля, капітал, підприємницькі здібності) чотири великі групи економічних ресурсів, часто званих також чинниками виробництва, виявляються предметом спору, коли справа доходить до класифікації конкретних ресурсів» [3, с.38].

З наведених вище поглядів різних авторів можна зробити висновки: по-перше, питання про склад і сутність так званих «факторів виробництва» є дискусійними, оскільки названо багато їхніх видів, котрі у різних авторів, як правило, не співпадають; по-друге, застосовується навіть інший термін «ресурси виробництва» замість терміну «фактори виробництва»; по-третє, до складу «факторів виробництва» або «ресурсів виробництва» рекомендуються види факторів або ресурсів, які розрізняються за сутністю, за формою, за одиницями виміру (капітал, земля, НТП, підприємницькі здібності і т. ін.), тобто є незмірними та не зіставними.

У статистиці й математиці поняття факторів цілком пов'язується з тою роллю, яку вони відіграють у математичному виразі, що представляє якусь математичну дію (насамперед, множення). Множники називаються факторами, а добуток – результатом. Відповідно, ті економічні показники, які відносяться до множників, називаються факторними показниками, або показниками-факторами, а той, який представляє добуток, результативним показником, або показником-результатом.

Але в економічних науках поняття фактору має також містити у собі і певний економічний зміст. Аналізуючи визначення поняття фактору, слід зазначити, що зустрічаються випадки, коли поняття факторів економічної динаміки просто ототожнюється з поняттям «факторів виробництва».

На погляд автора, сутність факторів у конкретноекономічних дисциплінах найбільш адекватно охарактеризовано д.е.н., проф. В.І. Осиповим: «Під факторами в економіці слід розуміти умови, обставини, рушійні сили економічних явищ і процесів. Фактори і об'єкти їх впливу виражаються конкретними економічними показниками, тобто характеристиками економічних категорій, що володіють якісною і кількісною визначеністю. Однак не у всіх випадках фактори можуть бути виражені показниками» [4, с.23].

Переходячи до визначення факторів економічної безпеки можемо зазначити, що під ними можна розуміти умови, обставини, рушійні сили забезпечення економічної безпеки. Таким чином, виходячи із визначень економічної безпеки і факторів в економіці можемо запропонувати наступне авторське визначення факторів економічної безпеки.

Під факторами економічної безпеки будь-якої системи необхідно розуміти умови, обставини, рушійні сили, що дозволяють зберігати стійкість системи до внутрішніх і зовнішніх загроз та здатність виконувати завдання, які стоять перед системою.

Під системою можна розуміти будь-яку відносно відокремлену економічну одиницю, починаючи від домогосподарства, до підприємства і економіки держави в цілому. Якщо говорити про завдання системи, то для рівня економіки держави таке завдання полягає у задоволенні потреб

особистості, родини, суспільства, держави. Для рівня підприємства завдання визначаються в кожному випадку окремо власниками підприємствами, а в загальному випадку завданням підприємства є отримання прибутку.

Література

1. Основы экономической теории : [учеб. пособ. / под ред. А. К. Покрытана, М. И. Збарского]. – Одесса : АОЗТ ИРЭНТТ, 1999. – 520 с.
2. Фишер С. Экономика / С. Фишер, Р. Дорнбуш, Р. Шмалензи; [пер. с англ. со 2-го изд.]. – М.: «Дело ЛТД», 1993. – 264 с.
3. Макконел К. Р. Экономика: Принципы, проблемы и политика. В 2 т./ К. Р. Макконел, С. Л. Брю; [пер. с англ. 11-го изд.]. – М.: Республика, 1992. – Т.1. – 399 с.
4. Осипов В. И. Методы факторного анализа и планирования в промышленности: [учеб. пособ.] / В. И. Осипов. – К.: УМК ВО при Минвузе УССР, 1989. – 212 с.

Яркина Н.Н.

к.э.н, доцент

Керченский государственный морской технологический университет (Украина)

СОВРЕМЕННАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ РЫБНОГО ХОЗЯЙСТВА УКРАИНЫ

Учитывая специфику рыбохозяйственной деятельности, обусловленную не только особенностями сырьевой базы, производственного цикла, качественными и количественными характеристиками основного и оборотного капитала и т.д., но и международными интеграционными процессами в сфере рыболовства и продвижения рыбной продукции на мировой рынок, следует подчеркнуть важнейшую роль государства в функционировании и развитии национального рыбного хозяйства.

Рыбное хозяйство Украины, пребывающее в глубоком, затяжном экономическом кризисе, утрачивает свою социально-экономическую и стратегическую значимость, как субъекта обеспечения продовольственной безопасности страны, и перед государством стоит задача формирования эффективной политики возрождения и развития рыбной отрасли.

Согласно Хозяйственному кодексу Украины, целью государственной экономической политики является, в частности, реализация и оптимальное согласование интересов субъектов хозяйствования и потребителей. Это позволяет сформулировать основную цель государственной политики управления предприятиями рыбного хозяйства Украины как максимальное удовлетворение потребностей населения страны в рыбной продукции посредством создания условий для эффективной работы и развития предприятий аквакультуры и рыболовства. При этом, в качестве долгосрочных (стратегических) целей обусловленной политики можно рассматривать

обеспечение продовольственной безопасности, сохранение и приумножение производственного потенциала рыбохозяйственной отрасли национальной экономики, повышение благосостояния занятого в ней населения. Среднесрочные (тактические) цели государственного управления рыбным хозяйством должны ориентироваться на восстановление производственного потенциала отрасли и создание эффективных организационно-правовых и организационно-экономических условий, обеспечивающих устойчивый экономический интерес хозяйствующих субъектов к рыболовному и рыболовному бизнесу [1].

Организационно-правовые условия реализации рыбохозяйственной деятельности прописаны в соответствующих нормативно-законодательных актах, регламентирующих и регулирующих деятельность предприятий отрасли, являющихся инструментами правового механизма реализации государственной политики в области рыбного хозяйства, основные положения которой обозначены в Законах Украины «О рыбном хозяйстве, промышленном рыболовстве и охране водных биоресурсов» (от 8 июля 2011 г. № 3677) и «Об аквакультуре» (от 8 сентября 2012 г. № 5293-VI).

Одним важнейших организационных моментов рыбохозяйственной деятельности является квотирование рыболовства, выполняющее одновременно ресурсосберегающую (экологическую) и стимулирующую функцию. Стимулирующая функция квотирования определяется тем, что принятая в стране система квотирования рыболовства может как поддерживать долгосрочный предпринимательский интерес в рамках рыболовного бизнеса, так и быть реальным тормозом для его реализации.

Принятая в Украине система квотирования рыболовства по оценкам специалистов не является эффективной [2]. Ежегодная выдача квот создает бюрократические барьеры и способствует развитию коррупции. Кроме того, утрачивается ощущение надежности и устойчивости бизнеса, что не способствует его развитию.

Процедура выдачи рыболовных квот в нашей стране требует реформирования, в процессе которого было бы уместно учесть опыт усовершенствования системы квотирования Российской Федерации, прошедшей свой этап деградации рыбного хозяйства и соответствующий путь реформирования рыбной отрасли. В частности, в России с 2009 г. перешли к 10-летнему закреплению квот за рыбодобывающими предприятиями по историческому принципу, а также сокращено число квотируемых объектов [3].

Организационно-экономические условия, формируемые государством, состоят в возможности льготного налогообложения рыбохозяйственной деятельности и финансовой поддержки в виде соответствующих дотаций на покрытие текущих расходов, субсидий и субвенций, предоставляемых на реализацию целевых программ развития отрасли и инвестиционных проектов.

Налоговые преференции в области рыбного хозяйства Украины касаются НДС, который может оставаться в распоряжении соответствующих хозяйствующих субъектов без уплаты в бюджет (ст. 209 НКУ). Финансовая поддержка предприятий отрасли носит пока декларативный характер.

Таким образом, несмотря на то, что основные положения государственной политики управления предприятиями рыбного хозяйства Украины сформулированы и закреплены соответствующими законами, механизм ее реализации требует доработки и совершенствования.

Литература

1. Яркіна Н. М. Державна політика розвитку рибного господарства України: передумови та цілі формування / Н. М. Яркіна, С. І. Турега // Сталий розвиток економіки. – 2013. – № 3. – С. 29-34.

2. Рибне господарство / Державна служба статистики України (2013) [Електронний ресурс]. – Режим доступа : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

3. Акулич О. В. Государственное регулирование рыбохозяйственной деятельности как фактор конкурентоспособности рыбной отрасли / О. В. Акулич // Рыбное хозяйство. – 2011. – № 4. – С. 15-18.

Гречкосій І.Д.

к.е.н., викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТА ВИМОГИ ДО СИСТЕМИ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВА

Забезпечення економічної безпеки підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища останнім часом стає одним з пріоритетів наукових досліджень у сфері економіки [1]. Економічна безпека підприємства – це стан його захищеності від негативного впливу зовнішніх і внутрішніх загроз, дестабілізуючих чинників, при якому забезпечується стійка реалізація основних комерційних інтересів і цілей статутної діяльності. Кількісний і якісний аналіз зовнішніх і внутрішніх загроз дозволяє зробити висновок про те, що надійний захист економіки будь-якої комерційної структури можливий тільки при комплексному і системному підході до його організації. На наш погляд, системою економічної безпеки підприємства (СЕБ) являється комплекс організаційно управлінських, режимних, технічних, профілактичних і пропагандистських заходів, спрямованих на якісну реалізацію захисту інтересів підприємства від зовнішніх і внутрішніх загроз.

Основний сенс подібної системи полягає в тому, що вона повинна носити попереджувачий характер, а основними критеріями оцінки її надійності і ефективності є:

- забезпечення стабільної роботи підприємства,
- збереження і примноження фінансів і матеріальних цінностей;
- попередження кризових ситуацій, у тому числі різних надзвичайних подій, пов'язаних з діяльністю "зовнішніх" і "внутрішніх" недоброзичливців [2, с.265].

В наші дні все більшу актуальність набуває захист інтересів підприємства від протиправної діяльності корумпованих представників контролюючих і правоохоронних органів. У зв'язку з чим, цей напрям роботи багатьма службами економічної безпеки комерційних структур виділяється в якості окремого елемента СЕБ.

Особливістю і, одночасно, складністю при побудові системи економічної безпеки являється той факт, що її дієвість практично повністю залежить від людського чинника. Як показує практика, навіть за наявності на підприємстві професійно підготовленого начальника служби безпеки, сучасних технічних засобів, не можливо добитися бажаних результатів до тих пір, поки у колективі кожен співробітник не усвідомлює важливість і необхідність впроваджуваних заходів економічної безпеки.

Можна зробити висновок про те, що СЕБ підприємства тільки тоді відповідатиме вимогам, що пред'являються до неї, коли увесь персонал розуміє важливість забезпечення безпеки підприємства і свідомо виконує усі встановлені вказаною системою вимоги.

Досягається ж ця мета в результаті проведення безперервної, копійної виховної і профілактичної роботи із співробітниками підприємства, їх навчання і спеціальної підготовки з питань чинного законодавства і різних аспектів економічної безпеки.

Після отримання інформації про те, що таке система економічної безпеки підприємства, її структурні елементи, принципи побудови і завдання, резонно виникає питання: "Яким чином СЕБ будується"? У кожного начальника служби безпеки свій підхід до вирішення цієї проблеми. З нашої точки зору, алгоритм побудови СЕБ повинен включати наступні етапи:

1) Вивчення специфіки бізнесу підприємства, займаного ним сегменту на ринку, штатного розпису, знайомство з персоналом підприємства.

2) Аналіз зовнішніх і внутрішніх загроз економіці підприємства. Отримання інформації щодо кризових ситуацій, які можливо мали місце раніше, їх причинах і результатах подолання.

3) Проведення аудиту наявних заходів щодо забезпечення безпеки і аналізу їх відповідності виявленим загрозам.

4) Моделювання нової системи економічної безпеки підприємства : план усунення виявлених в процесі аудиту зауважень; пропозиції по вдосконаленню СЕБ, розрахунок усіх видів необхідних додаткових ресурсів; плановані щомісячні витрати (бюджет) на забезпечення функціонування СЕБ.

5) Затвердження керівником підприємства моделі нової СЕБ і бюджету на її підтримку.

6) Безпосередня побудова СЕБ підприємства.

7) Експертна оцінка дієвості побудованої СЕБ, доведення її до досконалості.

Система економічної безпеки – це живий організм, який вимагає постійного контролю, вдосконалення і управління їм у зв'язку зі:

- змінами в чинному законодавстві держави;

- розвитком підприємства і обранням нових напрямів господарської діяльності;
- збільшенням кількості персоналу, змінами в штатному розписі підприємства;
- зміною переліку відомостей, що становлять комерційну таємницю і конфіденційну інформацію підприємства;
- необхідністю вдосконалення телефонної і комп'ютерної мереж;
- винаходом недоброзичливцями нових технологій промислового шпигунства і шахрайства;
- появою на ринку недобросовісних конкурентів і зміною форм і методів їх протиправної діяльності;
- станом криміногенної ситуації в регіоні.

Література

1. Закон України від 19.06.2003 р., N 964-IV «Про основи національної безпеки України» // Офіційний вісник України. – 2003.– N 29.– Ст. 1433.
2. Кириченко О. А. Проблеми управління економічною безпекою суб'єктів господарювання: Монографія / О. А. Кириченко, В. С. Сідак, С. М. Лаптев та ін. – К.: УЕП «Крок», 2008. – 423 с.

Куклінова Т.В.

к.е.н., викладач,

Яценко В.П.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПРОБЛЕМИ ВИВЕДЕННЯ БУДІВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ З КРИЗИ

За кількістю довгобудів Одеська область займає одне з перших місць в Україні, що створює гостру соціальну напруженість у регіоні і вимагає негайного втручання Уряду України. Станом на 01.01.2012р. будівництво було призупинено на 71,1 % від загальної кількості житлового будівництва Одеської області. Так, ТОВ «Альянс-Жилстрой» за період 2007-2008 рр. залучило на будівництво групи багатоповерхівок «Головковська 5-7» 17 млн. грн. коштів приватних інвесторів, кредитні кошти ПАО «Укрсоцбанк» залишив котлован.

Органи місцевого самоврядування, надаючи земельні ділянки під будівництво житлових будинків, не вимагають підтвердження наявності джерел фінансування. Внески приватних інвесторів можуть бути непостійними і нерегулярними, відкривають широкі можливості для шахрайства. Підкреслимо, що відповідно до Закону України «Про місцеві державні адміністрації» місцеві державні адміністрації здійснюють контроль за діяльністю забудовників, пов'язаною із залученням коштів фізичних і юридичних осіб, але правовий механізм виконання цієї функції відсутній.

Зазначимо, що органи місцевого самоврядування пропонують постраждалим інвесторам стати власниками недобудов. Інвестора, об'єднавшись в житлово-будівельний кооператив, можуть укласти договір з новою порядною будівельною компанією, яка добудовує будинок за отримання права на квартири, вільні від зобов'язань. Але проблема в тому, що інвестор залишається один на один з цією проблемою.

Ми пропонуємо вдосконалення українського законодавства, з метою захисту інтересів приватних інвесторів з використанням досвіду Ізраїлю. Так, виплата пайових внесків ізраїльських інвесторів проводиться пропорційно ступеню готовності житлового об'єкту.

Ми пропонуємо підготувати до розгляду і ухвалення у Верховній Раді проект закону «Про виведення будівельної галузі з кризи». Даний закон повинен регулювати конкретні механізми передачі проблемних будівельних об'єктів від неспроможного забудовника до нового, створити сприятливі умови, при яких зниження собівартості завершення будівництва, навіть самого проблемного об'єкта, зробить його добудову вигідним новому забудовнику, зокрема, за рахунок пільг по оподаткуванню, пайового внеску на розвиток інфраструктури та інших преференцій (наприклад: спрощена процедура виділення новому забудовнику додаткових земельних ділянок під житлове будівництво, підключення до комунікаційних мереж на пільгових умовах, спрощеними схемами, посилення відповідальності за корупційні діяння у даній сфері). Такі, законодавчо закріплені, ініціативи слугуватимуть каталізатором відновлення будівельної галузі.

Ми пропонуємо ввести мораторій на виділення нових будівельних майданчиків, видачу (продовження) ліцензій і дозволів компаніям і забудовникам, які мають проблемні будівельні об'єкти (довгобуду), не допускати таких забудовників для участі в державних програмах фінансування за бюджетні гроші.

Отже, для вирішення проблеми недобудов необхідно законодавчо закріпити механізми передачі проблемних об'єктів житлового будівництва забудовнику з хорошою репутацією, а також посилити персональну відповідальність керівників і господарів недобросовісних будівельних підприємств, які допустили нецільове використання грошових коштів.

Літвінова В.О.

к.е.н, викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПРО СПІВВІДНОШЕННЯ ПОНЯТЬ «ЕФЕКТИВНІСТЬ» ТА «РЕЗУЛЬТАТИВНІСТЬ» В ЕКОНОМІЦІ

Ефективність є однією з ключових категорій як економічної науки, так і господарської практики. Питання ефективності торкаються усіх сфер діяльності та інтересів людини. Існує ефективність виробництва, праці, фінансової та інвестиційної діяльності, ефективність виховання, лікування, освіти,

управління (причому не обов'язково економічного). Загалом ефективністю володіє будь-який процес, орієнтований на досягнення певної мети (який не є самоціллю).

Широке обговорення в наукових колах отримало зіставлення понять «ефективність» і «результативність». У стандарті ISO 9000: 2000 поняття «результативність» і «ефективність» розкрито наступним чином: результативність – ступінь реалізації запланованої діяльності та досягнення запланованих результатів; ефективність – співвідношення між досягнутим результатом і використаними ресурсами [1, с.89].

В.С. Тікін пропонує чітко розмежувати ці категорії. Обґрунтовуючи свою точку зору, він посилається на відомого американського економіста П. Хейна, який вважав, що ефективність і економічність характеризують «результативність» використання засобів для досягнення цілей. «...Одержувати якомога більше з доступних нам обмежених ресурсів ось що ми маємо на увазі під ефективністю та економічністю» [2, с.94]. Таким чином, ефективність розглядається, як поняття більш вузьке, ніж результативність.

Такої ж думки дотримується автор роботи [3, с.4], який приходить до цього висновку, ґрунтуючись на висловлюваннях визнаного фахівця у області якості П. Друкера. Друкер зазначає смислове відмінність цих термінів: «результативність» (effectiveness) означає «робити правильні речі» (doing the right things), а «ефективність» (efficiency) – «робити речі правильно» (doing things right). Результативність, на його думку, є наслідком певних процесів, виконання функцій, завдань, досягнення цілей, а ефективність – наслідок правильності таких дій. Подібне розділення він виводить з різного написання і вимови спільнокореневих слів. Однак у всіх словниках і «effectiveness» і «efficiency» переводяться як «ефективність», що свідчить, на наш погляд, про наявність двох різних форм ефективності.

Нашу думку підтверджують висновки проф. філософії Солодкої М.С., яка пояснює виникнення цих форм еволюцією поняття «ефективність», в результаті якої виникла необхідність розширити поняття. В результаті були введені поняття «потребної» ефективності (результативності), яка «виражає ступінь відображення потреби в мети, вибір найбільш ефективних засобів відображення», і «цільової» ефективності «як відношення результату діяльності до мети», за поняттям економічної ефективності було збережено відношення результату до витрат [4, с.35].

Виходячи з цього, ми робимо висновок, що «результативність» – перетворена форма «ефективності». У тому випадку, коли необхідно оцінити ступінь досягнення результату, ефективність приймає форму «результативності», тоді ж, коли мова йде про мінімізації ресурсів, що використовуються, можна говорити про «економічність». Наочно взаємозв'язок понять «ефективність – результативність – економічність» представлений на рис.

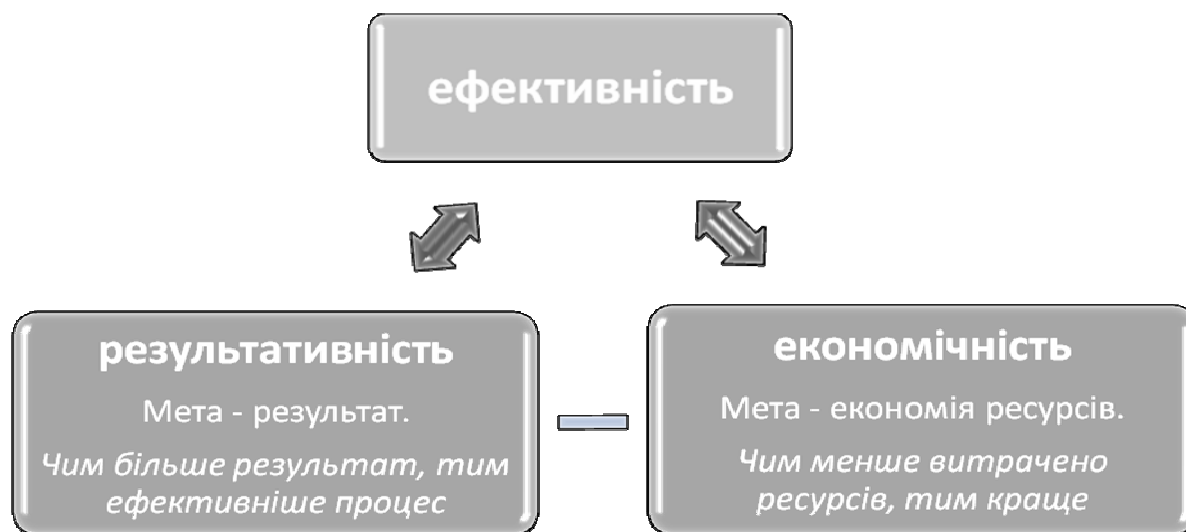


Рис. Взаємозв'язок понять «ефективність» і «результативність» – «економічність»

Правомірність нашої думки підтримує В.С. Анфілатов, який вважає, що результативність є властивістю здібності, як «якості системи, визначає її можливості по досягненню необхідного результату на основі наявних ресурсів в заданий період часу» [5, с.102], тобто є певною формою ефективності.

Література

1. Бондаренко А. В. Теоретические основы финансовой результативности субъектов реального сектора экономики / А. В. Бондаренко // Экономика і організація управління. – 2012. – Вип. № 2 (12). – С. 87-97.
2. Тикин В. С. Эффективность – не коэффициент / В. С. Тикин // Экономические науки. – 2009. – №7(56). – С. 94-97.
3. Швец В. Е. К вопросу определения результативности и эффективности СМК / В. Е. Швец // Методы менеджмента качества. – 2004. – № 6. – С. 4-8.
4. Солодкая М. С. Надежность, эффективность, качество систем управления / М. С. Солодкая // Теоретический журнал «Credo». – Оренбург. – № 5(17). – 1999. – С. 30-46.
5. Анфилатов В. С. Системный анализ в управлении : [учебн. пособие] / В. С. Анфилатов. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 368 с.

РОЗВИТОК ОРГАНІЗАЦІЙНО-МЕТОДИЧНИХ ЗАСАД ПРИЙНЯТТЯ ІНВЕСТИЦІЙНИХ РІШЕНЬ

Інвестор, прагнучи до отримання максимального прибутку з мінімальним ризиком, заохочений вкладати власні кошти лише у інвестиційно привабливі підприємства. Але безпосередньо процес інвестування передбачає вкладання коштів у конкретний проект, що реалізується у межах певного підприємства. Інвестор є зацікавленим у високому рівні привабливості як підприємства, так і проекту, оскільки рівень інвестиційної привабливості підприємства говорить про перспективність умов, у яких буде здійснюватися капіталовкладення, а ефективність інвестиційного проекту – про конкретний очікуваний ефект від нього, в першу чергу щорічний прибуток, строк окупності.

На підприємствах з високим рівнем інвестиційної привабливості, тобто з потенційно високою перспективністю взаємодії інвестора і підприємства-реципієнта, можуть бути здійснені конкретні проекти як з високою, так і низькою ефективністю. Їх результати впливають на зміну рівня привабливості підприємства (підвищують або знижують). У той же час на базі підприємств з низьким рівнем інвестиційної привабливості також можуть бути запропоновані проекти з різним рівнем ефективності та адекватними ним загальними наслідками. Тому необхідно забезпечити взаємне ув'язування цих двох аспектів при прийнятті рішення щодо конкретної інвестиції. Отже, можливо стверджувати, що інвестиційна привабливість підприємства і ефективність інвестиційного проекту, є частинами єдиного процесу інвестиційного забезпечення, спрямованого на прийняття рішення щодо здійснення конкретних капіталовкладень.

Використання західних інструментів без відповідної адаптації до вітчизняних умов господарювання призвело до дуже суттєвих помилок у визначенні інвестиційної привабливості підприємств і рівня ефективності здійснення капіталовкладень, що призвело до прийняття багатьох проектів, що у майбутньому виявилися збитковими. В той же час можна стверджувати, що не було прийнято багато з тих проектів, що в особливих умовах господарювання в Україні в кінці двадцятого сторіччя могли бути реалізовані з отриманням задовольняючого інвестора рівня прибутку. У зв'язку з цим важливим є узгодження і приведення до відповідності сучасним економічним реаліям усіх елементів системи оцінки і підвищення інвестиційної привабливості підприємств і механізму визначення ефективності конкретних інвестиційних проектів.

Можливими є різні співвідношення рівня цих параметрів, і, як наслідок, декілька можливих варіантів дій інвесторів (рис.).

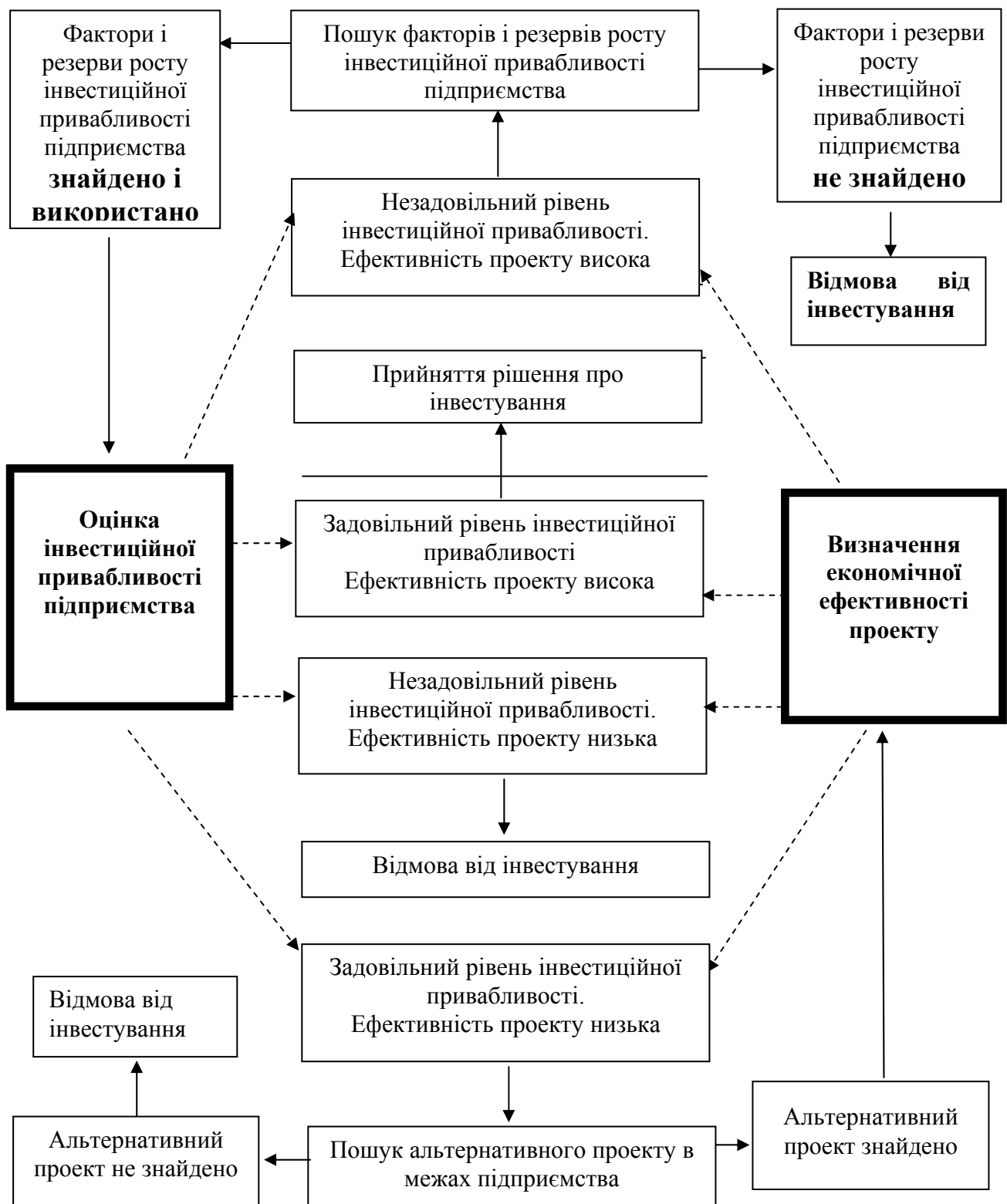


Рис. – Механізм прийняття рішення, щодо здійснення інвестицій

Проведені дослідження науковців, присвячені визначенню об'єкта інвестування, спрямовані саме на формування загального уявлення про стан підприємства, який є передумовою формування рівня ефективності конкретних інвестицій.

РОЛЬ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ В УПРАВЛІННІ ІНФОРМАЦІЙНИМИ ПОТОКАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Інформаційна насиченість господарських процесів стає критично важливою і життєво необхідною умовою конкурентоспроможності економічних суб'єктів, оскільки вчасно надана і використана відповідна інформація дозволяє створити економічно вигідні умови функціонування.

Інформаційний потік часто розглядається як рух інформації від джерела до споживача. Він відрізняється від суми окремих структурних частин, і дане явище за системологічною концепцією і законом синергізму свідчить про високий рівень організованості і відповідно сприяє підвищенню загальної результативності підприємства [1, с.4].

Результативність господарювання туристичних підприємств залежить від належної організації інформаційних потоків, недостатній рівень якості якої зумовлює нераціональне використання їх ресурсів, відсутність чітких орієнтирів стратегічного розвитку, зниження якості формування та реалізації туристичних продуктів. Характер функціонування інформаційних потоків туристичних підприємств пов'язаний із особливостями їх господарювання і місця у технологічному процесі створення та реалізації туристичного продукту.

Інтернет-технології як технології створення і підтримки інформаційних ресурсів в Інтернет використовуються туристичними підприємствами для створення та підтримки власного сайту.

Представлення діяльності туристичних підприємств в Інтернеті набуло актуального значення в умовах широкого використання мережі як інформаційного джерела значною частиною населення та економічних суб'єктів. Відсутність власних сайтів у туристичних підприємств ускладнює формування їх вихідних інформаційних потоків, спричиняє зменшення частки потенційних споживачів підприємств і зниження рівня їхньої конкурентоспроможності.

Просування послуг за допомогою власних сайтів потребує постійного оновлення їх актуальною достовірною інформацією. Однак, лише існування і регулярного оновлення змісту сайту недостатньо для успішного представлення туристичного продукту. Необхідне його просування на пошукових системах чи інших загальновідомих сторінках, що є суттєвим чинником для успіху туристичних підприємств на ринку. Саме тому виникає потреба у комплексному підході до організації управління інформаційними потоками цих підприємств на основі інтернет-технологій для здійснення ними основних операційних процесів.

Література

1. Пархоменко О. В. Інноваційна економіка як результат взаємодії економічної і соціальної систем / О. В. Пархоменко // Науково-технічна інформація. – 2009. – № 3. – С. 3-6.

Новіцька Л.Е.

викладач

Подільський державний аграрно-технічний університет (Україна)

ФОРМУВАННЯ ЛЮДСЬКОГО КАПІТАЛУ В СІЛЬСЬКИХ РЕГІОНАХ

Входження України у світове наукове співтовариство зумовлює проведення глибокого аналізу проблем формування та розвитку трудових ресурсів в аграрній сфері. Структурні зміни в сучасній економіці розвинутих країн стали тим підґрунтям, на якому виникла концепція людського капіталу, яка не лише дісталась вершин наукових знань, але й стала ідеологією могутніх державних та приватних інвестицій в економіку людини, економічним підґрунтям глобальної концепції людського розвитку.

Багатство країн на протязі багатьох сторіч асоціювалося з кількістю матеріальних благ, а в умовах формування нового суспільства, нової інформаційної економіки головною формою багатства стає багатство людської особистості, її людський капітал. Сутність і важливість людського капіталу доцільно розглядати з декількох позицій [1]. З точки зору окремої особистості як носія людського капіталу, він у першу чергу виступає як можливість збільшення доходів. Людський капітал при цьому необхідно розуміти як оцінку потенціалу, здібності особистості отримувати доход. Тобто, людський капітал – це капітал, що сформований людиною завдяки її освітньому рівню, кваліфікації, знанням та який може давати віддачу. Людський капітал також містити і природжені здібності й таланти.

Таким чином, чим вищим є людський капітал, виражений рівнем освіти, кваліфікації, знань, досвіду, тим більші можливості людини до продуктивної високоякісної праці, яка, відповідно, краще винагороджується. Людський капітал також розглядається як оцінка потенційної здібності особистості приносити доход. Людський капітал сільського господарства має певні особливості. На початковому етапі формування та розвитку аграрної економіки господарська діяльність була переважно пов'язана з виробництвом достатньої кількості продуктів харчування, а лімітуючим фактором, звичайно, була достатність та доступність доброї землі [2].

У індустріальній економіці господарська діяльність мотивувалася здебільшого виробництвом товарів, а лімітуючим фактором частіше за все виступав капітал. У інформаційній економіці метою господарської діяльності є, головним чином, виробництво і застосування інформації для того, щоб зробити всі інші форми виробництва ефективнішими і, тим самим, створити більше матеріального багатства. Лімітуючий фактор тут – наявні знання [3]. Саме

знання виступають головним капіталом у новому суспільстві та фактором економічного зростання.

Отже, людський капітал є капіталом, оскільки він є джерелом майбутніх доходів, джерелом задоволення соціальних, творчих, моральних та інших потреб. Людським він називається тому, що володарем його є людина, особистість. Людина-інтелектуал відіграє провідну роль у цій теорії, бо саме вона є носієм інформаційно-інтелектуальної технології, її знання, її вміння стають центральною ланкою виробничої системи, головним виробничим ресурсом. Саме теорія людського капіталу пояснює, чому освіта, знання, досвід впливає на оплату праці, на її винагороду

Література

1. Грішнова О. Економічна природа і значення категорії людський капітал / О. Грішнова, Л. Тертична // Україна: аспекти праці. – 2003. – № 7. – С. 33-37.
2. Кудлай В. Соціально-економічні особливості розвитку трудових ресурсів аграрної сфери регіону / В. Кудлай // Україна: аспекти праці. – 2013. – № 2. – С. 3-8.
3. Бауліна Т. Формування інтелектуального капіталу українського суспільства та створення умов активізації його ефективного використання / Т. Бауліна // Україна: аспекти праці. – 2012. – № 2. – С. 26-29.
4. Бабенко А. Особливості відтворення трудового потенціалу в аграрному секторі України / А. Бабенко, О. Васильєва // Україна : аспекти праці. – 2012. – № 5. – С. 38-45.

Чернецька Ю.А.

викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

АНАЛІЗ ЧИННИКІВ РЕНТАБЕЛЬНОСТІ ВЛАСНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВА

Рентабельність власного капіталу є одним із головних показників ефективності діяльності підприємства, що відображає загальну ефективність використаних коштів. Також він є суттєвим фактором фінансової стійкості організації. Тому для суб'єкта господарювання важливо не лише визначити рентабельність власного капіталу, але й прослідити її динаміку, вивчити чинники, що вплинули на зміну даного показника. В науковій літературі і на практиці зазвичай застосовуються моделі, за допомогою яких можна виявити чинники, що вплинули на рентабельність, і в якій мірі [1, с.477-478].

На прикладі ПАТ «Київхліб» розглянемо, як впливають чинники на рентабельність власного капіталу. Критерієм відбору даного підприємства стало зростання рентабельності власного капіталу за період 2011-2012 рр., оскільки багато хлібозаводів, діяльність яких аналізувалась, мали збиток. Тому

не можна було розрахувати рентабельність власного капіталу і з'ясувати, які чинники вплинули на її зміну.

На основі даних табл. 1 визначимо вплив чинників на рентабельність власного капіталу ПАТ «Київхліб» [2].

Таблиця 1

Вихідна інформація для розрахунку рентабельності власного капіталу, тис. грн.

Показники	Активи підприємства	Власний капітал підприємства	Позиковий капітал підприємства	Виручка від реалізації продукції	Чистий прибуток
2011	455 383,50	154 557,50	300 826,00	1 759 695,00	10 430,00
2012	457 862,00	158 165,00	299 697,00	1 943 467,00	18 339,00

Огляд економічної літератури показав, що при аналізі рентабельності власного капіталу в більшості випадків використовується метод ланцюгових підстановок. Проте, ми вважаємо, доцільним застосовувати також метод виявлення ізольованого впливу чинників. Відзначимо, що кожен з методів аналізу володіє певними перевагами і недоліками.

На нашу думку, з врахуванням недоліків та переваг, а також з позиції теорії синергії найбільш доцільним представляється використання методу виявлення ізольованого впливу чинників, який дозволяє:

1. Визначити «чистий» вплив кожного окремого фактора на результативний показник.

2. Виявити додатковий синергетичний ефект впливу вихідних чинників на результативний показник.

Ми погоджуємося з думкою О.Г. Янкового, що досить часто чинники взаємодіють між собою, це знаходить віддзеркалення в додатковому ефекті впливу на результативну ознаку. Додатковий ефект впливу всіх чинників на рентабельність власного капіталу схожий з синергетичним ефектом. Цей ефект може бути визначений саме за допомогою методу виявлення ізольованого впливу факторних показників. Крім того, навіть зважаючи на передумову про послідовну зміну чинників, не можна категорично стверджувати, що вони змінюються саме в такому порядку. У реальному економічному житті часто відбувається те, що спочатку виникають якісні трансформації умов виробництва і збуту товарів (послуг), а потім вже – кількісні зміни [3].

Таблиця 2

Вплив показників 4-х факторної моделі на рентабельність власного капіталу ПАТ «Київхліб»

Показники	Відносне відхилення, %
Зміна рентабельності власного капіталу, в тому числі за рахунок наступних факторів	71,82
рентабельність діяльності підприємства	59,20
коефіцієнт оборотності позикового капіталу	10,86
коефіцієнт фінансової залежності	-1,75
коефіцієнт концентрації позикового капіталу	-0,91
синергетичний ефект	4,42

Виходячи з отриманих результатів (табл. 2), можна стверджувати, що рентабельність власного капіталу в 2012 р. у порівнянні з 2011 р. збільшилась на 71,8 %. За рахунок зниження $\frac{A}{BK}$, $\frac{ПК}{A}$ досліджуваний показник знизився на 1,8 % та 0,9 % відповідно. Проте, показник в той же час виріс за рахунок зростання $\frac{B}{ПК}$, $\frac{ЧП}{B}$ на 10,9 % та 59,2 % відповідно. За рахунок синергетичного ефекту взаємодії чотирьох чинників рівень рентабельності власного капіталу збільшився на 4,4 %.

Література

1. Чернецька Ю. А. Модель рентабельності власного капіталу підприємства / Ю. А. Чернецька // Економіка підприємства: сучасні проблеми теорії та практики. Матеріали першої міжнар. наук.-практ. конф., 18-19 жовт. 2012 р. – Одеса, Атлант, 2012. – С.477-478.

2. Агенція з розвитку інфраструктури фондового ринку України. Інформаційна база даних [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.smida.gov.ua>.

3. Янковой А. Г. Индексные модели факторного экономического анализа / А. Г. Янковой // Современные технологии управления предприятием и возможности использования информационных систем: положение, проблемы, перспективы: матер. 5-й междунар. науч.-практ. конф. 26-27 марта 2010 г. – Одесса, ОНУ, 2010. – С. 272-277.

Анохіна К.О.

аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

ВИКОРИСТАННЯ КОЕФІЦІЄНТА VAIC ПРИ ОЦІНЦІ ВАРТОСТІ АКТИВІВ

Еволюційні процеси в сучасній економіці викликали масові зміни, що стали причиною трансформації на глобальному ринку. До подібних змін необхідно віднести дедалі зростаючу роль нематеріальних ресурсів у складі суб'єктів господарювання. У даний час можна стати свідком створення конкурентних переваг підприємства за допомогою нематеріальних активів та інтелектуального капіталу. Дієве та ефективне управління нематеріальними активами спрямоване на збільшення вартості підприємства стає основоположним завданням, яке необхідно вирішити. Інструментом, в цьому випадку, служать різні методи оцінки інтелектуального капіталу, одним з яких є інтелектуальний коефіцієнт доданої вартості VAIC (Value Added Intellectual Coefficient).

Даний коефіцієнт був запропонований А. Пуліком у 2000 р. і дозволяє компанії визначити внесок у додану вартість матеріальних і нематеріальних активів. Чим вище коефіцієнт, тим краще компанія використовує свій

потенціал. Загальна формула показника виглядає наступним чином [1]:

$$VAIC = ICE + CEE, \quad (1)$$

де ICE (Intellectual Capital Efficiency) – ефективність інтелектуального капіталу, що отримується шляхом додавання ефективності використання людського і структурного капіталу:

$$ICE = HCE + SCE, \quad (2)$$

де HCE (Human Capital Efficiency) – індикатор ефективності використання людського капіталу або вкладу людського капіталу в додану вартість, який визначається шляхом ділення доданої вартості на витрати на працю;

SCE (Structural Capital Efficiency) – індикатор ефективності використання структурного капіталу або вкладу структурного капіталу в додану вартість, який визначається шляхом ділення різниці між доданою вартістю та людським капіталом на додану вартість;

CEE (Capital Employed Efficiency) – індикатор ефективності використання задіяного капіталу або вкладу задіяного капіталу в додану вартість, який визначається шляхом ділення доданої вартості на інвестований капітал.

Додана вартість (VA) являє собою різницю між виручкою і матеріальними витратами за винятком витрат на працю. Задіяний капітал (PC) розраховується як різниця між валютою балансу і кредиторською заборгованістю.

На рис. схематично представлений метод розрахунку інтелектуального коефіцієнта доданої вартості.

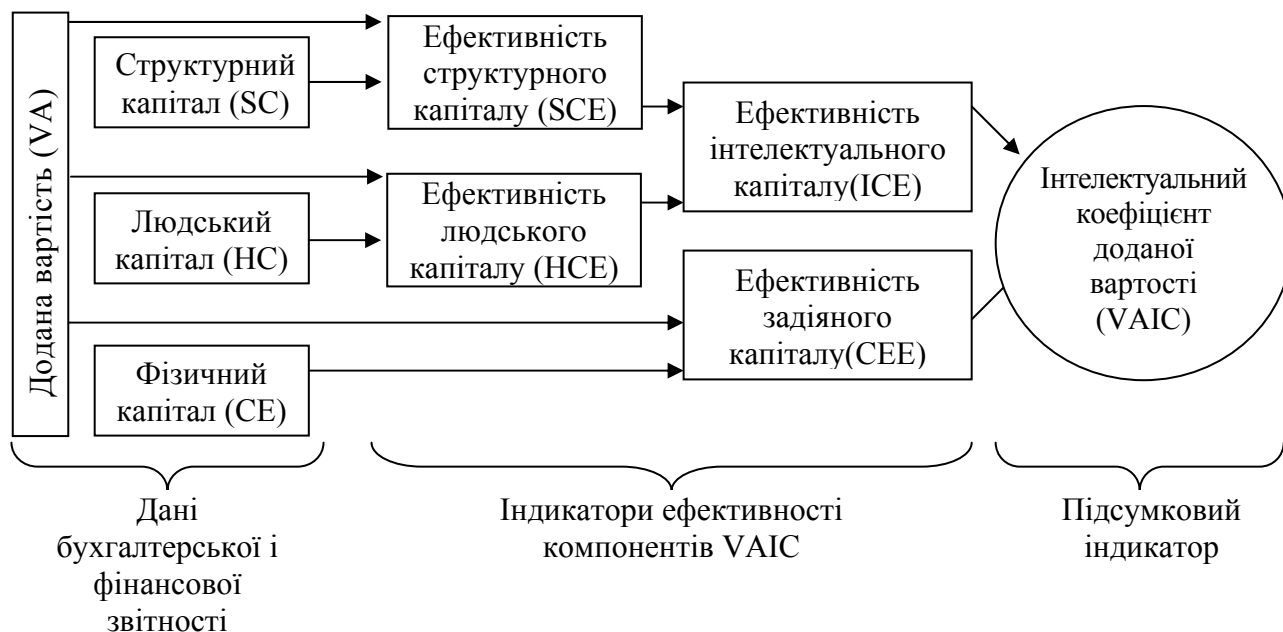


Рис. – Опис методу розрахунку VAIC

Переваги запропонованого методу наступні:

- VAIC являє собою стандартизовану оцінку ефективності інтелектуального капіталу, при якій можна проводити дослідження на великих вибірках (як за країною, так і по галузях);

– вихідні дані для методології VAIC засновані на перевірених аудиторами інформації.

До недоліків можна віднести те, що більшість елементів інтелектуального капіталу за VAIC виступають лише оцінками, отриманими з фінансової звітності; надійність вихідних результатів пов'язана з надійністю даних фінансової звітності; існує слабкий емпіричний доказ зв'язку ефективності інтелектуального капіталу за методикою VAIC з фінансовими результатами [2].

Таким чином, інтелектуальний коефіцієнт доданої вартості представляє собою повноцінний індикатор, здатний оцінити відносну ефективність і здатність підприємства виробляти інтелектуальний капітал. VAIC аналітично визначає вартість нематеріальних активів та інтелектуального капіталу для існуючих підприємств, що знаходяться на етапі сталого розвитку.

Література

1. Быкова А. А. Влияние интеллектуального капитала на результаты деятельности компании [Электронный ресурс] / А. А. Быкова, М. А. Молодчик. – Режим доступа : <http://www.vestnikmanagement.spbu.ru/archive/pdf/495.pdf>.

2. Давыденко Л. Н. Методические приёмы оценки интеллектуального капитала [Электронный ресурс] / Л. Н. Давыденко, Т. А. Шердакова. – Режим доступа : http://vesti.gsu.by/vesti_gsu_2010_2.pdf.

Гуренко В.І.
аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

ПРОБЛЕМИ ВИРОБНИЦТВА ПРОДУКТІВ ХАРЧУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ ОДЕСЬКОЇ ОБЛАСТІ

В сучасних умовах цінового антагонізму на продовольчому ринку – коли ринкова ціна недоступна для покупців і збиткова для продавців – значна частина населення не забезпечена повноцінним харчуванням, а 41,3% підприємств з виробництва продуктів харчування в Одеській області є збитковими.

Протягом 1990-2000 рр. в Одеській області значно зменшилися обсяги споживання на душу населення майже всіх продуктів харчування. Найбільш значне зменшення спостерігалось у споживанні м'яса і м'ясопродуктів – на 58,5 %, молока – на 54,0 %, плодів, ягід та винограду – на 50,3 %, рибних продуктів – на 46,9 %. У 2000 р. порівняно з 1990 р. рівень споживання яєць зменшився на 38,0 %, цукру – на 28,5 %, олії – на 7,0 %. Натомість споживання картоплі збільшилося на 26,0 %, хлібних продуктів – на 14,7 %, а овочів – на 7,4%. Причиною такого різкого падіння рівня споживання стала найглибша за всю історію існування України криза 90-х років.

Деяке покращення економічної ситуації призвело до збільшення споживання у 2011 р. порівняно з 2000 р. майже всіх продуктів харчування, особливо споживання овочів та баштанних культур – на 95,3 % або на 85,3 кг, плодів, ягід та винограду – на 76,9 % або на 29 кг, риби та рибопродуктів – на 65,2 % або на 7,3 кг, а м'яса – на 52,6 % або на 15,3 кг.

Однак, подальший аналіз споживання населенням продовольчих товарів показав, що рівень споживання в 2011 р. за більшістю груп продовольчих товарів не досяг раціональної норми споживання, а за деякими – навіть мінімальної. Середньостатистичний житель Одеської області споживав порівняно дешевих хлібних продуктів на 14,5 %, а цукру – на 4,2 % більше від раціональної норми споживання, тоді як споживання дорогих м'яса та м'ясопродуктів було менше на 46,5 %, молока – на 52,6 %, риби та рибопродуктів – на 7,5 %, плодів, ягід та винограду – на 25,9 % менше раціональної норми. Порівнюючи раціональні та мінімальні норми споживання, можна побачити, що за всіма харчовими продуктами, окрім хлібних, раціональні норми споживання перевищують мінімальні

Аналізуючи стан промислового виробництва за підсумками 2011 р., слід відзначити, що Одеська область знаходилась на першому місці у виробництві хлібобулочних виробів, обробленого молока та нерафінованої соняшникової олії. У виробництві свіжої чи охолодженої яловичини і телятини, свіжої чи охолодженої свинини, ковбасних виробів, борошна та виноградного вина Одеська область посіла друге місце після Автономної республіки Крим, натуральних соків після Миколаївської області.

Одеська область традиційно є регіоном виноградарства й виноробства. Але у зв'язку з відсутністю ринків збуту виноробної продукції, а також через падіння купівельної спроможності населення, низьку конкурентоспроможність вітчизняних товаровиробників та наповнення ринку імпортною продукцією у виробництві напоїв спостерігалось скорочення виробництва виноградного вина на 71,2 %. Також спостерігалось зниження виробництва безалкогольних напоїв на 43,4 %. Водночас, збільшився обсяг випуску коньяку, бренді на 44,3 %.

Значну частину реалізованої промислової продукції серед продуктів харчування зайняло перероблення та консервування овочів та фруктів. Але, нажаль, спостерігається подібна ситуація, що і з винами. Підприємства із перероблення овочів та фруктів зменшили виробництво натуральних соків на 15,5 %, натуральних купажованих соків – на 12,5 %, натуральних консервованих овочів – на 5,4 %. Водночас на 26,5 % збільшилось виробництво консервованих овочів, фруктів з доданням оцту.

Одним з найбільших виробників молочної продукції в області було ВАТ «Балтський молочноконсервний комбінат». Але у грудні 2010 р. комбінат припинив свою роботу у зв'язку з відсутністю сировини, високими закупівельними цінами, обмеженістю обігових коштів.

Підприємства м'ясної промисловості порівняно з попереднім роком збільшили виробництво напівфабрикатів м'ясних в 1,7 рази, субпродуктів харчових – на 52,9 %, свинини свіжої (парної) чи охолодженої – на 41,9 %, яловичини і телятини свіжої (парної) чи охолодженої – на 31,1 %. Водночас, на 4,9 % знизилось виробництво ковбасних виробів.

Щомісяця об'єм реалізації продукції підприємств коливається в залежності від постачання сировини. Це, в першу чергу, пов'язано з тим, що на підприємствах постійно виникає велика дебіторська заборгованість за відвантажену продукцію, що створює певні труднощі у сплаті податків, у розрахунках з сільгосппідприємствами та в нормальному веденні виробництва.

Підсумовуючи вищезазначене, можна виділити такі основні проблеми виробництва продуктів харчування в Одеській області: відсутність державних замовлень на готову продукцію; скорочення сировинної бази, розрив інтеграції переробних підприємств із виробниками сировини; нестача обігових коштів для закупівлі сировини; відсутність реального захисту внутрішнього ринку від надмірного завезення продукції з сусідніх країн і областей; різке подорожчання енергоносіїв; недосконалість системи оподаткування та банково-фінансової політики; відсутність підтримки виробників сільськогосподарської продукції з боку держави; відносно пасивна участь керівництва окремих підприємств у виробленні стратегії розвитку; фізичний і моральний знос основного технологічного обладнання; велика доля тіньової економіки; низька купівельна спроможність населення; недостатня якість продукції. Лише приділяючи пильну увагу кожній з наведених проблем, державні органи влади можуть забезпечити продовольчу безпеку та зростання життєвого рівня населення Одеської області.

Література

1. Галич А. О. Особливості попиту на продовольчі товари в Полтавській області // Вісник Полтавської державної аграрної академії. – 2002. – № 2-3. – С. 136-138.
2. Пасхавер Б. Ціни виробництва і споживання продовольчого ринку // Економіка України: Політико-економічний журнал . – 12/2007 . – № 12 . – С. 51-61.
3. Харчова промисловість Одеської області. Статистичний збірник // Державна служба статистики України. Головне управління статистики в Одеській області. – Одеса. – 2012. – 50 с.

РОЛЬ FUZZY ТЕХНОЛОГІЙ У ПРИЙНЯТТІ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Ринкове середовище, у напрямку якого трансформується вітчизняна економіка, робить однією з актуальних проблем сьогодення розробку сучасного інформаційно-аналітичного інструментарію управління прибутком підприємств, який сприяє сталому підвищенню прибутковості підприємств, забезпеченню їх життєдіяльності та конкурентоспроможності в умовах змін, що відбуваються у сучасному світі з наростаючою динамікою. Вирішення цієї проблеми є досить складною задачею, яка потребує досліджень як на теоретичному рівні на основі застосування сучасних науково-методологічних досягнень, так і на практичному рівні, який передбачає урахування практичного досвіду управління прибутковими вітчизняними підприємствами та адаптації існуючих зарубіжних моделей управління прибутком до реальних умов функціонування промисловості України.

Під інформаційно-аналітичним інструментарієм управління прибутком будемо розуміти сукупність методів, моделей, необхідної інформації та способів її автоматизованої обробки для прийняття науково обґрунтованих рішень на усіх рівнях управлінської ієрархії, спрямованих на підвищення прибутковості підприємств як у найближчій перспективі, так і довгострокових періодах.

Якщо звернути увагу на історичний аспект формування існуючого інструментарію управління, то треба зазначити, що він сформувався ще за часів планової економіки Радянського Союзу, коли цільові показники розвитку підприємств встановлювались на верхньому щаблі державної влади та фактично не підлягали обговоренню. Тому не було потреби у використанні потужного математичного апарату для обґрунтування планів розвитку підприємств, прогнозування показників економічної ефективності їх діяльності.

Різкі зміни, що відбулися в Україні на етапі трансформації економіки, глобалізація вітчизняного бізнесу, жорстка конкуренція на внутрішніх та зовнішніх ринках, потребують здійснення структурних змін у системі управління підприємствами, створення нового інформаційно-аналітичного інструментарію управління. При цьому, як відмічають багато дослідників, традиційні методи економіко-математичного моделювання, що засновані на класичній, аристотелевській, бінарній логіці, по своїй суті не можуть бути використані для створення сучасного інструментарію, оскільки вони не пристосовані для роботи з неточністю та невизначеністю сучасних соціально-економічних систем, до яких відносяться і підприємства. Зростаюча неможливість пояснення великої кількості процесів і змін у новітній економіці з позиції сучасної економічної теорії та невідповідність традиційних економіко-математичних методів новим економічним умовам були описані Т. Куном у

теорії кризових ситуацій в науці [1, с.56], згідно з якою старі системи замінюються новими, отриманими евристично, у результаті, так званих, «наукових революцій» або «змінення парадигм».

Отже, з вище сказаного можна зробити висновок про необхідність перегляду концептуальних засад функціонування сучасного інструментарію управління.

Новий інформаційно-аналітичний інструментарій управління економічною ефективністю виробничо-господарської діяльності підприємств повинен ґрунтуватися на новітніх технологіях обробки економічної інформації та на якісному і кількісному економічному аналізі із застосуванням інноваційних економіко-математичних методів і моделей, сучасних інформаційних технологій, електронно-обчислювальних та комунікаційних засобів. Для розробки цього інструментарію управління необхідно використовувати методи, так званого, неформального аналізу із застосуванням досвіду керівників, їх суб'єктивних оцінок, кластерного аналізу, методів Fuzzy-технологій, що ґрунтуються на синергетичному поєднанні понять і методів нейро-комп'ютерингу та мислячих обчислень нечіткої логіки [2, с.3], заснованих на нечітких множинах.

Цей інструментарій має надати можливість здійснювати фінансово-економічний аналіз та прогнозувати напрями економічного розвитку об'єкту дослідження відповідно до реальних статистичних даних з урахуванням усієї наявної інформації (зокрема і експертної). До основних його задач відносяться задачі евристичного класу, які полягають у вимірюванні одержаних результатів, оцінюванні існуючої економічної ситуації, стратегічному плануванні шляхів ефективного функціонування підприємств в умовах мінливого зовнішнього ринкового середовища, створенні програми економічного розвитку підприємства, розробці напрямів майбутньої виробничо-господарської діяльності, виборі стратегії конкурентної боротьби, окремі задачі контролю та регулювання розподілу ресурсів, виконання окремих комплексів робіт тощо, а також задачі автоматизованої обробки великих об'ємів потоків економічної інформації.

Fuzzy-технології дослідження систем, штучний інтелект одержали значний розвиток в останні роки у зв'язку з можливістю комп'ютерної обробки великих баз даних.

Сучасний інформаційно-аналітичний інструментарій управління прибутком дає можливість аналізувати об'єкти і процеси у всій множині їх характеристик, число яких може бути досить значним. Тому він дозволяє адаптувати діяльність підприємства до впливу зовнішніх і внутрішніх факторів, підвищити їх економічну ефективність, покращити розподіл ресурсів та використання виробничого потенціалу.

Література

1. Кун Т. Структура научных революций. – М.: Прогресс, 1975. – 288 с.

2. Заде Л. Вступне слово засновника нечіткої логіки професора Лотфі А. // Нейро-нечіткі технології моделювання в економіці. – 2012. – № 1. – С. 3.

Солярчук Н.Ю.

аспірант

Національний університет «Львівська політехніка» (Україна)

ФРІЛАНС ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗНИЖЕННЯ РІВНЯ БЕЗРОБІТТЯ В УКРАЇНІ

Проблема безробіття в Україні спонукає молодь та висококваліфіковані кадри шукати високооплачувану роботу за кордоном. Також низький рівень оплати праці за основним місцем роботи мотивує працівників шукати додаткового заробітку.

Дану проблему частково може вирішити розвиток фрілансу в Україні. Фріланс є формою підприємництва, яка не потребує значних капіталовкладень зі сторони працівника, який планує розпочати свою діяльність як фрілансер, оскільки фрілансер, як правило, працює вдома і не потребує офісних приміщень. Основними засобами праці фрілансера є комп'ютер з доступом до інтернету та необхідне програмне забезпечення, залежно від обраної сфери діяльності. Також фріланс надає можливість працювати на світовому ринку використовуючи сучасні засоби комунікації, технології, що дозволяють працювати дистанційно, не залежно від місця знаходження замовника та фрілансера, а також відстані між ними [1; 2].

Ключовим фактором успішної діяльності фрілансерів з України на світовому ринку є їх конкурентоспроможність. Для забезпечення конкурентоспроможності необхідним є постійний розвиток та удосконалення навичок та вмінь фрілансера, знання іноземних мов для спілкування із замовниками. Тобто в успішній діяльності фрілансера важливим є саме інтелектуальний капітал.

Фріланс можна розглядатися працівником як основний чи додатковий дохід, оскільки фрілансери мають гнучкий графік роботи, який залежить від того, скільки часу він має можливість працювати над замовленнями та фріланс-проектами. Отже, враховуючи вищесказане, можна стверджувати, що фріланс має багато позитивних ознак для працівників даного виду діяльності.

При низькому попиті на внутрішньому ринку фрілансер має можливість повноцінно працювати на світовому ринку фріланс-послуг, при цьому залишатися в Україні. Це позитивно впливає на національну економіку, оскільки знижує рівень вимушеної еміграції в розвинуті країни через складність отримання високооплачуваної роботи в Україні. Також фрілансери, співпрацюючи з іноземними замовниками, мають можливість отримувати значно вищий дохід. Фрілансер з України, який працює на внутрішньому ринку за умови повної зайнятості отримує в середньому 369 дол. США за місяць, а фрілансер, що працює на світовому ринку з іноземними замовниками – 4200 дол. США (більше, ніж 11 разів) [3].

Враховуючи позитивний вплив такої форми підприємництва як фріланс на національну економіку, доцільним є стимулювання його розвитку. Однак це потребує певних удосконалень у законодавчій базі України. Зокрема доцільно виокремити фріланс як форму підприємництва та розробити спрощену систему оподаткування фрілансерів.

Актуальним є створення загальноукраїнської інтернет-біржі фрілансу та ефективне використання її можливостей для успішної діяльності фрілансерів як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринках. Це надасть поштовх до розвитку фрілансу в Україні та дозволить використовувати різноманітні інструменти регулювання діяльності фрілансерів. Зокрема стимулювання до реєстрації у якості підприємця та сплати податків, надання гарантій своєчасної оплати праці для фрілансерів та якісного виконання робіт для замовників за допомогою сервісів, які вже успішно використовуються світовими, у тому числі російськими інтернет-біржами фрілансу для підвищення рівня довіри між ними тощо.

Інтернет-біржі можуть стимулювати фрілансерів до реєстрації як підприємців шляхом розширення можливостей використання додаткових інструментів для ефективної роботи, наприклад, можливість використання сервісу гарантованої оплати праці (замовник здійснює оплату після затвердження технічного завдання та узгодження всіх деталей співпраці з фрілансером на рахунок біржі, а після виконання фрілансером даного замовлення і підтвердження про передачу його замовнику у відповідні терміни, зазначена сума перераховується на рахунок фрілансера). Зазначимо, що окремі російські інтернет-біржі фрілансу, такі як «Prohq» успішно використовують такі методи. Тому доцільно запровадити таку систему управління фрілансовою діяльністю і в Україні з метою зменшення кількості фрілансерів, які працюють «в тіні».

Отже, розвиток фрілансу можна назвати одним із шляхів зниження рівня безробіття, оскільки така форма підприємництва надає можливість працювати дистанційно та створити власне джерело доходу.

Література

1. Малоун Томас У. Труд в новом столетии. Как новые формы бизнеса влияют на организации, стиль управления и вашу жизнь / Пер. с англ. – М.: ЗАО «Олимп–Бизнес», 2006. – 272 с.

2. Паламарчук В. А. Типологія форм самозайнятості [Електронний ресурс] / В. А. Паламарчук, О. П. Пристайко // Проблеми підвищення ефективності інфраструктури. – Київ. Національний авіаційний університет. – Випуск 25. – Київ: НАУ, 2010. – Режим доступу : http://archive.nbuiv.gov.ua/portal/soc_gum/ppei/2010_25/palamarchuk.pdf

3. Афонін Е. А. Експортоорієнтована сфера послуг – новий вектор економічного зростання України? / Е. А. Афонін, С. Л. Благодєлева-Вовк // Український соціум. – 2012. – № 4(43). – С. 141-160.

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ПРОМИСЛОВИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Посилення впливу на національну економіку міжнародних фінансово-економічних процесів, загострення конкурентної боротьби та становлення нових економічних відносин потребує зміни стандартних методів управління підприємством. Адаптація підприємства до вимог зовнішнього середовища можлива тільки при впровадженні принципів стратегічного управління. Прийняття управлінських рішень в значній мірі залежить від інформаційного забезпечення, тому об'єм та важливість інформаційної підсистеми значно збільшується. Неповна інформація о стані внутрішнього та зовнішнього середовища, перспективах розвитку часто призводить до помилок пов'язаних з формуванням та реалізацією стратегії. У зв'язку з цим значної актуальності набувають питання інформаційного забезпечення стратегічного планування.

Стратегічне управління – дуже молодий вид управління, специфіка якого потребує підвищеної уваги до інформації. В сучасних умовах постійне збільшення обсягу інформації та швидка мінливість її корисності обумовлена значною динамічністю зовнішнього середовища. Конкурентні переваги підприємства в значній мірі залежать від своєчасного отримання та достовірності інформації, використаної для прийняття управлінського рішення. Інформаційний ресурс набуває важливості в забезпеченості стратегічної діяльності поряд з такими ресурсами як матеріальні, трудові, енергетичні та фінансові.

Процес стратегічного управління включає в себе проведення аналізу зовнішнього середовища функціонування підприємства, визначення цілей та задач, визначення альтернативних шляхів розвитку, вибір стратегії, впровадження стратегії, корегування стратегії та методів її впровадження

Американські дослідники У. Кінг і Д. Кліланд в своїх працях докладно розглянули процеси інформаційного забезпечення стратегічного планування. На думку цих авторів, інформація набуває стратегічного характеру, якщо дані пройшли аналітичну обробку та підготовлені для конкретного і певного використання в процесі стратегічного планування [1]. На підставі цього можна зробити висновок: стратегічна інформація – аналітично оброблені дані про стан і динаміку внутрішнього та зовнішнього середовища, які використовуються для розробки та реалізації стратегії підприємства.

Інформаційне забезпечення стратегічного управління та планування повинно враховувати ряд особливостей: по-перше, стратегічне управління це тривалий процес, по-друге, збір інформації потрібно здійснювати безперервно, по-третє значну увагу потрібно приділяти якості та надійності інформації.

Значну роль в системі стратегічного управління відіграє точність, надійність та повнота інформації. В значних інформаційних потоках часто

зустрічається ненадійна інформація, яку дуже складно виявити. Вирішення цього питання значною мірою залежить від вибору джерела інформації.

Для інформаційного забезпечення стратегічного управління необхідно:

- визначити тип та обсяги необхідної для стратегічної діяльності інформації;
- розробити ефективну систему збирання, обробки, використання та зберігання інформації;
- вжити заходів для запобігання негативного ефекту використання недостовірної інформації;
- створити умови для ефективного використання необхідної інформації для прийняття стратегічних рішень [2].

Неповна інформація о стані внутрішнього та зовнішнього середовища, перспективах розвитку підприємства призводить до невизначеності в рішенні управлінських задач. Основна причина такого становища – неефективна організація інформаційного забезпечення управління. Отже розвиток стратегічно управління тісно пов'язаний зі створенням на підприємствах єдиного комплексу інформаційного забезпечення управлінської діяльності.

Література

1. Кинг У, Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика. – М.: Прогресс, 1982. – 397 с.
2. Шершньова З. Є., Оборська С. В. Стратегічне управління : Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 1991.

Тарасевич А.П.

аспірант

Одеський національний економічний університет (Україна)

КОНЦЕПТУАЛЬНА МОДЕЛЬ МОНІТОРИНГУ В УПРАВЛІННІ ЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ

Моніторинг є важливим елементом в управлінні економічною діяльністю підприємств.

Проблема значення, ролі та місця моніторингу в діяльності підприємства розглядалася в роботах багатьох вітчизняних вчених, таких як М.В. Пугачова, П.В. Єгоров, Н.В. Алексеєнко, О.О. Терещенко, Т.Г. Емельяненко, А.В. Зберовскій, В.К. Галіцін та ін.

Моніторинг – це спеціально організоване систематичне спостереження за об'єктами, явищами та процесами дослідження, систематизація отриманих даних для подальшого аналізу, діагностики, виявлення тенденцій розвитку та прогнозування з метою прийняття управлінських рішень. Системність моніторингу означає, що він є постійно діючим інформаційним процесом.

Інформаційною основою моніторингу є дані державної статистичної звітності, що доповнюються матеріалами обстежень, що проводяться в

організаціях для вирішення завдань управління, стратегічного планування маркетингу інвестиційними програмами і проектами. Досягнення мети та вирішення поставлених перед моніторингом задач можливе через достовірну інформацію, що накопичена в базі даних моніторингу [1, с.149]. Така база даних повинна охоплювати всі аспекти економічної діяльності підприємств (рис. 1).

Актуальною представляється розробка концепції моніторингу економічної діяльності підприємств, яка б включала у свій склад принципи моніторингу, його цілі, задачі, функції, інструменти реалізації моніторингу та інформаційну підтримку прийняття об'єктивних рішень про стан та тенденцію розвитку економічної діяльності підприємств (рис. 2) [2, с.42].

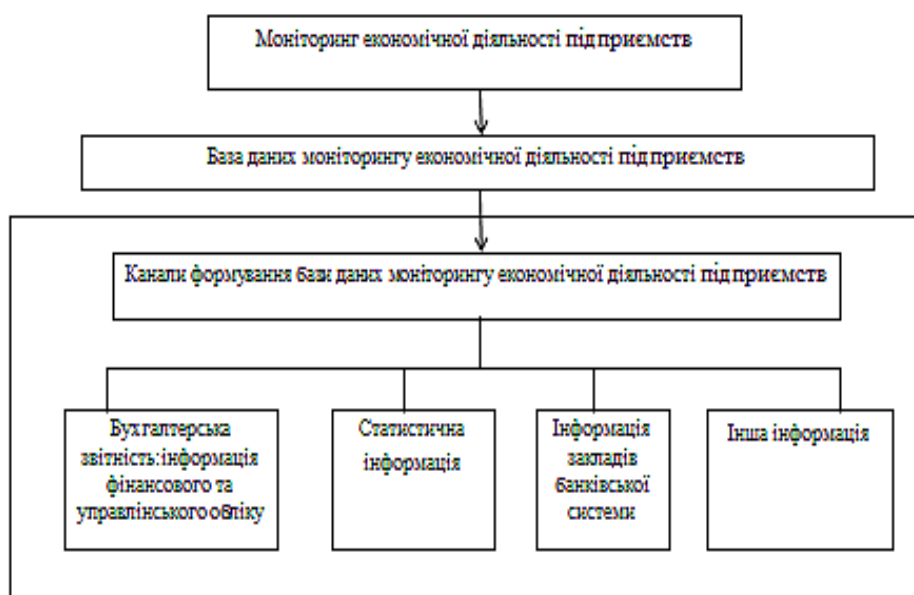


Рис. 1 – Модель формування бази даних моніторингу економічної діяльності підприємств

Підкреслимо, що необхідність та значення системи моніторингу підприємства обумовлені необхідністю систематичного аналізу та вдосконалення роботи в ринкових відносинах, переходу до самоокупності, самофінансування, потребою в поліпшенні використання фінансових ресурсів, а також пошуком загальних резервів зміцнення економічної стабільності підприємства.

Література

1. Воронков К. Н. Формирование и развитие мониторинга промышленного предприятия / К. Н. Воронков // Перспективы науки. – 2011. – № 4(19). – С.148-150.

2. Егоров П. В. Стратегический мониторинг в управлении финансово-хозяйственной деятельностью производственных систем : Монография / П. В. Егоров, Н. В. Алексеенко. – Донецк : ООО «Юго-Восток, Лтд», 2005. – 176 с.

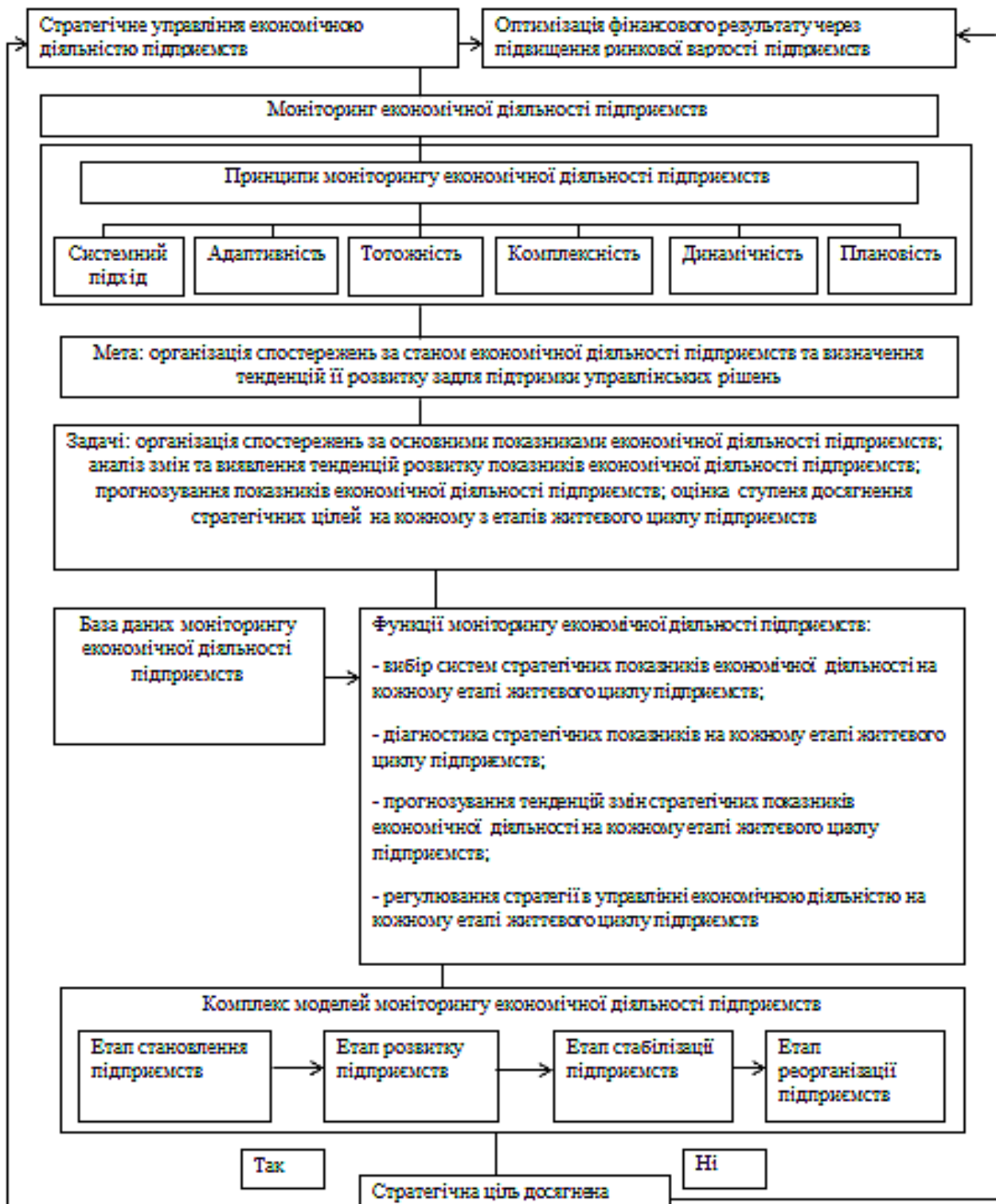


Рис. 2 – Концептуальна модель моніторингу в управлінні економічною діяльністю підприємств

МЕТОД АВС ТА ЙОГО ВПЛИВ НА УПРАВЛІННЯ ВИТРАТАМИ ПІДПРИЄМСТВА

Для вітчизняних підприємств, які в сучасних ринкових умовах спостерігають жорстку конкуренцію, постає важлива проблема у формуванні дієвої системи управління витратами.

Управління витратами є однією з найважливіших та найскладніших проблем в економіці. І саме в умовах економічної кризи управління витратами набуває особливого значення, оскільки воно дає можливість виявлення шляхів забезпечення максимально високого рівня віддачі від використання ресурсів.

Одним із інструментів управління витратами на вітчизняних підприємствах є Activity Based Costing – метод обґрунтування собівартості продукції, що використовується у закордонній практиці для розподілу непрямих витрат між видами продукції та процесами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій вказує на те, що даний метод у різний час розглядався в роботах таких науковців, зокрема Л.В. Нападовської, В.М. Добровського, Т. Джонсон, Р. Каплан.

Виникнення даного підходу до управління витратами було зумовлено тим, що у 80-ті роки менеджерів та бухгалтерів перестали задовольняти існуючі системи обліку виробничих витрат. Це було пов'язано із розвитком виробничих можливостей, які привели до розширення асортименту продукції, відмінної за розмірами, витратами, складністю дизайну; автоматизацією виробничих процесів, що спричинила зменшення частки прямих трудових витрат і зростання накладних витрат; збільшенням вартості ресурсів, прямо не пов'язаних із виробництвом [1, с.147].

Принциповою відмінністю методу АВС від інших методів є порядок розподілу непрямих витрат.

АВС-метод як інструмент аналітичного обґрунтування управлінських рішень має певні особливості, які в загальному випадку полягають у наступному:

1. головним критерієм оптимізації є максимум корисного ефекту об'єкта на одиницю сукупних витрат ресурсів протягом його життєвого циклу;
2. крім загального впливу на ефективність господарювання, вивчається оптимальність складу елементів об'єкту в розрізі складових корисного ефекту і сукупних витрат;
3. метод дозволяє обґрунтувати вибір об'єкта для виконання необхідних функцій з мінімальними витратами протягом його життєвого циклу [2].

Метод АВС виходить за рамки традиційного узагальнення про витрати та розбиває їх на дрібні, різномірні групи; у межах кожної є свій носій витрат і відповідна база розподілу.

Перевагами такого методу є підвищення обґрунтованості віднесення накладних затрат на конкретний продукт; точніше калькулювання собівартості. Забезпечення взаємозв'язку отримуваної інформації з процесом формування затрат.

Недоліками ж методу ABC виступають суттєві зміни у системі бухгалтерського обліку й удосконалення систем інформаційної підтримки, що зумовлює зростання затрат на управління.

Системи обліку витрат і методи калькулювання існують для того, щоб допомагати менеджерам в управлінні витратами, це входить в обов'язки безпосередніх виконавців певних видів діяльності [3, с.216]. Якщо менеджери удосконалюють виробничі процеси, то саме вони хочуть, щоб були змінені системи управління витратами на підприємстві. При цьому визнається, що продукт споживає “діяльність, а діяльність – ресурси”. Тому увага менеджерів нижчої ланки фокусується не на продукцію, а на діяльність, завдяки якій вона створюється. Якщо управління діяльністю здійснюється якісно, то витрати зменшуються, а продукція стає більш конкурентоспроможною. Це дає змогу зробити такі висновки:

1. Метод ABC розглядає витрати із точки зору не тільки собівартості кінцевих продуктів, але і як витрати на виконання окремих функцій та дій. Це створює додаткові можливості для контролю витрат особами, що їх здійснюють.

2. Метод ABC дає змогу ефективніше управляти накладними витратами, оскільки існує можливість для аналізу причин виникнення витрат у рамках підприємства.

3. Метод ABC дає змогу точніше оцінити не тільки рентабельність окремих видів продукції, але й вигідність клієнтів, сегментів ринку, каналів збуту.

4. Метод ABC є складним, і тому допускаються певні умовності у застосуванні. Тому його використання, заміна ним традиційних методів калькулювання в управлінському обліку мають бути економічними і методологічно обґрунтованими.

Література

1. Нападовська Л. В. Управлінський облік : [підруч. для студ. вищ. навч. закл.] / Л.В. Нападовська. – К.: Кн., 2004.– 544 с.

2. Використання ABC-методу в системі управління витратами промислового підприємства [Електронний ресурс] / Т. В. Васильєва, О. В. Рябенков. – Режим доступу :

http://archive.nbu.gov.ua/portal/soc_gum/sre/2011_1/181.pdf

3. Хорнгрен Ч. Т. Бухгалтерский учёт: управленческий аспект / [пер. с англ.]; [под ред. Я. В. Соколова]. / Ч.Т. Хорнгрен, Дж. Фостер. – М.: Финансы и статистика, 1995. – 416 с.

КОРПОРАТИВНЕ УПРАВЛІННЯ: СВІТОВІ ТЕНДЕНЦІЇ І СИТУАЦІЯ В УКРАЇНІ

Світова фінансова криза вказала на слабкі місця в структурах корпоративного управління компаній, такі як надмірні ризики, неефективні стимули в компенсації топ-менеджерів і надання переваги досягненню короткострокових цілей замість довгострокових. В Україні система корпоративного управління знаходиться в зародковому стані, і є ряд актуальних проблем, що потребують вирішення, а саме: ефективне використання акцій як інструмента корпоративного управління, підвищення ефективності компенсаційної політики для топ-менеджерів, створення комплексної фінансової системи управління підприємством, за якої корпоративне управління знаходиться у взаємозв'язку зі стратегічним менеджментом.

Потенційні інвестори, націлені на ринки країн, що розвиваються, приділяють значну увагу корпоративному управлінню, а особливо якості розкриття інформації та вмотивованості менеджерів (за даними дослідження Міжнародної Фінансової Корпорації 2012 р.). Тож, розвиток корпоративного управління в Україні може стати запорукою підвищення інвестиційної привабливості країни в цілому.

Акціонери завжди зацікавлені в тому, щоб які компанією керували менеджери, рішення яких були б спрямовані на максимізацію зростання ціни акції. Тому вкрай важливим є вмотивування топ-менеджерів до збільшення вартості акцій компанії, а корпоративне управління якраз є набором правил і процедур, які гарантують, що керівники компанії будуть на практиці діяти в інтересах акціонерів. Ми вважаємо, що найефективнішим є метод мотивування менеджерів через компенсацію. Проаналізувавши систему компенсаційної політики в різних країнах Європи, ми можемо зробити висновок, що в більшості успішних компаній компенсація складається з фіксованої грошової частини та зі змінної частини, розмір якої визначається критеріями ключовими показниками ефективності (КПЕ), деякі з яких відображають діяльність компанії за останній період часу (наприклад, залежать від прибутку на акцію за звітний рік), а інші залежать від результатів діяльності за більш довгий період (3-10 років). Але головним показником є ринкова ціна акцій компанії.

Показником дохідності для акцій у світовій практиці найчастіше виступає повний дохід акціонерів – Total shareholders return (TSR) – це розрахована за певний проміжок часу відсоткова зміна ціни акції, скорегованої на виплати дивідендів, що відбулись за обраний проміжок часу. Візьмемо цей показник за основу даного дослідження.

Швейцарія має одну з найбільш розвинутих систем корпоративного управління в Європі. Проаналізувавши компенсаційну структуру 75 найбільших швейцарських компаній, ми побачили, що у компаній, у яких в

структурі компенсації відсутня виплата у вигляді фінансових інструментів, вартість яких прив'язана до ціни акцій компанії (далі equity-based compensation), зростання TSR відносно набагато нижче, ніж у компаній, у яких частка equity-based compensation становить 10-30 % всієї компенсації. З цього можна зробити висновок, що виплата equity-based compensation є ефективним методом мотивування менеджерів до прагнення підвищувати вартість компанії, а разом з тим задовольняти інтереси акціонерів.

Також, було проведено аналіз російських компаній індексу РТС та виявлено, що з 50 компаній, 17 мають equity-based compensation або топ-менеджери придбали акції компанії за власним бажанням. Середній TSR таких компаній складає 23 %, в той час як середній TSR компаній, які не мають equity-based compensation або не розкривають дану інформацію, складає 3 %.

Розглядаючи українські компанії, які здійснили IPO на зарубіжних фондових біржах, удосконалення корпоративного управління та компенсаційної політики могло б стати вирішальним фактором при залученні інвестицій. На даний момент, більшість цих компаній не мають в структурі компенсації інструментів, вартість яких базувалася б на ціні акцій компанії. При цьому річний TSR індексу українських компаній на Варшавській фондовій біржі станом на 1 січня 2013 р. становить лише 6,8 %, що майже втричі менше за TSR російських компаній з equity-based compensation. А враховуючи можливість подвійного лістингу, з'явиться і можливість залучити кошти вітчизняних інвесторів, але за умови, що ці компанії матимуть очевидні переваги над тими, що вже торгуються на українському фондовому ринку. Такими перевагами можуть стати прозорість, якість розкриття інформації, високий рівень корпоративного управління.

Отже, проаналізувавши світові практики та ситуацію в Україні, запропонуємо такі заходи покращення корпоративного управління українських компаній: у структурі компенсації має бути передбачена не тільки фіксована заробітна плата, а й змінна частина, яка буде залежати від ефективності роботи менеджера та певних показників діяльності компанії (прибутку, ліквідності, ціни акцій тощо); компенсаційна політика має бути опублікованою на сайті компанії аби усі потенційні інвестори мали змогу з нею ознайомитися. Це підвищить довіру інвесторів і акціонерів до компанії.

Література

1. V. Khanna, R. Zyla: Survey Says...Corporate Governance Matters to Investors in Emerging Market Companies [Electronic resource] : 2012. – Mode of access:URL:www.ifc.org/wps/wcm/connect/dbfd8b004afe7d69bcb6bdb94e6f4d75/IFC_EMI_Survey_web.pdf?MOD=AJPERES

2. SIX Swiss Exchange – Mode of access : URL : www.six-swiss-exchange.com/

3. Warsaw Stock Exchange – Mode of access : URL : http://www.gpw.pl/portfele_indeksow_en#WIG-Ukrain

Індекс РТС – Режим доступу : URL : <http://rts.m>

ПРИНЦИПИ ФОРМУВАННЯ ОСНОВНИХ ПІДСИСТЕМ ВНУТРІШНЬОГО ЕКОНОМІЧНОГО МЕХАНІЗМУ ПІДПРИЄМСТВА

Підсистема контролю і оцінки діяльності підрозділів дає можливість визначити причини відхилень, місце їхнього виникнення та вжити відповідних заходів щодо усунення недоліків і поширення позитивних результатів. Контроль на підприємстві здійснюється, як правило, централізовано відділом технічного контролю (ВТК).

Виділяють наступні види контролю:

- а) за функціональними напрямками: технічний контроль (якості продукції); контроль трудової дисципліни; контроль поточних витрат;
- б) за часом: поточний; плановий; додатковий;
- в) за ієрархією управління: контроль підприємства; контроль підрозділів; контроль робочих місць;
- г) за ієрархією планування: стратегічний контроль; тактичний контроль; оперативний контроль.

До основних принципів формування системи внутрішньовиробничого контролю відносяться:

Принцип універсальності передбачає, що вся виробничо-господарська діяльність підприємства повинна системно і комплексно контролюватися для встановлення її законності, ефективності, виконання в повному обсязі і у встановлений термін.

Принцип безперервності передбачає, що всі об'єкти контролю підлягають постійному контролю з боку вищестоящої ланки, виходячи з умов, характеру й властивостей їхньої діяльності, що забезпечує можливість своєчасного коректування діяльності.

Принцип дієвості передбачає активний вплив контролю на процес господарської діяльності шляхом виявлення недоглядів, недоліків і попередження їх у подальшій роботі підприємства і його підрозділів.

Принцип об'єктивності передбачає неупереджене виконання контрольних функцій і прозоре висвітлення результатів перевірки господарської діяльності на основі зіставлення змісту перевірених фактів із законами, інструкціями, розпорядженнями.

Принцип плановості передбачає виконання контрольних функцій згідно попередньо розробленого і затвердженого плану.

Принцип науковості передбачає застосування досягнень науки та накопиченого досвіду в здійсненні контролю, розробку науково обґрунтованих пропозицій за результатами контролю.

Оцінка роботи підрозділів визначається шляхом порівняння фактичних і планових значень показників, визначенням його динаміки в порівнянні з минулими періодами.

Система оцінки діяльності визначає ті підрозділи, які ефективніше використовують економічні важелі в організації своєї діяльності та забезпечують зростання результативності функціонування підприємства в цілому.

Підсистема матеріальної відповідальності підрозділів підприємства спрямована на дотримання виконання планових завдань і договірних зобов'язань між підрозділами підприємства.

Підрозділ, що порушив свої зобов'язання відповідає за виникнення збитків у підрозділу-партнера і повинен відшкодувати матеріальні втрати. Відшкодування втрат відбувається за рахунок прибутку або собівартості підрозділу, з вини якого вони виникли.

До основних принципів побудови ефективної підсистеми матеріальної внутрішньовиробничої відповідальності відносяться:

Принцип відшкодування економічних збитків і матеріальних втрат всіма підрозділами (основними, допоміжними, обслуговуючими, керуючими).

Принцип включення в систему претензій і санкцій усіх елементів виробництва.

Принцип необоротності та своєчасності матеріальної відповідальності.

Принцип об'єктивності пред'явлених претензій і реальність санкцій залежно від нанесеного збитку.

Принцип відшкодування економічних збитків у повному обсязі.

Принцип правильного вибору джерела відшкодування збитків.

Для формування дієвого внутрішнього економічного механізму підприємства необхідно враховувати вплив внутрішніх чинників, до яких, на нашу думку, відносяться:

- стратегічні цілі підприємства;
- місія підприємства;
- організаційна структура підприємства;
- форма власності підприємства;
- рівень кваліфікації персоналу;
- стиль управління;
- наявність системи мотивації до праці;
- соціально-психологічний клімат;
- фізіологічні фактори.

Врахування основних принципів та чинників дозволить на підприємствах сформулювати ефективну систему внутрішнього економічного механізму з метою покращення взаємодії підрозділів та забезпечення розвитку підприємства.

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ МАШИНОБУДІВНОГО ПІДПРИЄМСТВА В СУЧАСНИХ УМОВАХ

В сучасних ринкових умовах саме ефективне управління персоналом є найголовнішим чинником для забезпечення конкурентоспроможності машинобудівного підприємства, адже саме від працівників залежить доля тієї продукції, яку випускає підприємство. ТОВ НВП «ХМЗ» засноване у 1887 р. і з моменту зародження підприємство постійно працює над удосконаленням техніки і якості продукції, що залежить саме від персоналу.

Управління персоналом як багатогранний і винятково складний процес має свої специфічні закономірності і властивості та повинне придбати системний характер і завершеність на основі комплексного рішення кадрових проблем, впровадження нових, і удосконалювання існуючих форм і методів роботи [1, с.247].

Проблема управління персоналом як головний напрям в забезпеченні ефективності роботи досліджувалась такими вітчизняними та зарубіжними вченими, як А.М. Гриненко, І.В. Лебедев, Д.П. Мельничук, І.Д. Крижко, А.М. Колот, Д.П. Богиня, П. Друкер, Г. Кунц та ін. Вони досліджували як теоретичні, так і практичні аспекти управління персоналом. Однак через складність й багатоаспектність цієї проблеми в сучасних умовах деякі питання треба розглядати більш глибоко.

Проаналізувавши різні підходи щодо управління персоналом, можна зробити висновок, що ця проблема вирішується абстрактно, тобто в загальному вигляді стосовно всієї організації, однак потрібно враховувати ще той факт, що кожне підприємство має свою специфіку, свої особливості щодо персоналу.

Ефективне управління персоналом є одним з головних чинників забезпечення конкурентоспроможності машинобудівного підприємства.

У сучасних умовах дедалі важливішими ресурсами поряд із фінансовим та виробничим капіталом стають знання, досвід, трудові навички, ініціатива, діловитість, ціннісно-мотиваційна сфера працівників підприємства.

Складовою управління персоналом є його розвиток – формування якостей персоналу, що відповідають вимогам підприємства.

Оцінювання працівника надзвичайно актуальна проблема. Непідготовлений працівник завдає економічних збитків низькою трудовіддачею, незаслуженою зарплатою, негативним впливом на трудовий колектив. Водночас людина, можливості якої цілком не використовуються, починає зневажати свою роботу й виконує її гірше за менш підготовленого працівника.

Установлено, що не рівень зарплат детермінує активність людей і задоволеність винагородою, а точність їхнього ранжирування за внеском у загальні результати. Головне завдання оцінювання працівників полягає у тому,

щоб кожний з них посів своє місце в структурі діяльності суспільства й одержував гідну зарплатню [2, с.19].

Таким чином, можна зробити висновок, що період адаптації нового працівника – дуже складний і витрато місткий процес. Однак, якісно зроблені інвестиції дадуть добрі результати.

Також дуже важливу роль для адаптації нового та вже існуючого персоналу відіграє сприятливий позитивний соціально – психологічний клімат, який позитивно впливає на самопочуття людини, її креативність у роботі.

Отже, управління персоналом залежить від ефективності формування трудового колективу та ефективно настільки, наскільки успішно співробітники підприємства використовують свій потенціал для реалізації поставлених перед нею цілей; тобто наскільки ці цілі є досягнутими. Затвердження цього положення в якості непорушного постулату є найбільш важливою умовою створення ефективної системи управління персоналом.

Для досягнення високих результатів праці працівників важливу роль відіграє мотивація їх трудової діяльності. Під мотивацією розуміють сукупність причин психологічного характеру, яка пояснює поведінку людини, скеровану на досягнення певної мети.

Мотивація є складовим елементом системи управління персоналом і спрямована на досягнення особистих інтересів працівника і спільних цілей діяльності підприємства [4, с.112].

Таким чином, було з'ясовано, що для ефективного управління персоналом машинобудівного підприємства є поєднання ефективного навчання персоналу, підвищення кваліфікації та, найголовніше, трудової мотивації для розвитку здібностей працівників, стимулювання їх до виконання робіт вищого рівня.

У сучасних умовах господарювання, формуючи систему управління персоналом, необхідно враховувати особливості як зовнішнього середовища, так і внутрішні фактори функціонування і розвитку промислового підприємства.

Література

1. Пожуєва Т.О. Стратегія управління персоналом – один з основних засобів підвищення праці // Гуманітарний вісник ЗДІА. – Вип. 43, 2010. – 336 с.
2. Омельченко О., Бойкова М. Як оцінити працівника // Віче. – № 12, 2008. – 45 с.
3. Вишневіська Н. М. Організаційні аспекти вдосконалення управління персоналом організації. Вісник. Вип. № 3(16), 2011. – 56 с.
4. Кузнецова Т. В., Яцелик С. О. Мотивація трудової діяльності персоналу підприємства. Вісник. Вип. № 3(16), 2011. – 286 с.

6. МАТЕМАТИКО-СТАТИСТИЧНІ МЕТОДИ І МОДЕЛІ ЕКОНОМІКИ ПІДПРИЄМСТВА

Янковой А.Г.

д.э.н., профессор

Одесский национальный экономический университет (Украина)

МЕТОДЫ УСЛОЖНЕНИЯ ФАКТОРНОЙ ДЕТЕРМИНИРОВАННОЙ МОДЕЛИ РЕЗУЛЬТАТИВНОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПОКАЗАТЕЛЯ

При исследовании влияния отдельных факторов на изменение результативного экономического показателя Y обычно используются разнообразные модели связи, среди которых выделяются детерминированные мультипликативные модели вида $Y = X_1 \times X_2 \times \dots \times X_m$, где X_j – факторы, определяющие вклад в абсолютный прирост ΔY ($j = 1, 2, \dots, m$).

Например, в простейшем двухфакторном случае ($Y = X_1 \times X_2$) валовую прибыль предприятия Y_B можно представить как произведение физического объема товарной продукции ($X_1 = Q$) и ее прибыли ёмкости ($X_2 = Y_B/Q$). При этом правая часть построенной модели должна тождественно равняться её левой части: $Q \times (Y_B/Q) = Y_B$.

Исходная факторная система взаимосвязанных показателей может быть искусственно усложнена самим исследователем, если правую часть модели умножить на дробь, равную единице. Данный подход позволяет перейти от двухфакторной модели к трёхфакторной, от трёхфакторной модели к четырёхфакторной и т.д. Этот переход может быть реализован двумя способами, которые будут проиллюстрированы на предыдущем примере двухфакторной модели валовой прибыли Y_B .

Первый способ. В модель вводится новый экономический показатель. Пусть им будет средняя годовая стоимость основных производственных фондов (ОПФ) предприятия F . Очевидно, что умножение правой части модели $Y_B = Q \times (Y_B/Q)$ на дробь $F/F = 1$ не меняет приведенного выше тождества. При этом новый сомножитель F/F в правой части может взаимодействовать как с первым фактором исходной модели Q , так и со вторым – Y_B/Q . Рассмотрим оба случая:

1) $Y_B = Q \times (F/F) \times (Y_B/Q) = F \times (Q/F) \times (Y_B/Q)$ и получаем трехфакторную модель валовой прибыли $Y_B = X_1 \times X_2 \times X_3$. В ней $X_1 = F$, $X_2 = Q/F$ – фондоотдача, образованная путём перестановки числителей первых двух сомножителей Q и F , $X_3 = Y_B/Q$ – прибылиёмкость товарной продукции. Правая часть построенной модели тождественно равна её левой части: $F \times (Q/F) \times (Y_B/Q) = Y_B$.

2) $Y_B = Q \times (Y_B/Q) \times (F/F) = Q \times (F/Q) \times (Y_B/F)$ и получаем ещё одну трехфакторную модель валовой прибыли $Y_B = X_1 \times X_2 \times X_3$. В ней $X_1 = Q$, $X_2 = F/Q$ – фондоёмкость товарной продукции, образованная путём перестановки числителей последних двух сомножителей Y_B и F , $X_3 = Y_B/F$ – рентабельность ОПФ. Легко показать, что правая часть построенной модели тождественно равна её левой части: $Q \times (F/Q) \times (Y_B/F) = Y_B$.

Таким образом, первый способ (умножение правой части модели на дробь X/X и её взаимодействие с двумя исходными факторами) даёт возможность получить две новые трёхфакторные модели. Очевидно, что если исходная модель трёхфакторная, то в результате образуются три новые четырёхфакторные модели и т.д. Вводя в исходную модель другие экономические показатели, и действуя аналогично, получают новые дополнительные модели более высоких порядков.

Второй способ. В модель вводится новый структурный показатель, связанный с объёмным фактором (в данном примере с Q). Он выглядит как отношение Q'/Q (где Q' – реализованная продукция предприятия) и называется коэффициентом реализации. Но для того, чтобы правая часть исходной двухфакторной модели не изменилась, умножение происходит на дробь $Q'Q/QQ' = 1$. Новая трёхфакторная модель валовой прибыли $Y_B = X_1 \times X_2 \times X_3$ имеет следующий вид: $Y_B = Q \times (Y_B/Q) \times (Q'Q/QQ') = Q \times (Q'/Q) \times (Y_B/Q) \times (Q/Q') = Q \times (Q'/Q) \times (Y_B/Q)$.

В ней $X_1 = Q$, $X_2 = Q'/Q$ – коэффициент реализации, образованный путём перестановки данного сомножителя на вторую позицию в правой части, $X_3 = Y_B/Q$ – прибылеёмкость реализованной продукции. Правая часть построенной модели снова тождественно равна её левой части: $Q \times (Q'/Q) \times (Y_B/Q) = Y_B$.

Оба указанных способа усложнения модели позволяют детализировать финансово-экономический анализ результативного признака Y . Данный процесс обычно ограничен только отсутствием информации о дополнительных экономических показателях предприятия. В табл. приведены некоторые наиболее популярные двух- и трёхфакторные модели прибыли предприятия.

При конструировании аналогичных моделей результативных качественных признаков, которые представлены в виде относительных величин X_1/X_2 , например, рентабельности реализованной продукции, производительности труда, фондоотдачи и т.п., ситуация несколько усложняется. Мы рекомендуем в данной ситуации поступать следующим образом:

- представлять изучаемый качественный показатель в виде произведения двух сомножителей $X_1 \times (1/X_2)$;

- по изложенным выше правилам строить детерминированную модель абсолютного экономического показателя X_1 , в которой не фигурировал бы в роли фактора правой части объёмный признак X_2 ;

- правую и левую части полученной модели абсолютного объёмного экономического показателя X_1 умножать на величину $1/X_2$.

Пусть необходимо построить двухфакторную модель рентабельности реализованной продукции. Действуя по предложенной схеме, получим:

- 1) рентабельность реализованной продукции Y/Q представим в виде $Y \times (1/Q)$, где Y – прибыль от реализации, Q – стоимость реализованной продукции;
- 2) по изложенным выше правилам построим двухфакторные детерминированные модели объёмного экономического показателя Y , например, $Y = F \times (Y/F)$ или $Y = T \times (Y/T)$, где F – средняя годовая стоимость ОПФ, T – затраты труда (численность работников) предприятия. В этих моделях в роли фактора правой части не фигурирует объёмный признак Q ;

Мультипликативные модели прибыли предприятия (Y)

Число факторов в модели	Формула	Обозначения
два	1. $Y = Q \times (Y/Q)$	Q – товарная продукция; Y/Q – прибылеёмкость товарной продукции
	2. $Y = F \times (Y/F)$	F – средняя годовая стоимость ОПФ; Y/F – рентабельность ОПФ
	3. $Y = T \times (Y/T)$	T – затраты труда (численность работников); Y/T – рентабельность общих трудовых затрат
три	1. $Y = F \times (Q/F) \times (Y/Q)$	Q/F – фондоотдача
	2. $Y = T \times (Q/T) \times (Y/Q)$	Q/T – производительность труда (выработка)
	3. $Y = T \times (F/T) \times (Y/F)$	F/T – фондовооружённость труда
	4. $Y = Q \times (F/Q) \times (Y/F)$	F/Q – фондоемкость продукции
	5. $Y = Q \times (T/Q) \times (Y/T)$	T/Q – трудоёмкость товарной продукции
	6. $Y = F \times (T/F) \times (Y/T)$	T/F – величина, обратная к фондовооружённости труда
	7. $Y = Q \times (Q'/Q) \times (Y/Q')$	Q' – реализованная продукция; Q'/Q – коэффициент реализации продукции; Y/Q' – прибылеёмкость реализованной продукции
	8. $Y = F \times (F'/F) \times (Y/F')$	F' – средняя годовая стоимость активной части ОПФ; F'/F – удельный вес активной части ОПФ; Y/F' – рентабельность активной части ОПФ
	9. $Y = T \times (T'/T) \times (Y/T')$	T' – численность рабочих; T'/T – удельный вес рабочих в численности работников; Y/T' – рентабельность трудовых затрат рабочих

- 3) умножение обеих частей полученных моделей на величину $1/Q$ даёт: $Y/Q = (F/Q) \times (Y/F)$ и $Y/Q = (T/Q) \times (Y/T)$, где F/Q – фондоемкость реализованной продукции, Y/F – рентабельность ОПФ, T/Q – трудоёмкость реализованной продукции, Y/T – рентабельность затрат труда.

Литература

1. Янковий О. Г. Порівняльний аналіз методів факторного економічного аналізу на базі мультиплікативних моделей / О. Г. Янковий // Статистична оцінка соціально-економічного розвитку : зб. наук. пр. за матер. Всеукраїнської наук.-практ. конф., 20 трав. 2011 р. – Хмельницький, 2011. – С.18-23.
2. Янковий О. Г. Детерміновані моделі факторного економічного аналізу / Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону : монографія // За заг. ред. А. З. Підгорного. – Одеса : Атлант, 2012. – С. 125-143.

Гресько А.А.

к.э.н., преподаватель,

Солодухин К.С.

д.э.н., профессор

Владивостокский государственный университет экономики и сервиса (Россия)

ВЫБОР СТРАТЕГИЙ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СТЕЙКХОЛДЕР-ОРГАНИЗАЦИИ С ЗАИНТЕРЕСОВАННЫМИ СТОРОНАМИ В УСЛОВИЯХ РИСКА

Под стейкхолдер-организациями понимаются организации, условием существования которых является способность устанавливать и поддерживать отношения с широким кругом заинтересованных сторон [1].

Стратегии взаимодействия организации с каждой группой заинтересованных сторон (ГЗС) лежат в основе стратегий всех уровней (корпоративной стратегии, бизнес-стратегий, функциональных и операционных стратегий). Выбор набора стратегий взаимодействия с ГЗС обуславливается стремлением организации к долгосрочной сбалансированности отношений со всеми ее стейкхолдерами.

В работах [1; 2] был предложен методический подход к выбору типа стратегии взаимодействия стейкхолдер-организации (на примере вуза) с каждой ее заинтересованной стороной (удовлетворение запросов, защита, воздействие или сотрудничество). В свою очередь, в работах [3; 4] описана методика сценарного анализа отношений стейкхолдер-организации с ГЗС с учетом отношений ГЗС между собой. На четвертом этапе данной методики производился расчет и анализ весовых коэффициентов целесообразности применения типов стратегий взаимодействия с ГЗС. При этом при принятии решения о выборе типа стратегии взаимодействия для каждой ГЗС рассчитывались и принимались во внимание по отдельности математическое ожидание (M) и дисперсия (D). Однако выбор типа стратегии на основе данных критериев по отдельности зачастую оказывается противоречивым. Остается нерешенной проблема окончательного выбора наиболее подходящего типа стратегии на основе критерия, который соединял бы в себе M и D .

Для того чтобы выбрать наиболее подходящий тип стратегии взаимодействия, необходимо рассмотреть задачу двухкритериальной оптимизации, где в качестве частных критериев выступают M и σ . В работе [5] для решения данной задачи предлагается использовать обобщенный критерий, который представляет собой взвешенную сумму частных критериев M и σ с весовыми коэффициентами 1 и $-\lambda$:

$$q(M, \sigma) = M - \lambda \sigma, \quad (1)$$

где λ – некоторая постоянная.

Значение λ характеризует склонность к риску лица, принимающего решение (ЛПР). При $\lambda > 0$ ЛПР не склонно к риску. При $\lambda < 0$ ЛПР склонно к риску. Наконец, при $\lambda = 0$ ЛПР безразлично к риску.

Значение обобщенного критерия может использоваться в качестве основного показателя, на основе которого осуществляется выбор типа стратегии взаимодействия из Парето-оптимального множества.

Для ранжирования множества типов стратегий по обобщенному критерию q , необходимо определить нижнюю границу меры несклонности к риску λ^0 и верхнюю границу меры несклонности к риску λ^* по формулам:

$$\lambda^0 = \min \left\{ \frac{M_{i_1} - M_{i_2}}{\sigma_{i_1} - \sigma_{i_2}} \right\}, \quad \lambda^* = \max \left\{ \frac{M_{i_1} - M_{i_2}}{\sigma_{i_1} - \sigma_{i_2}} \right\}, \quad (2)$$

где (M_{i_1}, σ_{i_1}) и (M_{i_2}, σ_{i_2}) – математическое ожидание и среднеквадратичное отклонение двух фиксированных альтернатив a_{i_1} и a_{i_2} ; операторы \min и \max распространяются на такие пары индексов (i_1, i_2) , для которых альтернативы a_{i_1}, a_{i_2} оптимальны по Парето. Причем $M_{i_1} > M_{i_2}$ и $\sigma_{i_1} > \sigma_{i_2}$.

Если для ЛПР его мера несклонности к риску $0 \leq \lambda < \lambda^0$, то для него ранжирование множества Парето-оптимальных альтернатив совпадает с их ранжированием по величине ожидаемого выигрыша. Если для ЛПР его мера несклонности к риску $\lambda > \lambda^*$, то для него ранжирование множества альтернатив совпадает с их ранжированием по показателю риска. Если мера несклонности к риску ЛПР попадает в зону неопределенности ($\lambda^0 < \lambda < \lambda^*$), то тогда необходимо подставить попадающее в эту зону значение λ в формулу нахождения обобщенного критерия и определить q для каждого типа стратегии взаимодействия среди Парето-оптимального множества. Наиболее подходящим типом стратегии будет тот, которому соответствует наибольшее значение q .

Описанный выше метод выбора альтернатив является не единственным и имеет ряд недостатков, наиболее существенный из которых состоит в том, что критерий основывается на предположении постоянства меры несклонности к риску ЛПР. Преимуществом метода является то, что для установления ранжирования альтернатив достаточно знать не точное значение показателя λ , а некоторый интервал, в который он входит.

Литература

1. Солодухин К. С. Стратегическое управление вузом как стейкхолдер-компанией. – СПб.: Изд-во Политехн. ун-та, 2009.
2. Солодухин К. С., Плешкова Т. Ю. Инновационный подход к выбору стратегий взаимодействия вуза с его заинтересованными сторонами // Экономические науки. – 2009. – № 1 (50). – С. 140-145.
3. Гресько А. А. Выбор стратегий взаимодействия организации со стейкхолдерами с учетом возможных сценариев взаимодействия стейкхолдеров между собой // Научное обозрение. Серия 1. Экономика и право. – 2012. – № 5. – С. 84-100.

4. Гресько А. А., Рахманова М. С., Солодухин К. С. Разработка стратегий взаимодействия вуза с группами заинтересованных сторон с учетом отношений заинтересованных сторон между собой // Современные проблемы науки и образования. – 2011. – № 5 (Электронный журнал).

5. Розен В. В. Математические модели принятия решений в экономике. Учебное пособие. – М.: Книжный дом «Университет», Высшая школа, 2002. – 288 с.

Гамма Т.М.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

БАГАТОКРИТЕРІАЛЬНА ОПТИМІЗАЦІЙНА МОДЕЛЬ ВИПУСКУ ПРОДУКЦІЇ МОЛОКОПЕРЕРОБНОГО ПІДПРИЄМСТВА

У зрілих галузях, до яких відноситься і молочна, «стратегічний набір» включає поєднання таких стратегій, як виробнича, цінова, товарна, конкурентна. У сфері управління товарним асортиментом (товарна стратегія) можна визначити спектр конкретних завдань: своєчасна розробка нових товарів за вимогами споживачів і вилучення з асортиментного ряду таких, які не відповідають ринковому попиту; використання гнучкого ціноутворення за сегментами ринку; управління торговельними марками; створення асортименту оптимальної широти, глибини й гармонійності; вибір оптимального завантаження виробничих потужностей.

З метою вирішення поставлених завдань доцільно використовувати апарат економіко-математичного моделювання, зокрема багатокритеріальні оптимізаційні моделі. Характерною рисою оптимізаційних моделей є те, що вони орієнтовані на одержання відповідей на запитання типу «що потрібно, щоб...?», тобто визначення таких елементів, відношень та властивостей, які забезпечать досягнення бажаної цілі, причому найкращим, найефективнішим способом. На відміну від них, імітаційні моделі орієнтовані на одержання відповідей на запитання типу «що буде, якщо...?» [1, с.71].

Згідно з теорією прийняття рішень, якщо задана імітаційна модель системи, то для її оптимізації потрібно тільки синтезувати цільову функцію, тобто визначити такі значення характеристик системи, які її перетворюють в екстремум. Пропонується робити перетворення також і у зворотному напрямку: в оптимізаційній моделі симулювати значення випадкових величин, щоб вона набула ознак імітаційної і давала відповідь на запитання «що необхідно, щоб...., за умови, якщо...?».

Отже побудуємо за допомогою табличного процесора *Microsoft Excel* багатокритеріальну оптимізаційну модель випуску продукції молокопереробним підприємством. Оптимізаційними елементами в ній будуть шість основних критеріїв ефективності, імітаційними – випадкові величини поступок, які можна допустити для перетворення в екстремум кожного наступного показника. Для пошуку розв'язання використаємо принцип послідовної

поступки, який дає змогу генерувати величини поступок, практичну реалізацію проведемо на прикладі молокопереробного підприємства.

Отже, спочатку розробимо специфікацію критеріїв оптимальності, обмежень й умов невід'ємності:

1) максимізація прибутку

$$k_1 = \sum_{j=1}^n (c_j x_j - z_j x_j) - V_{\text{пост}} \rightarrow \max \quad (1)$$

2) максимізація чистого доходу (без ПДВ)

$$k_2 = \sum_{j=1}^n (c_j x_j) \rightarrow \max \quad (2)$$

3) мінімізація повної собівартості продукції

$$k_3 = \sum_{j=1}^n (z_j x_j) + V_{\text{пост}} \rightarrow \min \quad (3)$$

4) максимізація випуску продукції

$$k_4 = \sum_{j=1}^n (x_j) \rightarrow \max \quad (4)$$

5) мінімізація витрат основної сировини (молока)

$$k_5 = \sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m a_{ij} x_j \rightarrow \min \quad (5)$$

6) мінімізація витрат часу на виробництво продукції

$$k_6 = \sum_{j=1}^n t_j x_j = \sum_{j=1}^n t'_j \frac{x_j}{x'_j} \rightarrow \min \quad (6)$$

де j – номер окремого виду продукції ($j = \overline{1, n}$); n – кількість видів продукції; i – номер окремого виду основної сировини ($i = \overline{1, m}$); m – кількість видів основної сировини; x_j – обсяг виготовлення продукції j -го виду; c_j – чистий дохід від продажу калькуляційної одиниці продукції j -го виду, грн.; z_j – змінні загальні витрати на виготовлення калькуляційної одиниці продукції j -го виду, грн.; $V_{\text{пост}}$ – постійні загальні витрати, грн.; $(c_j x_j - z_j x_j)$ – маржинальний прибуток від продажу калькуляційної одиниці продукції j -го виду, грн.; a_{ij} – нормативні витрати i -го виду основної сировини на виготовлення калькуляційної одиниці j -го виду продукції, кг.; t_j – нормативні витрати часу на виготовлення калькуляційної одиниці j -го виду продукції, хв.; t'_j – нормативні затрати часу на виготовлення партії продукції j -го виду, хв.; x'_j – величина партії виробів j -го виду.

Обмеження та умови невід'ємності змінних задамо формулами:

- обмеження з виготовлення продукції кожного виду

$$x_j \leq x_{\max} \quad (7)$$

- обмеження з витрат основної сировини

$$\sum_{j=1}^n \sum_{i=1}^m a_{ij} x_j \leq A_j \quad (8)$$

- обмеження із витрат часу

$$\sum_{j=1}^n t'_j \frac{x_j}{x'_j} \leq T \quad (9)$$

- умови невід'ємності змінних

$$x_j \geq 0 \quad (10)$$

де X^{\max} – величина виробничої потужності продукції j -го виду, тонн; A_j – кількість наявної основної сировини i -го виду, кг.; T – корисний фонд часу, хв.

Література

1. Тоцька О. Л. Економіко-математичне моделювання випуску продукції в Харчовій промисловості України : монографія / О. Л. Тоцька. – Луцьк : РВВ «Вежа» ВДУ ім. Л. Українки. – 2009. – 252 с.

Милашко О.Г.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

СТАТИСТИЧНИЙ АНАЛІЗ УТВОРЕННЯ РЕСУРСІВ НАГРОМАДЖЕННЯ НЕФІНАНСОВИМИ КОРПОРАЦІЯМИ

Одним з важливих напрямків сталого економічного зростання сектора нефінансових корпорацій (НФК) є нарощування ним заощаджень та інвестицій задля подолання критичної зношеності основного капіталу.

Нагромадження основного капіталу передбачає, по-перше, інвестування вільних коштів, яке опирається на поточний потік заощаджень, і, по-друге, використання позичкового капіталу, яке має бути тимчасовим, неосновним.

Ціллю роботи є аналіз утворення ресурсів нагромадження нефінансовими корпораціями України.

Аналіз валової доданої вартості за період 2001-2011 рр. свідчить про зміну пропорцій у міжсекторальному розподілі. Питома вага НФК у валовій доданій вартості України за означений період скоротилася на 4,4 в. п. і склала в 2011 р. 62,9 % (табл. 1). Про зниження участі нефінансових корпорацій у створенні доданої вартості свідчить також зменшення частки НФК у валовому прибутку країни.

Таблиця 1

Питома вага сектора нефінансових корпорацій у показниках результатів економічної діяльності України, %

Питома вага	2000	2005	2010	2011
Валової доданої вартості сектора у валовій доданій вартості країни	67,3	66,0	62,1	62,9
Валового прибутку сектора у валовому прибутку країни	56,3	58,4	56,4	55,8
Валового сальдо первинних доходів сектора у валовому національному доході	19,1	15,6	8,3	7,6

Валового наявного доходу сектора у валовому наявному доході країни	10,9	9,2	3,6	2,7
Валового заощадження сектора у валовому внутрішньому продукті	10,9	9,4	3,7	2,8

Ресурси заощадження сектора нефінансових корпорацій значно скорочуються на стадії розподілу первинних доходів. Це об'єктивний процес. Проте частка сектора у валовому національному доході за 11 років за рахунок перерозподілу доходів від власності та інших чинників скоротилася майже на 12 % (перш за все, на користь домогосподарств).

Національний доход на рівні економіки або валове сальдо первинних доходів на рівні сектора трансформується (через одержання й сплату поточних трансфертів) у наявний доход. Наявний доход НФК за аналізований період суттєво скоротився, зменшилася і його частка в наявному доході країни, яка в 2011 р. склала лише 2,7 %.

Сектор нефінансових корпорацій не бере участь в операціях по кінцевому споживанню, тому весь валовий наявний доход використовується на заощадження, що доводить необхідність зростання розмірів саме даного доходу як джерела оновлення основного капіталу.

Чисте заощадження нефінансових корпорацій в останні роки набуває від'ємного значення (табл. 2). Це свідчить про суттєвий дефіцит заощаджень головного виробника продукції та про певні дисбаланси в перерозподілі доходів.

Таблиця 2

Динаміка показників заощадження та кредитування (запозичення) сектора нефінансових корпорацій, млн. грн.

Рік	Чисте заощадження	Чисте кредитування (+), чисте запозичення (-)
2000	-5247	-4145
2005	1881	-33752
2010	-51248	-99752
2011	-62289	-145487

Увесь аналізований період нефінансові корпорації є позичальниками коштів, необхідних для нагромадження основного капіталу (таблиця 2). Тобто не відбувається навіть простого відтворення, що можна вважати важливим чинником кризового стану НФК.

Література

1. Шинкарук Л. В. Інституційні засади капіталоутворення в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : – http://ief.org.ua/Arjiv_ET/Shinkaruk307.pdf.
2. Милашко О. Г. Система національних рахунків як інформаційна база статистичного оцінювання доходів / О. Г. Милашко // Методологічні засади статистичного дослідження економіки України в умовах реалізації стратегії

інноваційного розвитку: матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції, 21 вересня 2012 р. – К., КНЕУ, 2012. – С. 67-70.

3. Милашко О. Г. Оцінка інтенсивності розвитку секторної структури економіки на основі системи національних рахунків / О. Г. Милашко // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 25. – Одеса : ОДЕУ, 2007. – С. 240-244.

4. Милашко О. Г. Статистичний аналіз динаміки макроекономічних пропорцій за даними таблиці «витрати-випуск» / О. Г. Милашко // Вісник соціально-економічних досліджень. Вип. 35. – Одеса : ОДЕУ, 2009. – С. 401-406.

5. Методологія статистичного забезпечення розвитку регіону : монографія / [А. З. Підгорний, К. В. Вітковська, О. Г. Милашко та ін.]; під ред. А. З. Підгорного / – Одеса : Атлант, 2012. – С. 92-111.

Самотоєнкова О.В.

к.е.н., доцент

Одеський національний економічний університет (Україна)

ВИКОРИСТАННЯ СТРАТЕГІЧНИХ ІНДЕКСІВ ДЛЯ ОЦІНКИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Для оцінки рівня та інтенсивності конкуренції можливо використовувати три напрями діагностики конкурентного середовища:

- аналітична діагностика, до якої відносяться статистичні характеристики діяльності конкурентних підприємств на ринку, маркетингові матриці, які відображають конкурентні позиції підприємства та його продукції;

- експертна діагностика – методи експертних оцінок, висунення гіпотез і варіантів прогнозу поведінки конкурентів;

- імітаційна діагностика – використання імітаційних моделей, які розроблені на базі маркетингового спостереження і дозволяють "програвати" на комп'ютері різні варіанти конкурентної боротьби.

До важливих факторів, які впливають на конкурентоспроможність підприємства відносяться якість і різні властивості товару, ціна реалізації, сервіс (форми торгового обслуговування, місцезнаходження, транспортні можливості). Узагальнюючим показником, який здатен відобразити результати конкурентної боротьби, є частка, яку підприємство-виробник займає на ринку.

Позиція підприємства залежно від частки ринку, яка їй належить, може бути оцінена за спеціальною шкалою (табл.) [1, с.122].

Виявлення конкурентної переваги доцільно визначити на підставі показників конкурентоспроможності товарів, які можуть бути визначені за допомогою бальної системи оцінок.

Також можливо використовувати зведений індекс економічних факторів конкурентоспроможності, який визначається за формулою:

Шкала позиції підприємства залежно від частини ринку, яка йому належить

Частка на ринку, %	Позиція в конкуренції
Від 40 і вище	Лідер ринку
Від 40 до 20	Претендент на лідерство (підприємство з сильною конкурентною позицією)
Від 20 до 10	Послідовник (підприємство зі слабкою конкурентною позицією)
Менше 10	Аутсайдер ринку (підприємство уникає конкуренції)

$$I_E = \frac{\sum_{i=1}^n i_{E_i} w_i}{\sum_{i=1}^n w_i}, \quad (1)$$

де i_{E_i} – індекс i -го економічного фактора;

w_i – вага i -го економічного фактора;

n – кількість i -х економічних факторів, які впливають на конкурентоспроможність товару (собівартість, ціна, транспортні витрати, податки та ін.).

Оцінка конкурентоспроможності підприємства і вибір стратегії його дій здійснюється за допомогою стратегічної матриці, просторової графічної моделі, яка відображує позицію підприємства на ринку залежно від дії двох комплексів факторів: ринкової ситуації і власних можливостей підприємства.

Ринкова ситуація може бути охарактеризована темпами зростання загального обсягу реалізації продукції, товарних запасів, динамікою і коливанням цін, середньою нормою прибутку та іншими показниками. Власні можливості підприємства характеризуються часткою, яку воно займає на ринку, рівнем конкурентоспроможності товару, кредитно-фінансовим потенціалом і так далі [2, с. 89]. На підставі цих даних за допомогою бальних оцінок визначають стратегічні індекси ринкової ситуації та потенціалу підприємства (власних можливостей підприємства) за формулою [3, с. 208]:

$$I_C = \frac{\sum B_i w_i}{\sum w_i}, \quad (2)$$

де I_C – стратегічний індекс (середній бал) i -ї сукупності факторів;

B_i – бал, який надано експертним шляхом кожному i -му фактору в залежності від його величини і сили дії;

w_i – ранг або вага кожного фактора залежно від ролі, яку він грає в комплексі (на підставі експертних оцінок).

Стратегічний індекс ринкової ситуації ($I_{P.C.}$) визначає координати на осі ординат, а стратегічний індекс потенціалу (власних можливостей) підприємства ($I_{I.J.}$) – на осі абсцис. Мінімальне число квадрантів стратегічної матриці повинне бути чотири, однак матриця може містити будь-яке число квадрантів.

Оптимальним числом квадрантів вважається 9-12, в іншому випадку результати важко інтерпретувати.

Рейтинг позиції підприємства визначається як середня геометрична двох стратегічних індексів [1, с.210]:

$$R = \sqrt{I_{P.C.} \times I_{П.П.}} \quad (3)$$

Література

1. Статистика рынка товаров и услуг. Учебник / Под ред. И. К. Беляевского. – М.: Финансы и статистика, 2002. – 656 с.
2. Беляевский И. К. Маркетинговое исследование: информация, анализ, прогноз. – М.: Финансы и статистика, 2004. – 218 с.
3. Підгорний А. З., Самоєнкова О. В. Статистика ринку товарів і послуг. Навч. посібник. – Одеса : ОДЕУ, 2008. – 240 с.

Чернишова О.Б.

к.е.н., доцент

Одеський інститут фінансів УДУФМТ (Україна)

ПРОБЛЕМИ ОПТИМІЗАЦІЇ МАСОВИХ БЕЗГОТІВКОВИХ РОЗРАХУНКІВ ПІДПРИЄМСТВ З ВИКОРИСТАННЯМ ПЛАТІЖНИХ КАРТОК

В сучасних умовах глобалізації та необхідності підвищення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств однією із нагальних проблем постає проблема підвищення прозорості їх діяльності за рахунок поширення та оптимізації безготівкових розрахунків і підвищення рівня обслуговування клієнтів. Одним із напрямів розв'язання даної проблеми є участь підприємств у впровадженні масових безготівкових розрахунків з використанням платіжних карток.

Переважно ця проблема є актуальною для підприємств торгівлі та сфери послуг. Будь-яке підприємство чи підприємець, які мають стратегічні плани розвитку та підтримання конкурентної позиції на ринку, сьогодні створюють комплексний сервіс для своїх споживачів, зокрема, забезпечують можливість розрахунків за свої товари чи послуги для клієнтів у безготівковій формі з використанням платіжних карток. Але переважна більшість вітчизняних підприємств ще не мають такого сервісу. Наразі, в усьому світі інноваційні карткові продукти вже давно є життєвою необхідністю сучасного суб'єкта. У розвинених країнах настільки укорінилися безготівкові розрахунки, що головним при розробці нових продуктів та послуг для банків, підприємств сфери послуг, торгівлі є, у першу чергу, максимальна зручність для клієнта при здійсненні розрахунків.

В Україні банки також активно впроваджують інноваційні карткові продукти. Зокрема, на основі мобільних пристроїв послуги віддаленого банкінгу дозволяють клієнтам управляти своїм рахунком без відвідування банку. Також банки починають впроваджувати для зручності та швидкості обслуговування клієнтів у торговельних мережах безконтактні технології *PayPass*, які дозволяють сплачувати покупки на невеликі суми без участі касира. Але за статистичними даними НБУ масове та якісне використання карток за основним призначенням – для розрахунків в Україні не відбувається.

Розвиток вітчизняного карткового бізнесу можна охарактеризувати як бурхливий, але переважно екстенсивний. Незважаючи на позитивну динаміку зростання кількості карток та обладнання по їх обслуговуванню, якісних змін поки що не відбувається. Однією з основних причин є недостатня інфраструктура по прийому карток. Так, підприємств сфери торгівлі та послуг нараховується більше 400 тис., із них всього 88,298 тис. установ надають сервіс клієнтам з прийому оплати з використанням платіжної картки [1].

Більшість підприємств не проявляють ініціативу для популяризації карткових розрахунків. Основними причинами такого становища є:

По-перше, підприємства, які працюють за тіньовими схемами, не бажають розкривати свої обороти, відкрито сплачувати податки.

По-друге, установка платіжних терміналів також є затратною процедурою, хоча більшість банків надають цю послугу торговцям безоплатно.

По-третє, розміри комісійних винагород, які банки стягують з підприємств сфери торгівлі та послуг за еквайрінг, є досить високими.

По-четверте, власники підприємств також усвідомлюють ризик шахрайських операцій з терміналами.

Але впровадження термінального обладнання для торговців має і значні переваги. Зокрема, це:

- потенційне зростання виручки, адже клієнти, які звикли розраховуватися карткою, обирають місцем постійних покупок і розваг заклади, оснащені терміналами;

- зниження ризику шахрайств з фальшивими грошима;

- отримання регулярних звітів за операціями і контроль грошових потоків;

- підвищення рівня сервісу торговельної точки;

- економія на витратах по утриманню персоналу.

Проблему розширення інфраструктури почали вирішувати на державному рівні ще з 2004 р. шляхом внесенням змін у Закон України «Про платіжні системи та переказ коштів в Україні». З 2010 р. діє постанова КМУ, № 878 про здійснення розрахунків за продані товари (надані послуги) з використанням спеціальних платіжних засобів, згідно якої встановлено, що суб'єкти господарювання, які провадять діяльність у сфері продажу товарів, громадського харчування та послуг і які відповідно до закону використовують реєстратори розрахункових операцій, повинні здійснити перехід на обов'язкове приймання спеціальних платіжних засобів для здійснення розрахунків за продані товари (надані послуги) [2].

Єдиним органом, який перевіряє підприємства, що зобов'язані забезпечити прийом спеціальних платіжних засобів, є Міністерство доходів України. Однак повноважень застосовувати будь-які санкції до підприємств за порушення даної норми закону у Міндоходів немає.

Тому для підвищення дієвості встановлених законодавчих норм щодо переходу суб'єктів господарювання на обов'язкове приймання спеціальних платіжних засобів для здійснення масових розрахунків слід встановити санкції на диференційованій основі і пов'язати їх з порушенням дисципліни касового обігу готівки.

Література

1. 1. Загальні показники розвитку ринку платіжних карток в Україні. Офіційний сайт НБУ // [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

http://www.bank.gov.ua/control/uk/publish/category?cat_id=79219

2. Постанова КМУ про здійснення розрахунків за продані товари (надані послуги) з використанням спеціальних платіжних засобів від 29 вересня 2010 р., № 878 [Електронний ресурс]. – Режим доступу :

<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/878-2010-%D0%BF>

Мельник Н.В.

к.е.н., викладач

Одеська філія Європейського університету (Україна)

ДО ПРОБЛЕМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНСТРУМЕНТАРІЮ ІНВЕСТИЦІЙНОГО АНАЛІЗУ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У теперішній час економічні підрозділи вітчизняних підприємств при оцінці інвестицій використовують методичні рекомендації Державної агенції України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010 р., № 73 [1], що базуються на семи основних критеріях: 1. Чиста приведена вартість (*NPV*). 2. Індекс рентабельності (*PI*). 3. Внутрішня норма прибутку (*IRR*). 4. Модифікована внутрішня норма прибутку (*MIRR*). 5. Дисконтований термін окупності (*DPP*). 6. Термін окупності (*PP*). 7. Коефіцієнт ефективності (*ARR*).

Перелічені критерії економічної оцінки інвестиційних проектів можуть бути поділені на дві групи в залежності від урахування фактора часу: 1) засновані на дисконтованих оцінках (показники 1-5); 2) засновані на облікових оцінках (показники 6-7). Очевидно, що показники другої групи мають обмежене практичне застосування, коли період здійснення проекту не перевищує одного року.

Серед сучасних науковців і практиків панує думка, що критерії 1-5 є універсальними і відображають ступінь ефективності досліджуваного інвестиційного проекту. Таке тлумачення дисконтованих оцінок є не зовсім вірним. Зокрема показник *NPV* як абсолютний ефект від запланованого заходу являє собою потенційний прибуток (збиток) підприємства, який воно отримає в

результаті здійснення інвестиційного проекту. Очевидно, що абсолютний ефект не може характеризуватися терміном «ефективність», оскільки останній передбачає використання не абсолютних, а відносних показників, а саме – відношення майбутнього ефекту до відповідних інвестиційних витрат з урахуванням вартості грошей у часі. Ми вважаємо, що критерій *NPV* відображає такі властивості проекту, як його прийнятність (в залежності від потенційного прибутку або збитку), а також масштабність заходу.

Щодо універсальності критеріїв 1-5, то тут теж є певні проблеми. Так, показник *IRR* можна розглядати як максимальну очікувану прибутковість проекту лише при умові, що він генерує ординарний грошовий потік (спочатку одна або декілька інвестицій, а потім низка надходжень коштів). У разі запланованого інвестиційного заходу з неординарним грошовим потоком, наприклад, при реінвестуванні коштів у той же проект, виникає реальна загроза невизначеності величини *IRR*.

Окрім того, критерію *IRR* притаманне невикордане викривлення дійсної ефективності інвестиційного заходу. Цей факт пов'язаний з тим, що при розрахунку даного показника усі грошові припливи і відпливи проекту дисконтуються за величиною *IRR*. Хоча правильно було б їх дисконтувати за середньою ціною інвестованого капіталу *r*. Якщо величини *IRR* і *r* не сильно відрізняються одна від одної, то викривлення ефективності проекту незначне. Але в ситуації, коли *IRR* суттєво перевищує *r*, внутрішня норма прибутку піддається досить істотному й невикорданому завищенню.

Тому, на нашу думку, при оцінці ефективності інвестиційного заходу треба більше уваги приділяти модифікованій внутрішній нормі прибутку *MIRR*, яка є універсальним критерієм і вільна від указаних вище недоліків *IRR*. А також похідним показникам, розрахованим на основі *MIRR*. Зокрема ми пропонуємо знаходити резерви безпечності проекту *MS* (*MS'*) за наступними формулами [2]:

$$MS = MIRR - r; \quad MS' = \frac{MIRR - r}{r} \times 100. \quad (1)$$

Резерви безпечності проекту в разі *MS* (*MS'*) > 0 характеризують можливий запас абсолютного і відносного варіювання фактичного значення середньої ціни інвестованого капіталу *r* у зв'язку з різними непередбачуваними обставинами. Ліва частина формули (1) показує, наскільки відсоткових пунктів ціна капіталу *r* інвестиційного проекту може підвищитись, не змінюючи його статус з прибуткового на збитковий. Права частина (1) відображає ту ж саму можливість у відносному вимірі (в процентах).

На наш погляд, вельми корисним є використання зв'язку показника *MIRR* з індексом рентабельності *PI* як ще одною характеристикою ефективності інвестиційного проекту [3]:

$$PI = \left(\frac{1 + MIRR}{1 + r} \right)^n; \quad MIRR = (1 + r)^{\sqrt[n]{PI}} - 1, \quad (2)$$

де *n* – кількість років здійснення проекту.

Формули (2) означають, що показники *MIRR* і *PI* є взаємопов'язаними й можуть бути виражені один через другий. Причому їх значення повністю узгоджені між собою, а залежність між даними критеріями пряма: з ростом *MIRR* підвищується значення *PI*, і навпаки.

Литература

1. Методичні рекомендації з розробки бізнес-планів інвестиційних проектів : затверджені наказом Державного агентства України з інвестицій та розвитку від 31.08.2010, № 73 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://document.ua/pro-zatverdzhennja-metodichnih-rekomendacii-z-rozrobki-bizne-doc31334.html>

2. Мельник Н. В. Оцінка інвестиційних проектів промислового підприємства на основі критеріїв ефективності / Н. В. Мельник // Академічний огляд. – 2012. – № 1. – С. 69-74.

3. Мельник Н. В. Оцінка реальних інвестицій на промисловому підприємстві // Автореф. дис. на здоб. наук. ступ. канд. екон. наук зі спец. 08.00.04 – економіка та управління підприємствами / Н. В. Мельник. – Одеса, 2013. – 20 с.

Ольвінська Ю.О.

к.е.н., викладач

Одеський національний економічний університет

ВИКОРИСТАННЯ СТАТИСТИЧНИХ МЕТОДІВ ДЛЯ ОЦІНКИ РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мале підприємництво один із важливіших факторів розвитку економіки будь-якої країни. Малі підприємства стимулюють структурну перебудову економіки, сприяють розвитку конкуренції, більш активні в інноваційній діяльності, створюють нові робочі місця, насичають ринок товарами та послугами. Вони є джерелом формування «середнього класу», без якого не можливо ефективне функціонування економіки [1, с.51].

Аналіз статичних даних та соціологічних опитувань показують, що у сфері становлення та розвитку підприємництва України існує багато проблем. Мале підприємництво в Україні відстає від можливостей та потреб української економіки. Незважаючи на прийняті за останні роки програми підтримки малих підприємств, Україна значно поступає більшості країн з розвинутою ринковою економікою по кількісним і якісним показникам його розвитку. Більшість проблем, що заважають ефективному розвитку малих підприємств, були вже неодноразово позначені на різноманітних конференціях, нарадах, семінарах тощо. Основні з них – це недосконале законодавство, неефективна політика підтримки розвитку малого підприємництва, нерозвинута ринкова інфраструктура, інфляція, політична та економічна нестабільність.

Покращення розвитку малого підприємництва залежить від того, наскільки правильно визначаються і використовуються основні чинники соціо-економічної системи. Для оцінки впливу чинників на розвиток малих підприємств в Україні необхідно використовувати три рівня вихідної інформації:

- форми статистичної звітності,
- дані експертних оцінок,
- результати анкетування керівників малих підприємств.

Аналіз даних статистичної звітності дозволяє проаналізувати основні показники функціонування та розвитку малого підприємництва у динаміці за ряд років, виявити основні тенденції та закономірності, що складаються у сфері розвитку малого підприємництва, а також побудувати трендові моделі та спрогнозувати основні показники функціонування малих підприємств [1, с.75].

На основі показників статистичної звітності можливо також оцінити розвиток малого підприємництва за допомогою розрахунку зведеного інтегрального індексу.

Метод інтегральної оцінки розвитку малого підприємництва передбачає, що за базовий рівень можна приймати різні показники: нормативи, інші раціональні норми, а при їхній відсутності – середні чи кращі (максимальні чи мінімальні) досягнуті показники в окремих регіонах (містах чи районах певного регіону). Для позитивних явищ (стимуляторів) кращим доцільно вважати максимальне значення, а для негативних (дестимуляторів) – мінімальне.

У тих випадках, коли аналізуються негативні явища і оцінюється їхній вплив на розвиток малого підприємництва в регіоні (місті чи районі певного регіону), часткові показники, що характеризують рівень окремих аспектів його розвитку, чи факторів, що впливають на цей процес, повинні виступати зворотними величинами, тобто розраховуватись відношенням мінімального значення (нормативу) до фактичного. У такому випадку буде дотримана порівнянність коефіцієнтів, що розраховуються. Проведення інтегрального аналізу дозволяє охарактеризувати рівень розвитку малого бізнесу як за видами економічної діяльності, так і на регіональному рівні.

При дослідженні розвитку малого підприємництва також доцільно використовувати метод рангової кореляції. Даний метод дозволяє кількісно оцінити атрибутивні фактори, що стримують розвиток малих підприємств України. За допомогою метода рангової кореляції, на основі анкетного опитування керівників малих підприємств, можливо проаналізувати взаємозв'язки між ознаками і ступінь узгодженості відповідей керівників малих підприємств стосовно основних проблем у сфері малого підприємництва та побудувати імітаційні рангові моделі ефективної діяльності [1, с. 135].

Отримані імітаційні рангові моделі внутрішнього, зовнішнього та сукупного мотиваторів ефективної діяльності суб'єктів підприємництва є підставою для загальної оцінки і порівняння розвитку малих підприємств за рахунок як внутрішніх факторів, так і факторів зовнішнього середовища. Порівняння можливо проводити як за значенням кожного мотиватору, так і сукупного мотиватору ефективної діяльності.

Результати рангового кореляційного аналізу проблем і факторів розвитку підприємництва та імітаційні рангові моделі мотиваторів ефективної діяльності суб'єктів малого підприємництва можуть використовувати різні інстанції та структури, такі як державні, регіональні та місцеві органи управління, податкові установи, структури підтримки підприємництва, власники підприємств та ін.

Слід підкреслити, що використання комплексної методики оцінки розвитку малих підприємств дозволить виявити сильні й слабкі сторони як самого підприємства, так і загального стану законодавства, що регулює основні положення функціонування підприємства, стану податкової системи, стану структур підтримки підприємництва, умов зовнішнього фінансування тощо. Це необхідно враховувати при розробці ефективної державної політики підтримки, що сприятиме розвитку малого підприємництва в Україні.

Література

1. Уманець Т. В. Методи і моделі оцінювання розвитку малого бізнесу: мезо- та макрорівень. Монографія. / Т. В. Уманець, Ю. О. Ольвінська, О. В. Лучакова. – Донецьк : «ВІК», 2010. – 280 с.
2. Діяльність суб'єктів господарювання. Статистичний збірник // За ред. І. М. Жук. – Київ, 2012. – 453 с.

Янковий В.О.

к.е.н., викладач

Одеський національний економічний університет (Україна)

ОЦІНКА ДОЦІЛЬНОСТІ ІНВЕСТИВАННЯ У ВИРОБНИЧІ РЕСУРСИ ПІДПРИЄМСТВА НА ОСНОВІ НЕПОВНОЇ ФУНКЦІЇ КОББА-ДУГЛАСА

При дослідженні впливу окремих факторів на часову варіацію результативної економічної ознаки на підприємстві важливу роль відіграють виробничі функції (ВФ), зокрема, функція Кобба-Дугласа. При цьому доволі часто при їх розрахунках за звітними даними підприємства виявляється, що один із чинників є незначущим і отримані неповні моделі мають вигляд:

$$y = AK^{\alpha} \text{ або } y = AL^{\beta}, \quad (1)$$

де y – випуск продукції;
 K, L – витрати капіталу та праці;
 A, α, β – невідомі коефіцієнти ВФ.

Досить цікавою представляється можливість використання подібних неповних ВФ для прийняття управлінських рішень щодо інвестування в нове виробництво за умови його потенційної беззбитковості. З цією метою застосуємо підхід, викладений з цього приводу для ВФ Кобба-Дугласа в

роботах [1, 2].

Головною умовою такого розміркування є те, що майбутній прибуток $Pr(K)$ або $Pr(L)$ від інвестиційного проекту має бути невід'ємною величиною, тобто зона беззбитковості визначається наступними нерівностями:

$$Pr(K) = y - K = AK^\alpha - K = K(AK^{\alpha-1} - 1) \geq 0, Pr(L) = y - L = AL^\beta - L = L(AL^{\beta-1} - 1) \geq 0. \quad (2)$$

Очевидно, що при потраплянні майбутньої інвестиції в зону збитковості $Pr(K) < 0$ ($Pr(L) < 0$), досліджуваний проект в умовах ринкової економіці повинен бути відкинутим.

Оскільки грошові кошти, інвестовані в виробничі ресурси підприємства, представляють собою невід'ємні величини $K \geq 0$ ($L \geq 0$), то за умов (2) справедливі наступні нерівності:

$$AK^{\alpha-1} \geq 1, AL^{\beta-1} \geq 1. \quad (3)$$

Аналіз виражень (3) показує, що в залежності від ступеню однорідності ВФ Кобба-Дугласа $n = \alpha + \beta$ можливі три випадки:

1. $n = \alpha > 1$ ($n = \beta > 1$). В такій ситуації можна говорити про позитивний ефект розширення масштабів виробництва. Очевидно, що при цьому розмір інвестиційних ресурсів, які забезпечують прибутковість нового виробництва, буде обмежений знизу. З нерівностей (3) випливає, що нове виробництво буде беззбитковим при

$$K \geq A^{1/(1-\alpha)}, L \geq A^{1/(1-\beta)}. \quad (4)$$

тобто права частина формул (4) визначає нижню межу інвестиції у капітал або робочу силу, починаючи з якої прибуток нового виробництва буде невід'ємною величиною.

2. $n = \alpha < 1$ ($n = \beta < 1$). У цьому випадку можна говорити про негативний ефект розширення масштабів виробництва. Очевидно, що розмір інвестиції, яка забезпечує беззбитковість нового підприємства, в такій ситуації буде обмежений зверху. З нерівностей (3) випливає, що нове виробництво буде беззбитковим при

$$K \leq A^{1/(1-\alpha)}, L \leq A^{1/(1-\beta)} \quad (5)$$

і теж можна знайти верхню границю, до котрої прибуток виробництва буде позитивним.

3. $n = \alpha = 1$ ($n = \beta = 1$), тобто при лінійній однорідності неповної ВФ Кобба-Дугласа спостерігається нульовий ефект від розширення масштабів виробництва. Це означає, що прибутковість нового виробництва не залежить від розміру авансованих коштів в капітал K або в робочу силу L . Дійсно, з нерівностей (3) випливає, що при $\alpha = \beta = 1$ нове виробництво буде беззбитковим за умови

$$A \geq 1, \quad (6)$$

тобто при певних значеннях коефіцієнта A побудованої ВФ.

Таким чином, традиційне застосування неповних ВФ Кобба-Дугласа як ефективних інструментів економічного аналізу витрат виробничих ресурсів на підприємстві може бути суттєво поширене та поглиблене за рахунок використання показників (4) – (6), котрі відкривають перед дослідником нові можливості в сфері прогнозування зон беззбитковості в процесі управління інвестиційними проектами.

Література

1. Янковой В. А. Рычаги безубыточности промышленных предприятий в условиях экономического кризиса / В. О. Янковий // Науковий вісник. – Одеський державний економічний університет. Всеукраїнська асоціація молодих науковців. – 2009. – № 8 (86). – С. 43-57.

2. Янковий В. О. Модель беззбитковості інвестування в м'ясопереробну промисловість / В. О. Янковий // Економіка харчової промисловості. – 2010. – № 4 (8). – С. 16-21.

Лапушкин И.И.

соискатель,

Мазурин Э.Б.

к.т.н., доцент

МГТУ им. Н.Э. Баумана (Россия)

МОДЕЛЬ УПРАВЛЕНИЯ КОМПАНИЕЙ

Для повышения эффективности управления основными процессами в компаниях необходимо иметь информацию о влиянии на управляемые процессы различных форм управляющих воздействий и структуры управляющих процессов. С научной точки зрения, такая информация может быть получена только в результате проведения контролируемых экспериментов, когда в качестве предмета исследования выступают системы управления компаниями. Компании, и коммерческие и некоммерческие – создаются для реализации основных производственных процессов (под основными производственными процессами мы понимаем любые процессы, преобразующие ресурсы в удобную для потребления форму). Объект исследования – компания – изначально (по своим целям) является «неудобным» объектом для проведения экспериментов и других научных исследований. На протяжении более 100 лет исследования в компаниях проводились с помощью метода наблюдения. Начиная с 50-х годов двадцатого века, с развитием системного анализа [1] появилась возможность моделирования различных процессов в компаниях, что дало возможность проведения исследования на моделях [2].

Для исследования процесса управления основными производственными процессами с целью определения необходимого объема и вида управляющего воздействия, в компании «Интегратор ИТ» совместно с кафедрой «Экономика и организация производства» МГТУ им. Н.Э. Баумана была разработана модель управляющего контура. Модель сочетает в себе три вида управляющих воздействий – разомкнутое управление, управление по возмущению и управление по отклонению. Структура модели управляющего контура приведена на рис.

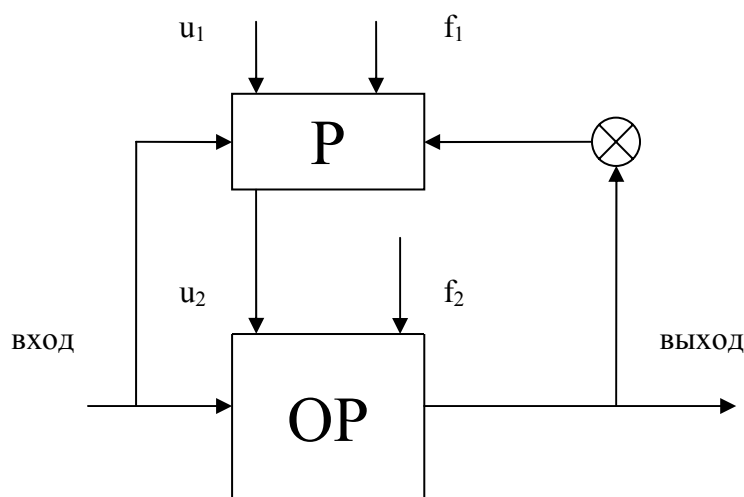


Рис. – Структурная схема модели управляющего контура

В модели задаются: передаточные функции регулятора (P), объекта регулирования (OP), описанные дифференциальными уравнениями, а также внешние воздействия f_1 и f_2 , управляющее воздействие u_1 , вход и выход.

В качестве типовых звеньев регулирования (управляющего воздействия) в модели использовались следующие [3]:

- пропорциональное;
- апериодическое;
- колебательное;
- интегрирующее;
- дифференцирующее;
- запаздывающее.

Адекватность модели проверена с использованием статистических данных компании «Интегратор ИТ», основной деятельностью которой является выполнение проектных работ по разработке программного обеспечения. В качестве независимой переменной в модели принимается плановая трудоемкость проектных работ, зависимые переменные – фактическая трудоемкость проектных работ и время выполнения проектов.

Модель позволяет: выявить влияние возмущений различной формы, продолжительности и частоты на параметры выхода при использовании различной структуры управления (аналога организационной структуры управления компаниями); определить необходимую величину, форму и

продовжителюсть управляющего воздействия в зависимости от внешних воздействий и структуры управления; провести поверочный расчет эффективности организационных структур управления.

Введение дополнительных параметров для Р и ОР (таких, как постоянные и переменные затраты при функционировании) позволяет оценить экономические показатели системы управления.

Исследования, проведенные на модели, позволили сделать вывод о наиболее эффективных формах управляющего воздействия, а так же о необходимости передачи ряда процессов компании в аутсерсинг и вывод о необходимости создания, в ряде, случаев холдинговых структур.

Литература

1. Bertalanffy L. von. General System Theory. // «General Systems». 1956. Vol. I.
2. Форрестер Д. У. Основы кибернетики предприятия. – М.: Прогресс, 1971. – 340 с.
3. Воронов А. А. Основы теории автоматического управления : Автоматическое регулирование непрерывных линейных систем. – М.: Энергия, 1980. – 312 с.

Курієнко О.В.

аспірант

Хмельницький національний університет (Україна)

ВИБІР МЕТОДІВ ФІНАНСОВОГО АНАЛІЗУ ЗАЛЕЖНО ВІД ІНФОРМАЦІЙНОЇ БАЗИ

Функціонування українського підприємства з позиції його конкурентоспроможності в сучасних економічних умовах є постійним об'єктом уваги широкого кола учасників ринкових відносин: держави, інвесторів, кредиторів. Стійкий, стабільний стан суб'єкта господарювання – результат ефективного фінансового управління на основі детального аналізу. Останній, в свою чергу, найбільш точно оцінює ситуацію з допомогою відповідних методів.

Важливу роль у реалізації завдань фінансового аналізу відіграє його інформаційне забезпечення. Інформація є одним із ресурсів, який може нагромаджуватися, реалізуватися, поновлюватися. Це основний елемент будь-якої з функцій управління. Володіння повною, достовірною, актуальною та оперативною інформацією та правильна її обробка знижує фінансовий ризик, ефективно підтримує прийняття рішень [1, с.27].

Питанням оцінки фінансового стану підприємства присвячено безліч праць зарубіжних і вітчизняних економістів. Так, першовідкривачами цієї теми вважають представників англо-американської школи (Р. Фоулк, Дж. Кеннон, Р. Сміт, Дж. Хорріган, фахівці фірми Дюпон і т.д.). Не залишились осторонь і дослідження російських вчених – у працях В.В. Ковальова, А.Д. Шеремета,

Р.С. Сайфуліна, О.С. Стоянової й інших авторів, в Україні – у працях С.Ф. Покропивного, А.М. Поддєрьогіна, Т.Г. Беня, С.Б. Довбні та ін. При цьому до уваги беруться різні підходи та методології оцінки фінансового стану підприємства [2, с.137].

В практиці фінансового аналізу використовуються, зокрема, наступні методи (інструменти для роботи з наявною економічною інформацією):

1) горизонтальний (часовий) аналіз – порівняння кожної позиції звітності з попереднім періодом;

2) вертикальний (структурний) аналіз – визначення структури фінансових показників з оцінкою впливу різних факторів на кінцевий результат;

3) трендовий аналіз – порівняння кожної позиції звітності з рядом попередніх періодів та визначення тренду, тобто основної тенденції динаміки показників, очищеної від впливу індивідуальних особливостей окремих періодів (за допомогою тренду здійснюється екстраполяція найважливіших фінансових показників на перспективний період, тобто перспективний прогнозний аналіз фінансового стану);

4) аналіз відносних показників (коефіцієнтів) – розрахунок відношень між окремими позиціями звіту або позиціями різних форм звітності, визначення взаємозв'язків показників;

5) порівняльний аналіз – внутрішньогосподарський аналіз зведених показників звітності за окремими показниками самого підприємства та його дочірніх підприємств (філій), а також міжгосподарський аналіз показників даної фірми порівняно з показниками конкурентів або із середньогалузевими та середніми показниками.

6) факторний аналіз – визначення впливу окремих факторів (причин) на результативний показник детермінованих (розділених у часі) або стохастичних (що не мають певного порядку) прийомів дослідження. При цьому факторний аналіз може бути як прямим (власне аналіз), коли результативний показник розділяють на окремі складові, так і зворотним (синтез), коли його окремі елементи з'єднують у загальний результативний показник [3, с.27].

Залежно від наявної інформаційної бази (форми звітності) суб'єкта господарювання можна підібрати відповідний метод для зручності проведення фінансового аналізу (табл.).

Таблиця

Методи фінансового аналізу форм звітності

Форма звітності	Методи фінансового аналізу (інструменти для оцінки)
Баланс	горизонтальний, вертикальний, трендовий, відносних показників, порівняльний, факторний
Форма 2 «Звіт про фінансові результати»	горизонтальний, вертикальний, трендовий, порівняльний, факторний
Форма 3 «Звіт про рух грошових коштів»	горизонтальний, вертикальний, факторний
Форма 4 «Звіт про власний капітал»	горизонтальний, вертикальний, факторний
Форма 5 «Примітки до річної фінансової звітності»	горизонтальний, вертикальний, факторний

Таким чином, широке і правильне використання методів фінансового аналізу дозволить отримати об'єктивну оцінку таких показників діяльності підприємства, як платоспроможність, фінансова стійкість, ділова і інвестиційна активність тощо.

Література

1. Литвин Б. М., Стельмах М. В. Фінансовий аналіз : Навч. посіб. – К.: «Хай_Тек Прес», 2008. – 336 с.
2. Захарченко В. О. Систематизація методів оцінки фінансового стану підприємства / В. О. Захарченко, С. І. Счасна // Фінанси України. – 2005. – № 1. – С. 137-144.
3. Никитина Н. Методы исследования финансового состояния промышленного предприятия / Н. Никитина, В. Филатова // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 4. – С. 25-33.

ДЛЯ ПОДАТОК

ДЛЯ ПОДАТОК

ДЛЯ ПОДАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

ДЛЯ ПОТАТОК

ДЛЯ НОТАТОК

ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА: СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ТЕОРІЇ ТА ПРАКТИКИ

МАТЕРІАЛИ ДРУГОЇ МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

Підписано. до друку 30.09.2013. Формат 60x84/16. Папір офсетний.

Гарнітура Times New Roman. Ум. друк. арк.16,04.

Тираж 300 прим.

Видавництво «Атлант» ВОІ СОІУ
65029, м.Одеса, Ольгівський узвіз, 8,
Свідотство ДК № 3564 от 31.08.2009,
тел.:728-45-71
e-mail: ev_atlant@mail.ru